



FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 46807

Nombre: Culturas en la sociedad digital

Ciclo: Máster Universitario Oficial

Créditos ECTS: 3

Curso académico: 2026-27

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2258 - Máster Universitario en Sociedad Digital	Facultat de Ciències Socials	1	Segundo cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
2258 - Máster Universitario en Sociedad Digital	Culturas en la sociedad digital	OBLIGATORIA

COORDINACIÓN

RESUMEN

Esta asignatura se divide en cuatro temas que tratan algunas de las cuestiones que están adquiriendo mayor relevancia en el ámbito de la cultura entendida de una forma amplia. Veremos el impacto de las tecnologías en las identidades colectivas, los sistemas de clasificación social y simbólica y las relaciones de poder en las interacciones sociales de las comunidades virtuales (tema 1); la huella sobre las ontologías de lo humano/no-humano de la tecnociencia y los nuevos imaginarios surgidos de la relación humano-máquina y su impacto sobre las nociones del cuerpo y la sexualidad (tema 2); se estudiarán los consumos culturales y las culturas de gusto en términos de diferenciación y desigualdad, y la generación de un nuevo eje de desigualdad, el digital divide, o la generación de un capital digital específico (tema 3); se abordará la transformación de la intermediación cultural y su concentración en grandes plataformas digitales, así como la mutación de la noción de autoría creativa con la digitalización y el desarrollo de la IA (tema 4).

CONOCIMIENTOS PREVIOS

RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN



No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

2258 - Máster Universitario en Sociedad Digital

Actuar con autonomía en el aprendizaje, tomando decisiones fundamentadas en diferentes contextos, emitiendo juicios en base a la experimentación y el análisis y transfiriendo el conocimiento a nuevas situaciones.

Aplicar e integrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos para analizar casos reales de la economía digital, el trabajo, la educación, la cultura o la gobernanza en la sociedad digital

Conocer y comprender, desde el propio ámbito de la titulación, las desigualdades por razón de sexo y género en la sociedad; integrar las diferentes necesidades y preferencias por razón de sexo y de género en el diseño de soluciones y resolución de problemas

Demostrar una comprensión minuciosa y fundamentada de los aspectos teóricos y prácticos de los cambios del entorno laboral, cultural, comunicativo y educativo influenciados por la transformación digital

Desarrollar la capacidad para trabajar en equipos multidisciplinares y en entornos digitales, asumiendo la responsabilidad de su propio desarrollo profesional y de su especialización en este campo de estudio

Integrar conocimientos de economía, derecho, comunicación, cultura y sociología para abordar problemas interdisciplinares en el contexto de la sociedad digital, y ser capaz de transmitir de un modo claro y sin ambigüedades los resultados procedentes de la investigación

Proponer soluciones creativas e innovadoras a situaciones o problemas complejos, propios del ámbito de conocimiento, para dar respuesta a las diversas necesidades profesionales y sociales.

Saber comunicarse de manera efectiva, tanto de forma oral como escrita, adaptándose a las características de la situación y de la audiencia.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Comunidades virtuales e identidades colectivas

Las nuevas tecnologías de la comunicación proporcionan contextos proclives o facilitadores para



las viejas y nuevas representaciones del otro, las identificaciones colectivas, las revitalizaciones étnicas, los proyectos diaspóricos y transnacionales, así como para las relaciones interétnicas y la proliferación de las retóricas de exclusión y las diferentes manifestaciones del racismo. De esta manera, la red global provee un nuevo espacio de comunicación donde se manifiestan y emergen las redes sociales y donde se crean y recrean comunidades e identidades colectivas. Pero este nuevo espacio digital también constituye un lugar donde reificar, (re)esencializar y (re)naturalizar las diversidades culturales, invisibilizando doblemente, una vez más, los procesos históricos, las interacciones sociales y las relaciones de poder que las crean y recrean.

2. Giro ontológico, transhumanismo y conexión humano-máquina

Los imaginarios surgidos desde el interior o en torno al desarrollo de la tecnociencia, conformación de epistemologías híbridas y el surgimiento de nuevas ontologías de lo humano, tienen implicaciones antropológicas y filosóficas ¿como el transhumanismo, que pretende la superación de lo biológico gracias a la tecnología¿, y un impacto en los usos discursivos y las prácticas culturales, dando paso a prácticas como el cuidado y modificación corporal, el diseño urbano, la sexualidad tecnológicamente mediada o las intimidades digitales en red.

3. Dinámicas de creación y consumo cultural en la sociedad digital

La digitalización de las formas de creación y difusión han desestabilizado la figura del creador y la autoría, potenciando las formas virales y de mezcla a través de las redes sociales, un proceso que desinstitucionaliza las profesiones creativas y fomenta la lógica de la reputación digital. Además, en este proceso se han potenciado las tendencias existentes en la conformación de las prácticas y consumos culturales como las culturas de gusto según clase social, género o trayectoria social en términos de diferenciación y desigualdad. Se estudiará las afinidades electivas entre estilos de vida y culturas de consumo contemporáneas.

4. Plataformas digitales e industrias creativas



La intermediación cultural y la difusión centra progresivamente en las grandes plataformas digitales que ejercen no sólo de distribuidoras de productos o acceso, sino que se convierten en generadoras de contenido y de reputaciones en un proceso de creciente oligopolización. Así, la digitalización de las formas de creación y consumo junto con el desarrollo de la IA ha supuesto un replanteamiento de la noción de derecho de autor con el surgimiento de formas alternativas de gestión de derechos, lo que ha generado un debate político, económico y legal sobre la noción moderna de autor y obra. Ello impone encontrar nuevas fórmulas de protección de los creadores y su profesionalización, a los consumidores del uso de sus datos y con ello de la regulación de las plataformas digitales para proporcionar sostenibilidad al ecosistema cultural digital.

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	24,00
Prácticas en aula	6,00
Total horas	30,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	0,00
Estudio y trabajo autónomo	0,00
Preparación de clases	0,00
Preparación de actividades de evaluación	0,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	0,00

METODOLOGÍA DOCENTE

Clase magistral participativa

Presentación y análisis de casos prácticos o de datos (o hechos)

Trabajos de asignatura

Asistencia y participación en talleres, seminarios y conferencias

cias

EVALUACIÓN



Examen (60%)

Elaboración de la práctica 1, tema 1-2 (20%)

Elaboración de la práctica 2, tema 2-3 (20%)

BIBLIOGRAFÍA

Ariño Villarroya, Antonio (2009). El movimiento open :La creación de un dominio público en la era digital. València: Universitat de València.

Calderón Gómez, Daniel (2020). «The third digital divide and bourdieu: Bidirectional conversion of economic, cultural, and social capital to (and from) digital capital among young people in madrid», *New Media & Society*, , 1461444820933252.

Cardon, D. (2019). *Culture numérique*. Paris: Les Presses de Sciences Po.

Hesmondhalgh, David, Osborne, Richard, Sun, Hyojung, y Barr, Kenny (2021). *Music creators¿ earnings in the digital era* . Newport: Intellectual Property Office.

Jordan, T. (2008). *Hacking. digital media and technological determinism*. Cambridge: Polity Press.

Lévy, Pierre (2007). *Cibercultura. la cultura de la sociedad digital*. México: Anthropos. Miller, Vincent (2014). *Understanding digital culture*. London: Sage.

Pecourt Gracia, Juan, y Rius-Ulldemolins, Joaquim (2018). «La digitalización del campo cultural y los intermediarios culturales: Una crítica social del utopismo digital», *Revista Española De Investigaciones Sociológicas*, 162, 73-90.

Pizzi, Alejandro, Pecourt, Juan, y Rius-Ulldemolins, Joaquim (2023). «De la ¿brecha digital¿ al control de internet. usos, actitudes y participación digital en españa», *Revista Española De Sociología*, 32(3), a178. R

Ragnedda, Massimo (2017). *The third digital divide. A weberian approach to digital inequalities*. London: Routledge.

Ahmad, P. (2022): Digital nationalism as an emergent subfield of nationalism studies. The state of the field and key issues. *National Identities*, Volume 24, Issue 4, 307-317.

Brinkerhoff, J.M. (2009): *Digital Diasporas. Identity and Transnational Engagement*. Cambridge University Press.

Eriksen, T.H. (2007): Nationalism and the Internet. *Nations and Nationalism* 13 (1): 1¿17. Fuchs, C. (2019): *Nationalism on the Internet. Critical theory and ideology in the age of fake news and social media*. Routledge.



Haraway, D. (1991), ¿Manifiesto para cyborgs: ciencia, tecnología y feminismo socialista a finales del siglo XX?, en Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza, Madrid; Catedra, pp. 251-311.

Ihde, D. (2002), Los cuerpos en la tecnología. Nuevas tecnologías, nuevas idas en torno a nuestro cuerpo, Barcelona; UOC. <https://www.uoc.edu/dt/esp/ihde0704/ihde0704.pdf>

Karim, K.H. & A. Al-Rawi Eds. (2018): Diaspora and Media in Europe. Migration, Identity, and Integration. Palgrave Macmillan. Leung, L. (2017): Virtual Ethnicity. Race, Resistance and the World Wide Web. Routledge.

Marotta, V. (2011): New Online Ethnicities and the Politics of Representation, Journal of Intercultural Studies, 32:5, 539-553.

Mihelj, S., & Jiménez-Martínez, C. (2021). Digital nationalism: Understanding the role of digital media in the rise of new nationalism. Nations and Nationalism 27(2), 331-346. <https://doi.org/10.1111/nana.12685>