CESAG

COMILLAS UNIVERSIDAD PONTIFICIA

GUÍA DOCENTE
2025 - 2026

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Cultura Digital
Código	E000005096
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Nuria Blanco Hernández
Horario	Consultar web Cesag
Horario de tutorías	Lunes y martes de 14:00-16:00 horas (cita previa: nblanco@cesag.org).
Descriptor	Esta asignatura es fundamental para entender los impactos la introducción de Internet tiene en los comportamientos sociales e individuales. Es fundamental para interpretar los nuevos patrones de conducta de las personas, su asunción, rol y convivencia con las nuevas realidades online.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Ignacio Bergillos García
Departamento / Área	Departamento de Ciencias de la Comunicación
Correo electrónico	ibergillos@comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura

Aportación al perfil profesional de la titulación

Todo tipo de profesiones vinculadas a la comunicación están experimentando un cambio radical debido a Internet, todo tipo de dispositivos tecnológicos y redes sociales.

Desde mediados de los noventa, dentro del progresivo asentamiento de la tecnología en todos los ámbitos de la sociedad, periodistas, creadores de contenidos audiovisuales, publicitarios y todos los productores culturales han ido experimentando cómo la red introduce nuevos enfoques en sus especialidades.

Estas nuevas prácticas, a su vez en evolución, implican un cambio profundo en la relación entre creador y público e, incluso, en la propia definición de sus roles y comportamientos.

La convergencia del periodismo y la comunicación en el ecosistema digital tiene un impacto relevante en nuestra sociedad que hoy está en evolución. Nuevas estructuras, nuevas formas de comunicación y nuevas culturas han creado un mundo de grandes oportunidades

personales y profesionales, pero también han surgido temas controvertidos relacionados con el comportamiento humano, alimentando incluso prácticas peligrosas de gigantes tecnológicas que ponen en peligro los sistemas democráticos cuando los datos personales se vuelven armas electorales.

Como profesionales de las ciencias de la comunicación, sumergirse en la comunicación digital y los diferentes movimientos y culturas digitales a las que dan lugar es una cuestión obligatoria por el papel que estos profesionales, como gestores de mensajes y contenidos, representan.

Prerrequisitos

No hay.

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES	
CG04	Conocer el estado del mundo y de la comunicación, así como de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos y religiosos) para su aplicación en la actividad profesional.
CG05	Conocer las estructuras y políticas de la comunicación a nivel local, nacional e internacional para la actividad profesional.
CG07	Conocer el mercado audiovisual, las fuerzas que lo conforman y su lógica interna y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes convencionales o de nueva aparición.
CG08	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.
CG13	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.
CG14	Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.
TRANSVERSALES	
CT04	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.
CT06	Diseñar, construir y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética y respetuosa con el papel de los agentes implicados, en el marco de la comunicación.
CT11	Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social.
ESPECÍFICAS	

CE05	Conocer e interpretar el entorno empresarial e institucional y adaptarse a los objetivos organizacionales, sin perder la autonomía, identidad y valores, haciéndolos compatibles y sinérgicos con los propios.
CE08	Conocer y entender las principales variables y complejidades que configuran el rol de los diversos agentes del mercado: anunciantes, empresas de publicidad, medios y plataformas de comunicación y públicos.
CE09	Asumir el liderazgo y actuar en libertad y con responsabilidad, asimilando referentes éticos, valores y principios consistentes en la identificación, análisis, manejo y resolución de conflictos que se plantean en el sistema de la comunicación.

Resultados de Aprendizaje	
RA1	Conocer el estado de la producción audiovisual contemporánea y de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, etc.)
RA3	Conocer la estructura y las políticas de la comunicación audiovisual.
RA4	Conocer el mercado audiovisual y las formas de promoción y explotación de los contenidos audiovisuales.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

1. Pensamiento crítico en un mundo protagonizado por tecnología y pantallas.

2. Tecnología y sociedad. Hipermodernidad, turbotemporalidad, sociedad de lo efímero, determinismo tecnológico.

3. Características de la cultura digital. Fenómenos asociados.

4. Perspectivas conceptuales de la cultura digital. Desde el ámbito de la cultura a la vida diaria.

5. La convergencia de medios. Productos y efectos.

6. Efectos y convergencias entre economía y cultura. Globalización. Brecha digital.

7. Efectos socio culturales. Identidades online. Privacidad.

8. El mundo de las redes sociales. Cultura de la conectividad.

9. Nueva percepción. Cultura visual. Adicción o devoción.

10. El futuro de los nuevos medios. Big data.

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Interacción profesor-estudiante (presencial-On line)

- Centradas en el profesor. Clases teóricas.
- Centradas en el alumno. Seminarios, presentaciones, debate.

Trabajo autónomo del estudiante (no presencial)

- Estudio, trabajo de grupo y trabajo individual.

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos
45.00	15.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
90.00	
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Prueba final (no recuperable).	Se valorará el conocimiento del contenido de la asignatura. La capacidad para asociar conceptos entre sí. La capacidad para expresar ordenada y sistemáticamente las ideas. La calidad de la redacción -a nivel sintáctico y ortográfico. La organización y coherencia del tema expuesto. La participación y calidad de la exposición oral.	50
	Se valora el conocimiento del tema, sus	

Trabajo grupo.	interacciones. Se valora la capacidad de reflexión. Se valora la capacidad de expresar con claridad y precisión los conceptos estudiados. También se evalúa la corrección lingüística, desde la sintaxis hasta la ortografía.	20
Trabajo individual.	Se valora el conocimiento del tema, sus interacciones. Se valora la capacidad de reflexión y aportaciones personales (conclusiones). Se valora la capacidad de expresar con claridad y precisión los conceptos estudiados. También se evalúa la corrección lingüística, desde la sintaxis hasta la ortografía.	20
Corrección gramatical oral y escrita. Al menos el **10% de la nota final se destinará a la valoración de la correcta expresión oral y escrita** en las lenguas cooficiales, conocimiento exigido en el título como competencia general y competencia transversal. En este punto se evaluará la ortografía y la gramática.	Se valorará la actitud y la participación.	10

Calificaciones

Para aprobar el total de la asignatura es necesario aprobar cada uno de los trabajos y tareas asignadas durante el curso más la prueba final (examen).

La ausencia o no participación, sin causa justificada, supondrá un 0 en la evaluación de ese instrumento.

- Los proyectos y/o trabajos individuales serán recuperables (e imprescindibles para poder presentarse al examen extraordinario del mes de julio).
- El trabajo de grupo no es recuperable.
- El examen no será recuperable, lo que supondrá la necesidad de acudir a la convocatoria extraordinaria del mes de julio con los trabajos pendientes presentados para poder aprobar la asignatura.

IMPORTANTE: La asignatura capacita a los alumnos en sus especifidades teniendo como objetivo también la práctica y perfeccionamiento de la lengua. Se trabajarán tanto los aspectos más avanzados de la morfología y sintaxis, como los de la semántica, adaptando el lenguaje a los diferentes formatos: escrito o audiovisual. Asimismo, en la función comunicativa se atiende especialmente el léxico como base del enriquecimiento de la lengua y su aplicación a los diferentes géneros y textos, y se siguen las normas de la RAE y de los libros de estilo. Se penalizarán las faltas de ortografía cometidas por los estudiantes en las diferentes actividades evaluativas.

Es fundamental que los estudiantes aprendan a expresarse con corrección y fluidez de forma oral o escrita, adaptándose a los diferentes registros, lo que incluye la capacidad de escribir textos claros y bien estructurados, de analizar diferentes tipos de discursos y de redactar exposiciones detalladas de temas complejos.

Por estos motivos, al menos el 10% de la nota final se destinará a la valoración de la correcta expresión oral y escrita en las lenguas cooficiales, conocimiento exigido en el título como competencia general y competencia transversal. En este punto se evaluará la ortografía y la gramática.

Tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria se aplicarán los mismos criterios en cuento a corrección ortográfica y expresión oral.

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Exámenes parciales	Semanas 5, 10 y 15	El examen de la semana 15 dependerá de si se ha podido cumplir el calendario temático, cosa que habitualmente sucede.
Seminarios	Semanales, excepto semana 1, 5, 10 y 15	Semanas indicadas.
Trabajos y proyectos	Durante el curso, antes del examen final.	Antes del examen final. Los trabajos entregados antes de Navidades podrán contar con un informe del profesor.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

(Español) **SPANISH EDITION**

- *Clics contra la humanidad. Libertad y resistencia en la era de la distracción tecnológica*. James Williams. Gatopardo Ensayo, 2021.
- *Contra el rebaño digital*. Jaron Lanier. Editorial Debate, 2011.
- *Culturas Digitales*. José Luis Orihuela. Ediciones Eunate (Colección CreaTiva, Internet: obras generales), 2021.
- *Diez razones para borrar tus redes sociales de inmediato*. Jaron Lanier. Editorial Debate, 2018.
- *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Eli Pariser. Editorial Taurus, 2017.
- *El yo saturado: Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Kenneth J. Gergen y Leandro Wolfson. Editorial Paidós, Contextos, edición 2018.
- *En defensa de la conversación: El poder de la conversación en la era digital*. Ático Bolsillo, 2021.
- *Irresistible. ¿Quién nos ha convertido en yonquis tecnológicos?* Adam Alter. Paidós, 2018.
- *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. José Van Dijck. Siglo XXI Editores, 2016.
- *La era de la información: Economía, sociedad y cultura: I. La sociedad red*. Manuel Castells. Alianza Editorial, 2005.
- *La Era De La Disrupción Digital: Empleo, Desigualdad Y Bienestar Social Ante Las Nuevas Tecnologías*. Rafael Doménech y Javier Andrés, 2020. ISBN 10: 8423431320 / ISBN 13: 9788423431328.
- *La imagen compleja*. Josep M. Catalá. Servicio de Publicaciones UAB, 2005.
- *La pantalla global: Cultura mediática y cine en la era hipermoderna.* Gilles Lipovetsky y Jean Serroy. Editorial Anagrama, 2009.
- *La sociedad del desconocimiento*. Daniel Innerarity. Galaxia Gutenberg, 2022.
- *La sociedad red: una visión global*. Manuel Castells (ed.). Alianza Editorial, 2006.
- *¿Quién controla el futuro?* Jaron Lanier. Editorial Debate, 2019.
- *Superficiales: ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Ed. De Bolsillo, 2018.
- *Tiempos hipermodernos.* Lipovetsky, G. Editorial Anagrama, 2007.

- *Vida Líquida.* Zygmunt Bauman. Paidós, 2010.

*Industrias Culturales (Estu a4Z): *Comunicación y Cultura en la era digital: Industria, Mercados y Diversidad en España*. Enrique Bustamante (Ed.). Gedisa, Serie Multimedia, 2009.

(Inglés) **ENGLISH EDITION**

- *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Sherry Talker. New York: Basic Books, (3th Edition), 2017.
- *Economy, Society and Culture (v.1). The information age*. Manuel Castells. Blackwell Publishers, 2000.
- *Hello World: How to be Human in the Age of the Machine*. Hannah Fry. Penguin Books Limited, Sep 6, 2018.
- *Human Work. In the age of smart machines*. Jamie Merisotis. Rosetta Books Publishers, 2020.
- *Outnumbered: From Facebook and Google to Fake News and Filter-bubbles – The Algorithms That Control Our Lives*. David Sumpter. Bloomsbury, 2018.
- *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age*. Sherry Turkle. Penguin Books, 2016.
- *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*. Eli Pariser. Penguin Books Limited, Mar 1, 2012. Business & Economics.
- *The Machine in the Ghost: Digitality and its Consequences*. Robin Boast. Reaction Books, 2017.
- *The saturated self* by Kenneth J. Gergen (Basic Books), English version.
- *The Shallows. How the Internet is Changing the Way We Think, Read and Remember*. Nicholas Carr, 2020. Atlantic Books.
- *Understanding Digital Culture.* Vincent Miller. Sage Publishing, (2nd Edition), 2020.
- *The Network Society. A cross-cultural perspective*. Manuel Castells. Edward Elgar Publishing Ltd., 2004.

Artículos Académicos:

- *La cultura digital*. Amparo Lasén y Héctor puente. UOC, Universitat Oberta de Catalunya, 2016.
- *Ruta al nuevo mundo: la construcción social de la cibercultura*. Xavier Brito-Alvarado. Sociología y Tecnociencia. Revista Digital del Sistema Tecno-científico, 2015.
- *'De la digitalización de la cultura a la cultura digital'*, (Dossier), Coord. Pau Alsina. Revista Digithum. Las humanidades en la era digital, Nº12, Mayo 2010.
- *El pensamiento crítico en la hipermodernidad: turbotemporalidad y pantallas.* J.C. Ruiz Sánchez, Universidad de Córdoba. Ámbitos, 2018, (pp.77-87).

Bibliografía Complementaria

Al inicio del curso el profesor facilitará a los estudiantes lecturas complementarias (artículos académicos, periodísticos, documentales, entrevistas, films, etc. Distintos materiales en relación con la asignatura.)

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"
https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792