

**Tecnologías de la Información y la Comunicación**

Código: 103863  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501935 Publicidad y Relaciones Públicas	FB	1	2

### Contacto

Nombre: Montse Bonet Bagant

Correo electrónico: Montse.Bonet@uab.cat

### Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: Sí

Algún grupo íntegramente en español: No

### Prerequisitos

Para cursar esta asignatura se requiere una buena comprensión lectora del inglés, así como el nivel de comprensión lectora, redacción y expresión en castellano y catalán adecuados a un primer curso de carrera universitaria.

### Objetivos y contextualización

La asignatura se ubica dentro de la materia Comunicación, impartida en el primer y segundo curso del grado. Por lo tanto, los objetivos formativos de esta asignatura se materializan en el conjunto que forma con el resto de las asignaturas de la materia, todas ellas de 6 créditos ECTS y de formación básica: *Historia de la comunicación, Estructura de la comunicación, Lenguajes comunicativos escritos y audiovisuales y Teorías de la comunicación.*

Tal y como se define en el plan de estudios, el objetivo de esta asignatura es el estudio de las tecnologías asociadas al desarrollo de la sociedad de la información y el conocimiento, considerando especialmente su impacto en la innovación y en la creación de entornos socio-culturales. Se trata de reflexionar sobre el papel de las tecnologías en la sociedad y la industria publicitaria, así como su impacto en la comunicación ciudadana. En resumen, el objetivo fundamental es dar las claves básicas de interpretación de las tecnologías y de su papel en la sociedad.

Específicamente, los objetivos de la asignatura son los siguientes:

- Conocer cuáles son los procesos técnicos que intervienen en la comunicación canalizada por diversas plataformas de contenidos audiovisuales.
- Aprender cuáles son los principales instrumentos tecnológicos que intervienen en estos procesos y las innovaciones que se están produciendo en este terreno, para ver cómo ello puede influir en el trabajo del comunicador, en los mensajes y en su recepción.
- Reflexionar críticamente sobre el discurso tecnológico y la aplicación de las tecnologías de la información y de la comunicación en el trabajo publicitario de la comunicación en general.

### Competencias

- Aplicar el pensamiento científico con rigor.

- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes publicitarios.
- Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
- Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en las lenguas oficiales (catalán y castellano) como en una tercera lengua.
- Diferenciar las principales teorías de la disciplina, sus campos, las elaboraciones conceptuales, los marcos y enfoques teóricos que fundamentan el conocimiento de la disciplina y sus diferentes ámbitos y subáreas, así como su valor para la práctica profesional mediante casos concretos.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.
- Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.

## Resultados de aprendizaje

1. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
2. Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes publicitarios.
3. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
4. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
5. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
6. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en las lenguas oficiales (catalán y castellano) como en una tercera lengua.
7. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
8. Relacionar el análisis social y los impactos de las nuevas tecnologías de la comunicación.
9. Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.

## Contenido

La asignatura gira alrededor de unos grandes temas, de sólida base teórica, pero que suelen incluir una constante actualización, siguiendo el propio desarrollo del discurso sobre la tecnología y, en especial, de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Es por ello por lo que el seguimiento de determinadas fuentes de información más o menos especializadas tiene un peso relevante. Los grandes ejes alrededor de los cuales se articula el contenido son:

1. Introducción conceptual a las TIC.
2. El discurso tecnológico: deterministas y constructivistas; tecnofílicos y tecnofóbicos.
3. Ciclo vital de las tecnologías.
4. Difusión de la innovación: qué es innovador y qué no lo es; qué se considera un éxito i qué se considera un fracaso.
5. La lógica de la estandarización de sistemas técnicos.
6. El discurso tecnológico de la Sociedad de la Información.
7. Sistemas de transmisión: plataformas de distribución, comunicación y publicidad.
8. La importancia del espectro radioeléctrico.

## Metodología

La adquisición de conocimientos y competencias por parte del alumnado se hará a través de diversos procedimientos metodológicos que incluyen clases magistrales en el aula, ejercicios de debate y reflexión propuestos por la profesora, lecturas y seminarios, además de los materiales textuales y audiovisuales de apoyo disponibles a través del Moodle.

En concreto, se harán cinco seminarios sobre temas específicos del temario en grupos reducidos, para los que será necesario buscar información previamente, preparar alguna presentación y/ o leer un texto.

Además, se harán clases magistrales participativas en el aula y un trabajo en grupos de cinco o seis personas, que relacione la teoría con los casos específicos de la realidad tecnológica de los medios y la industria publicitaria.

Una vez iniciado el curso, quedarán a disposición de todo el alumnado, en el Moodle, todos los protocolos referidos al funcionamiento del trabajo de curso y de los seminarios.

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
<b>Tipo: Dirigidas</b>			
Clases teóricas	34,5	1,38	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Seminarios	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
<b>Tipo: Supervisadas</b>			
Tutorías	10,5	0,42	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
<b>Tipo: Autónomas</b>			
Lectura, análisis y síntesis de textos, preparación y realización de trabajos	82,5	3,3	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

## Evaluación

El sistema de evaluación continuada está integrado por tres partes diferenciadas, **cada una de las cuales hay que aprobar para superar la asignatura:**

- Examen teórico (40%)
- Seminarios (intervención y trabajos) (25 %)
- Trabajo de curso (incluyendo la presentación) (35 %)

El **trabajo** es una actividad realizada en grupo que será tutorizada a lo largo del semestre. El alumnado deberá evidenciar capacidad de leer críticamente el discurso tecnológico contemporáneo, relacionando la teoría de la asignatura con un concepto, que le será asignado cuando empiece el curso. Del alumnado se espera que utilice la información recogida para construir una descripción completa, elaborar una argumentación sólida e indagar sobre las causas o sobre las consecuencias en el objeto de estudio. El trabajo debe contener una argumentación razonada, basada en las evidencias recogidas mediante el uso de fuentes primarias y secundarias. Se valorará especialmente el conocimiento y la comprensión del concepto analizado, la capacidad de orientar el trabajo hacia un objetivo específico previamente definido y la habilidad para establecer conexiones entre la teoría y los casos concretos. Cuando empiece el curso, se subirá al Moodle el protocolo específico de desarrollo del trabajo y se hablará con cada grupo sobre el concepto a estudiar. La nota del trabajo incluirá su presentación a final de curso.

En cuanto al funcionamiento de los **seminarios**, la nota deriva de la información conseguida previamente y/o la presentación en grupo y/o la práctica hecha en el aula. La intervención en los seminarios se articulará a partir de las pautas que se facilitarán y subirán al Moodle. Cada sesión contará previamente con un protocolo explicativo de funcionamiento.

Existe un segundo criterio de tipo formal y naturaleza sustractiva, es decir, su cumplimiento no aumenta la puntuación final pero su incumplimiento resta puntos. En concreto, se valorará el cumplimiento de las

características técnicas explicitadas en la pauta que se ofrecerá al inicio del curso (tipografía, cuerpo, interlineado, alineación y márgenes), a razón de 2 décimas por característica. La ortografía también es un criterio formal. Cada falta de ortografía restará 0,3 puntos. Los errores de citación y elaboración y tratamiento de las referencias usadas en el trabajo restarán 0,3 puntos.

**El examen teórico** será de tipo test e incluirá lo que se ha visto y hecho en **las sesiones teóricas de clase, en los seminarios y las lecturas que deberán hacerse a lo largo del curso.**

#### Sobre el periodo y las condiciones de re-evaluación

Podrán acogerse a estas actividades los / las alumnos/as que cumplan las siguientes condiciones:

En caso de haber suspendido:

- que hayan obtenido una nota mínima de 3 en el examen de teoría,
- que hayan obtenido una nota mínima de 3,5 en el trabajo con las siguientes excepciones: no se re-evaluará un trabajo plagiado en parte o en su totalidad (es un 0 directamente) o aquellos que no cumplan los requisitos formales especificados previamente (que tengan faltas de ortografía, no cumplan los mínimos en cuanto a citación, etc.).

En caso de querer subir nota:

- que la calificación sea igual o superior a 8 y avisen con antelación. Atención: la presentación a esta prueba puede comportar, si fuera el caso, una bajada de la nota.

**Los seminarios NO son re-evaluables en ningún sentido.**

### Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen teórico	40%	2	0,08	1, 3, 7, 8
Seminarios (intervención y trabajos)	25%	2,5	0,1	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Trabajo de curso (incluyendo la presentación)	35%	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

### Bibliografía

#### Referencias documentales básicas

Beutler, Roland (2017) *Evolution of Broadcast Content Distribution*. Switzerland: Springer.

Bijker, Wiebe E., Hughes, Thomas P., Pinch, Trevor J. (eds.) (1989) *The Social construction of technological systems: new directions in the sociology and history of technology*. Cambridge (EUA): MIT Press.

Bonet, Montse; Corominas, Maria; Fernández Alonso, Isabel; Díez, Mercè (2009) 'Keys to the failure of DAB in Spain'. *Journal of Radio and Audio Media* 16(1): 83-101.

Bonet, Montse (coord.) (2016) *El imperio del aire. Espectro radioeléctrico y radiodifusión*. Barcelona: UOC. Libro en línea.

De la Cueva, Javier (2015) *Manual del Ciberactivista. Teoría y Práctica de las Acciones Micropolíticas*. Bandaáparte Editores.

Donsbach, Wolfgang (ed.) (2008) *The International Encyclopedia of Communication*. Oxford: Blackwell.

- Fernández-Quijada, David (2011) *Medi@TIC. Anàlisi de casos de tecnologia i mitjans*. Barcelona: Editorial UOC. Libro en línea.
- Fernández-Quijada, David (2013) *La innovación tecnológica. Creación, difusión y adopción de las TIC*. Barcelona: UOC.
- Fernández-Quijada, David & Ramos-Serrano, Marina (eds.) (2014) *Tecnologías de la persuasión. Uso de las TIC en publicidad y relaciones públicas*. Barcelona: UOC.
- Henderson, Rebecca M., Clark, Kim B. (1990) 'Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms'. *Administrative Science Quarterly* 35(1): 9-30.
- Lax, Stephen (2009) *Media and Communication Technologies. A Critical Introduction*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Lehman-Wilzig, Sam & Cohen-Avigdor, Nava (2004) 'The natural life cycle of new media evolution: Inter-media struggle for survival in the internet age'. *New Media & Society* 6(6): 707-730.
- Lievrouw, Leah A. & Livingstone, Sonia (eds.) (2002) *Handbook of new media: social shaping and consequences of ICTs*. London: Sage.
- McLuhan, Marshall (1996) *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós (original de 1964).
- McStay, Andrew (2010): *Digital Advertising*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Morozov, Evgeny (2015) *La locura del solucionismo tecnológico*. Madrid: Clave Intelectual.
- Niqui, Cinto (2011) *Fonaments i usos de tecnologia audiovisual digital* (E-PUB, llibre electrònic). Barcelona: Editorial UOC.
- Pariser, Eli (2011) *The filter bubble. What the Internet is hiding from you*. London: Penguin Books.
- Peirano, Marta (2015) *El Pequeño Libro Rojo del Activista en la Red*. Barcelona: Rocaeditorial.
- Roe Smith, Merritt & Marx, Leo (eds.) (1996) *Historia y determinismo tecnológico*. Madrid: Alianza Editorial.
- Rogers, Everett M. (2003) *Diffusion of Innovations*, 5a ed. New York: Free Press.
- Ronderos, Paula & Valderrama, Andrés (2003) 'El futuro de la tecnología: una aproximación desde la historiografía'. *Revista iberoamericana de ciencia, tecnología, sociedad e innovación* 5 [http://www.oei.es/revistactsi/numero5/articulo5.htm].
- Sax, David (2016) *The Revenge of Analog. Real Things and Why They Matter*. New York: Public Affairs.
- Scolari, Carlos (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Tosoni, Simone with Trevor Pinch (2017) *Entanglements. Conversations on the Human Traces of Science, Technology, and Sound*. Cambridge: MIT. Libro en línea.
- Turow, Joseph (2011): *The Daily You. How the new advertising industry is defining your identity and your worth*. New Haven: Yale University Press.
- El resto de las fuentes irá dándose a lo largo del curso, especialmente para el trabajo de curso o siempre que lo solicite alguien.