

# Las TIC aplicadas a la comunicación pública

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN DE LA  
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

***UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO***

Este documento puede utilizarse como documentación de referencia de esta asignatura para la solicitud de reconocimiento de créditos en otros estudios. Para su plena validez debe estar sellado por la Secretaría de Estudiantes UIMP.



## DATOS GENERALES

### Breve descripción

La incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación pública ha introducido cambios fundamentales en los sistemas políticos democráticos y ha supuesto nuevas posibilidades de relación entre los ciudadanos y las Administraciones Públicas. Las TIC pueden ayudar a mejorar los canales de información, comunicación, deliberación y participación de los ciudadanos en la toma final de decisiones públicas, haciéndolos más inmediatos, sencillos y efectivos.

El objetivo general es entender cómo las tecnologías de la información afectan a la comunicación pública en sus canales, contenidos, tiempos... y especialmente en su relación con los ciudadanos y los medios de comunicación.

### Objetivos específicos

Al finalizar la asignatura, los alumnos serán capaces de:

- Tener un conocimiento actualizado de la utilidad de los avances tecnológicos para la comunicación de la Administración Pública.
- Habrán adquirido los conceptos básicos y las variables relevantes (calidad, usabilidad, accesibilidad, interactividad, etc.) que influyen en la influencia de los nuevos medios.
- Podrán adoptar criterios para seleccionar con eficacia y eficiencia las innovaciones tecnológicas que mejor se adecúan a las necesidades de comunicación de la Administración Pública ante situaciones concretas.
- Tendrán la capacidad para identificar, segmentar e interactuar en Red con los públicos de la Administración Pública.

### Título asignatura

Las TIC aplicadas a la comunicación pública

### Código asignatura

101932

### Curso académico

2016-17

**Planes donde se imparte**

[MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA](#)

**Créditos ECTS**

3

**Carácter de la asignatura**

OPTATIVA

**Duración**

Anual

**Idioma**

Castellano

# CONTENIDOS

## Contenidos

- Las TIC y los avances hipermedia *online* y *offline* en la comunicación *above the line* y *bellow the line* en el sector público.
- Interfaces ubicuas y canales interactivos en red.
- Potencialidad tecnológica y comunicación interactiva en la Administración Pública.
- Diseño y difusión de estrategias y mensajes en la red y en las redes sociales.
- Diseño de portales institucionales, micro-sites, canales y plataformas audiovisuales (YouTube), difusión de vídeos y spots virales, transmisión de eventos, blogs y nano-blogs.
- Diseño de redes sociales y comunidades virtuales como Twitter, MySpace, Facebook, LinkedIn, Second Life, etc.
- Monitoreo y análisis de los resultados obtenidos mediante la comunicación en Red.

## COMPETENCIAS

### Generales

CG2 - Comprender de forma sistemática la información relevante, su contexto y cómo aplicarla a situaciones complejas, teniendo en cuenta cómo afecta a los diferentes actores y ámbitos de cada situación comunicativa.

CG3 - Desarrollar un pensamiento estratégico de la comunicación que permita identificar y diagnosticar problemas, definir objetivos y secuenciar acciones dentro de un planteamiento integral y relacional de la comunicación.

CG5 - Capacidad para comunicarse creativa y correctamente tanto de forma oral como por escrito, utilizando la tecnología más actual, y adaptándose a los distintos registros en los que hay que hacer llegar el mensaje a los distintos públicos.

### Específicas

CE5 - Diseñar, implementar y evaluar planes de comunicación para la Administración Pública.

CE8 - Capacidad para formular y desarrollar la política informativa de las organizaciones públicas.

CE9 - Anticipar, desde el punto de vista de la comunicación, los riesgos y las crisis del sector público, así como identificar las necesidades para gestionarlos eficazmente.

CE10 - Conocimiento actualizado de las utilidades de las nuevas tecnologías para la Administración Pública.

CE11 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la comunicación aplicada al sector público.

## **PLAN DE APRENDIZAJE**

### **Actividades formativas**

AF1 - Clases presenciales

AF2 - Trabajo en grupo

AF3 - Trabajo individual

AF5 - Lectura de documentos y análisis y búsqueda de otras fuentes de información

AF6 - Trabajo autónomo

### **Metodologías docentes**

Se utilizará una metodología que combinará las clases teóricas con casos prácticos y talleres que propiciarán la participación activa de los participantes con el objetivo de compartir dudas y experiencias.

## **SISTEMA DE EVALUACIÓN**

### **Descripción del sistema de evaluación**

EV1 - Valoración de la asistencia y de la participación en la actividades formativas (20%)

EV3 - Evaluación del trabajo en grupo y, en su caso, valoración de su presentación oral (50%)

EV4 - Evaluación de los trabajo individuales y, en su caso, valoración de su presentación oral (30%)

## PROFESORADO

### Profesor responsable

**Rubio Núñez, Rafael**

*Catedrático de Derecho Constitucional  
Universidad Complutense de Madrid*

### Profesorado

**Álvarez Sabalegui, David**

*Analista y Consultor en Social Media  
Dog Comunicación S.L.*

**Criado Grande, Juan Ignacio**

*Profesor Contratado Doctor en Ciencia Política  
Universidad Autónoma de Madrid*

# HORARIO

## Horario

Todas las asignaturas optativas se impartirán en los dos cursos académicos, en el segundo y cuarto cuatrimestre:

- Ver aquí [Calendario edición 2016/2018](#) (alumnos en primer curso)
- Ver aquí [Calendario edición 2015/2017](#) (alumnos en segundo curso)

# BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES RELACIONADOS

## Bibliografía

### Parte 1

CASTELLS, Manuel, 2006 (Ed.) *La sociedad red: una visión global*, Alianza, Madrid.

GALLEGO, José A. *Comunidades y redes*.

SHIRKY, Clay, 2008 *Here comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*, The Penguin Press, Nueva Jersey.

TRIPPI, Joe, &#8232;2004 *The Revolution Will Not Be Televised: Democracy, the Internet, and the Overthrow of Everything*, Regan Books, Nueva York.

UGARTE, David de. 2008, *El poder de las redes*. Barcelona, Ediciones el Cobre.&#8232; 2010. Disponible [en este enlace](#).

Artículos:

Raymond, Eric S. *La Catedral y el bazar* (disponible online)

HIMANEN, Pekka, &#8232;2002 *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*, prólogo de Linus Torvalds y epílogo de Manuel Castells, Ediciones Destino, Madrid.

### Parte 2

CALDERÓN, C. LORENZO, S. *Gobierno abierto*. Algón ediciones.

CAMPOS, E. y COROJAN, A. *Gobierno abierto: alcance e implicaciones*. Fundación Ideas (Disponible online)

VVAA, *Cómo abrir un gobierno*. Goberna. (Disponible online)

Parlamentos abiertos : tecnología y redes para la democracia /Rafael Rubio Núñez (coord.). Madrid: Congreso de los Diputados, Departamento de Publicaciones, D.L. 2014. 433 p.; 18 cm. (*Cuadernos del Congreso de los Diputados*; 9)

Parlamentos abiertos a la sociedad (Recurso electrónico): participación y monitorización. Coordinadores, Irene Ramos Vielba, Miguel Ángel Gonzalo, Eva Campos Domínguez. Madrid. Fundación Ideas: Friedrich Ebert Stiftung, D.L. 2013.

Ramírez Alujas, A, J. Hofman, A. *La promesa del gobierno abierto* (disponible online)

Criado y Rojas. *Casos de éxito en redes sociales digitales de la administraciones públicas* (disponibles online)

### Parte 3 - Movilización

Tascón, M. y Quintana, Y. (2012), *Ciberactivismo. Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas*. Madrid: Ed. Catarata.

Castells, M. (2006), *La sociedad red: Una visión global*, Madrid: Ed. Alianza.

Castells, M. (2012), *Redes de indignación y esperanza*, Madrid: Ed. Alianza.

Fernandes Araujo, W., *Quantcusta mudar o mundo? Análise da dimensão discursiva do ciberactivismo na Wikileaks*. Ponencia XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación ALAIC. Montevideo, 2012.

Rubio, R. (2012), La movilización política y las nuevas comunidades: una aproximación a las campañas electorales, en *Cuadernos para el dialogo*, n. 27. Lima.

Cruz, R. y Pérez, M. (eds.) (1997), *Cultura y movilización en la España contemporánea*, Madrid: Ed. Alianza.

Amnistía internacional (2009), *Herramientas y sugerencias para un ciberactivismo eficaz*, disponible [en este enlace](#).

Montero, M.J. (2003), *El marketing de las ONGD. La gestión del cambio social*, Madrid: Colección ETEA.

Kotler, P. y Roberto E. (1992), *Marketing social. Estrategias para cambiar la conducta pública*, Madrid: Ediciones Díaz de los Santos.

Tucho, F. (2008), *Participación y movilización en el ámbito de la comunicación*, Madrid: ISF.

Himanen, P. et al. (2002), *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona: Ed. Destino.

Aguilar Nàcher, I. (2013), *El debate sobre el movimiento indignado como marco de las iniciativas ciudadanas de vigilancia y participación política*. Madrid/Santiago de Chile, disponible [en este enlace](#).

Candón Mena, J. (2011), *Internet en movimiento: Nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información*, Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid, disponible [en este enlace](#).

Haro Barba, C y Sampedro, V. (2011), "Activismo político en red: del Movimiento por la Vivienda Digna al 15-M", en *Revista Teknocultura*, vol. 8, n. 2, disponible [en este enlace](#).

Joyce, M. (ed) (2010), *Digital Activism Decoded. The new Mechanics of Change*, Nueva York:

International Debate Education Association.

Lago Martínez, S. y Maura, M.S. (2012), *Cibercultura y activismo social y político*. Ponencia XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación ALAIC. Montevideo, 2012.

Peña-López, I. (2013), *Casual Politics. Del clicktivismo a los movimientos emergentes y el reconocimiento de patrones*. II Jornadas españolas de ciberpolítica. Madrid, 2013.

Reinhgold, H. (2004), *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*, Barcelona: Gedisa.

Resina, J. (2010), "Ciberpolítica, redes sociales y nuevas movilizaciones en España: El impacto digital en los procesos de deliberación, movilización y participación ciudadana", en *Mediaciones Sociales*, vol. 7, II semestre, disponible [en este enlace](#).

Rodríguez, E. (2013), *Hipótesis Democracia. Quince tesis para la revolución anunciada*, Madrid: Traficantes de sueños.

Toret, J. (2013), *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. IN3. WorkingPaper Seri4s. UOC. Barcelona, 2013

Webs:

-

[Ictology.net](#)

[Rafarubio.es](#)

[Gutierrez-rubi.es](#)

#### **Parte 4 - Análisis de Datos**

Muñoz, Gemma y Elósegui, Tristán (2011), *El Arte de Medir, manual de analítica web (La analítica web como herramienta de negocio)*, Madrid: Profit Editorial.

Adams, Paul (2012), *Grupos, la unión hace la fuerza en la web social*, Madrid: Anaya Multimedia; Social Business.

Kaushik, Avinash (2011), *Analítica Web 2.0 (El arte de analizar resultados y la ciencia de centrarse en el cliente)*, Barcelona: Gestión 2000.

Webs de referencia en Analítica:

[Socialancer](#)

[Blog de Tristán Elósegui](#)

Artículos destacados:

[Claves para sacar el mayor partido de los datos](#)

[Diccionario con términos de analíticas en redes sociales y web](#)

[10 claves para entender la Escucha Activa en redes sociales](#)

[10 claves imprescindibles para hacer Escucha Activa](#)

[¿Qué es y para qué sirve un dashboard?](#)

[Las 6 métricas de Facebook imprescindibles para los especialistas de Marketing](#)

[Métricas de Twitter que no debes ignorar](#)

[Influencers en redes sociales: cómo encontrar a los de tu sector. 5 perfiles](#)

[¿Por qué un profesional digital debe aprender visualización de datos?](#)

[Carlos Gámez Kindelan "Cada vez más empresas se dan cuenta del valor que aporta visualizar sus datos"](#)

[Recursos sobre visualización de datos](#)

[14 herramientas para una visualización de datos atractiva](#)