

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
<b>Nombre completo</b>	Cultura Digital
<b>Código</b>	E000005096
<b>Título</b>	<a href="#">Grado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pontificia Comillas</a>
<b>Impartido en</b>	Grado en Periodismo y Grado en Comunicación Audiovisual [Tercer Curso] Grado en Comunicación Audiovisual [Tercer Curso]
<b>Nivel</b>	Reglada Grado Europeo
<b>Cuatrimestre</b>	Semestral
<b>Créditos</b>	6,0 ECTS
<b>Carácter</b>	Obligatoria (Grado)
<b>Departamento / Área</b>	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
<b>Responsable</b>	Javier Mato
<b>Horario</b>	Ver web Cesag
<b>Horario de tutorías</b>	Bajo petición
<b>Descriptor</b>	Esta asignatura es fundamental para entender los impactos que 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 de las nuevas realidades online, etcétera.

Datos del profesorado	
<b>Profesor</b>	
<b>Nombre</b>	Javier Mato Veiga
<b>Departamento / Área</b>	Departamento de Ciencias de la Comunicación
<b>Despacho</b>	14
<b>Correo electrónico</b>	<a href="mailto:jmato@cesag.comillas.edu">jmato@cesag.comillas.edu</a>
<b>Profesor</b>	
<b>Nombre</b>	Nuria Blanco Hernández
<b>Departamento / Área</b>	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
<b>Correo electrónico</b>	<a href="mailto:nblanco@cesag.comillas.edu">nblanco@cesag.comillas.edu</a>

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>
<p>The professions linked to communication are experiencing a radical change. Since the mid-nineties, the emergence of the Internet, that before that date existed with little implementation, journalists, creators of audiovisual content, advertising and all Cultural producers, both writers and musicians, are seeing how the network introduces new approaches to their specialties. These new practices, in turn in evolution, imply a profound change in the relationship between the creator and the audience and, even, in</p>

the  
 own definition of them. Today the hearings are producers and these are audience,

### Prerequisitos

No hay.

## Competencias - Objetivos

### Competencias

#### GENERALES

<b>CG04</b>	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)
<b>CG05</b>	Conocer las estructuras y políticas de la comunicación
<b>CG08</b>	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y consumo
<b>CG13</b>	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional
<b>CG14</b>	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

#### TRANSVERSALES

<b>CT04</b>	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente
<b>CT06</b>	Diseñar y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética
<b>CT09</b>	Saber buscar las claves interpretativas de cualquier fenómeno natural, social, económico, histórico y político
<b>CT11</b>	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

<b>CE06</b>	Conocer las estructuras, contenidos y estilos de las industrias audiovisuales así como las distintas variables influyentes en su configuración y procesos
<b>CE09</b>	Ser capaz de definir temas de investigación o creación personal innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de lenguajes audiovisuales o su interpretación.

### Resultados de Aprendizaje

<b>RA01</b>	Conocer el estado de la producción audiovisual contemporánea y de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, etc.)
-------------	--

<b>RA02</b>	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación de la Comunidad Autónoma y sus interrelaciones en el contexto español, europeo y mundial
<b>RA04</b>	Conocer el mercado audiovisual y las formas de promoción y explotación de los contenidos audiovisuales.

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

1. Technology and society. Determinism, social theories, theories incorporating technology as a social actor.
2. Characteristics of the digital culture. Associated phenomena Parallels with philosophy.
3. History of digital culture.
4. The convergence of media.
5. Mutual effects between economy and culture. Globalization Digital divide
6. Socio cultural effects. Identities online. Privacy
7. The world of social networks. Connectivity Culture
8. New perception. Visual culture Addiction
9. The future of new media. Big data Technophobes vs technophiles

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Teacher-student interaction (classroom-On-line)

Focused on the teacher. Theoretical classes

Focused on the student. Seminars, presentations, debate.

Autonomous work of the student (not face-to-face)

Study and individual work.

## 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	
<b>CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)</b>	

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Final exam No resitting	<p>Knowledge of the subject, its interactions is valued.</p> <p>The ability to reflect is valued.</p> <p>The ability to express clearly and accurately the concepts studied is valued.</p> <p>Linguistic correctness is also assessed, from syntax to spelling.</p>	40
Two or three partial tests along the course	Same criteria than the final exam	30
During the course there will be an essay dedicated to the specific degree of the student to develop the fit between the digital culture and the theme of his degree	<p>The quality of the ideas used will be valued.</p> <p>The ability to refer to valuable academic material is valued.</p> <p>The use of acceptable analysis methodologies is valued.</p> <p>Referencing is assessed according to the parameters of the academic activity.</p> <p>The consistency of the explanation will be assessed.</p> <p>The ability to express oneself, language proficiency and correct wording are assessed ...</p>	20
Participation and engagement	Participation is valued following the presence in the classroom, the interventions during the course and the presentations made in the weekly seminars that are organized.	10

### Calificaciones

It is necessary to pass the essay and the final exam so that your score can be counted.

The absence or non-participation, without justified cause, in more than two seminars, will mean a 0 in the evaluation of that instrument.

The essay and the final exam are recoverable.

Partial exams and participation in seminars are not recoverable.

## PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
First partial exam	About week 5	Week 5
Second exam	About week 10	week 10
Third partial exam	Week 15	Week 15
Seminars	Weekly, except on weeks 1, 5, 10 and 15	
Essay	Before Christmas there will be an assessment	Along the course

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

- Miller, Vincent (2011) *Understanding Digital Culture*. Londres. Sage.
- Carr, Nicholas (2010) *The Shallows*. Londres. Atlantic Books.
- Van Dijck, José (2013) *The culture of connectivity*. Oxford. Oxford University Press.
- Manovich, Lev (2013) *Software Takes Command*. Londres. Bloomsbury.
- Keen, Andrew (2012) *Digital Vertigo*. Nueva York. Sant Martin Press.
- Thomson, Clive (2013) *Smarter than you think*. Londres. William Collins.
- Greenfield, Susan (2014) *Mind Change*. Londres. Rider.
- Siapera, Eugenia (2012) *Understanding new media*. Londres. Sage.
- Creeber, Glen & Martin, Royston (2009) *Digital Cultures*. Maidenhead (UK). Open University Press.
- Boyd, Danah (2014) *It's complicated. The social lives of networked teens*. Londres. Yale University Press.
- Hassan, Robert & Thomas, Julian (eds) (2006) *The new media theory reader*. Oxford. Oxford University Press.
- Chun, Wendy Huy & Keenan, Thomas (eds) (2006) *New Media, Old Media. A history and Theory Reader*. Nueva York. Routledge.
- Lovink, Geert & Rasch, Miriam (eds) (2013) *Unlike Us Reader. Social Media Monopolies and Their Alternatives*. Amsterdam. Institute of Network Cultures.
- Wardrip-Fruin, Noah & Montfort, Nick (eds) (2003) *The New Media Reader*. Londres. The MIT Press.
- Castells, Manuel (ed) (2004) *The Network Society. A cross-cultural perspective*. Cheltenham (UK). Edward Elgar.

### Bibliografía Complementaria

Al inicio del curso el profesor facilitará a los estudiantes lecturas complementarias.

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>