



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
COMISIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



**Datos de Identificación del Programa**

<b>Denominación:</b> Comunicación y Política en la Web 2.0		
<b>Código</b>	<b>U.C.:</b> 3	<b>H/S:</b> 3 Horas
<b>Área:</b> Maestría en Comunicación Social		
<b>Prelación:</b> Ninguna		
<b>Tipología:</b> Profesional/Práctica (Seminario / Electiva)	<b>Nivel:</b> Primer	<b>Tipo de Curso:</b> Seminario / Electiva
<b>Autor (es):</b> María Eugenia Peña		

---

Aprobación

---

Sello

<p><b>Fundamentación:</b></p>	<p>Gracias al desarrollo tecnológico, el entorno comunicacional ha cambiado los medios de comunicación tradicionales se suman nuevos espacios de interacción en los que las personas pueden relacionarse, compartir información, interesarse comunicarse con sus gobernantes, etc. Esos espacios son diversos; dentro de ellos empiezan a cobrar auge los incluidos en la llamada Web 2.0, que reúne aplicaciones como redes sociales, blogs y microblogs que se han popularizado rápidamente. Estas aplicaciones se han convertido en herramientas para que los ciudadanos organizados, los medios de comunicación, las empresas y los políticos, por su nombre algunos grupos, diversifiquen sus canales de relación e influencia.</p> <p>Es por eso que conviene aproximarse a este elemento del nuevo entorno comunicacional a fin de comprender y valorar su potencial como ámbito de comunicación, para generar investigaciones en torno a él o propuestas para su uso efectivo por parte de medios de comunicación, empresas, grupos organizados y demás actores sociales. Con este curso de ampliación se busca fomentar proyectos de investigación enmarcados en las líneas de Comunicación política y políticas de comunicación, y Tecnologías de la información y la comunicación, sociedad y cultura.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer los usos que medios de comunicación, organizaciones y grupos sociales dan a la Web 2.0 para diversificar los espacios de comunicación y ganar visibilidad e influencia en la sociedad.</li> </ul> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar el potencial de la Web 2.0 para favorecer procesos de participación ciudadana, construcción de agendas y relación con públicos clave.</li> <li>• Proponer estrategias para el uso efectivo de la Web 2.0 con fines comunicacionales o políticos.</li> <li>• Valorar la importancia de la Web 2.0 dentro del nuevo entorno comunicacional.</li> </ul>
<p><b>Contenidos:</b></p>	<p>I. Web 2.0: hacia una definición y caracterización</p> <p>I.1. Definición de la web 2.0</p> <p>I.2. El mapa de la Web 2.0: las aplicaciones</p> <p>I.3. La Web 2.0 en el entorno comunicacional</p> <p>II. Usos periodísticos de la Web 2.0</p> <p>II.1. La Web 2.0 como plataforma de productos de los medios de comunicación</p> <p>II.2. Uso de la Web 2.0 para la construcción de la agenda mediática</p> <p>III. La comunicación organizacional a través de la Web 2.0</p> <p>III.1. Uso de la Web 2.0 para la comunicación externa</p> <p>III.2. Uso de la Web 2.0 para la comunicación interna</p> <p>IV. Construcción de agenda política usando la Web 2.0</p> <p>V.1. El proceso de construcción de agenda</p> <p>V.2. Actores y factores que intervienen en la construcción de agenda</p> <p>V.3. Experiencias de construcción de agendas pública y política usando aplicaciones de la Web 2.0 como herramientas de comunicación.</p>
<p><b>Metodologías y</b></p>	<p>El curso se realizará siguiendo las pautas de un seminario atendiendo a una metodología de trabajo basada fundamentalmente en la investigación,</p>

<b>Estrategias:</b>	discusión y participación de los estudiantes. La investigación deberá basarse en uno de los temas propuestos en la primera reunión al inicio de las clases.
<b>Recursos:</b>	Pizarrón y Marcadores, Video Beam, Presentaciones, Diapositivas.
<b>Evaluación:</b>	<p>La evaluación del curso se realizará atendiendo a una metodología de trabajo basada fundamentalmente en la investigación y en la más amplia discusión y participación de los estudiantes, consistirá en un examen parcial y un trabajo final sobre algún tema señalado en el curso, el cual tendrán que exponer en la fecha indicada por el profesor, dicha evaluación final se debe realizar teniendo presente la posibilidad de convertirlo en un trabajo de grado.</p>
<b>Bibliografías:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anderson, P. (2007). What is Web 2.0? Ideas, technologies and implications for education. <i>JISC Technology &amp; Standards Watch</i>, 1-64.</li> <li>• Bekkers, V., Edwards, A., Moody, R., y Beunders, H. (2008). New media, micromobilization and political agenda setting: how young people have used web 2.0 to change the education agenda in the Netherlands. <i>EGPA 2008 Conference</i>. Rotterdam.</li> <li>• Calle, K. (2009). <i>The Use of Twitter as a Mobilization Tactic in the 2009 Iranian Election Protests</i>. Recuperado el 27 de Febrero de 2010, de <a href="http://katecalle.com/the-use-of-twitter-as-a-mobilization-tactic-in-the-2009-iranian-election-protests/">http://katecalle.com/the-use-of-twitter-as-a-mobilization-tactic-in-the-2009-iranian-election-protests/</a></li> <li>• Cobb, R., &amp; Elder, C. (1977). <i>Participation in American Politics. The Dynamics of Agenda-Building</i>. Baltimore: The Johns Hopkins Press.</li> <li>• Cobb, R., Ross, J., &amp; Ross, M. (1976). Agenda Building as a Comparative Political Process. <i>Political Science Review</i>, 70 (1), 126-138.</li> <li>• Cobo, C., y Pardo, H. (2007). <i>Planeta web 2.0</i>. Barcelona/ México DE: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic.</li> <li>• Cornfield, M., Carson, J., Kalis, A., y Simon, E. (s/f). <i>Buzz, Blogs, and Beyond: The Internet and the National Discourse in the Fall of 2004</i>. Recuperado el 28 de mayo de 2010, de Pew Internet &amp; American Life Project: <a href="http://www.pewtrusts.org/uploadedFiles/wwwpewtrustsorg/News/Press_Releases/Society_and_the_Internet/PIP_Blogs_051605.pdf">http://www.pewtrusts.org/uploadedFiles/wwwpewtrustsorg/News/Press_Releases/Society_and_the_Internet/PIP_Blogs_051605.pdf</a></li> <li>• Denham, B. (2008). Agenda-Building Theory in Communication Research: Toward Coherence and Parsimony. <i>Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Marriott Downtown</i>. Chicago, Il.</li> <li>• Fernández, M. (2006). Relaciones públicas 2.0. Razón y Palabra, No. 52. Recuperado el 22 de octubre de 2011 de <a href="http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n52/mfernandez.html">http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n52/mfernandez.html</a></li> <li>• Fogel, J.-F., y Patiño, B. (2008). <i>La Prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital</i>. Madrid: Punto de Lectura.</li> <li>• Heim, K. (2008). Blogs and the Iraq War: A Time-Series Analysis of Intermedia Agenda Setting and Agenda Building. <i>Reunión Anual de la International Communication Association</i>, (págs. 1-31). Chicago.</li> </ul>

**Bibliografías:**

- Hohmann, J. y el Comité de Ética y Valores de ASNE (2011). *Las 10 mejores prácticas para medios sociales. Guías útiles para las organizaciones periodísticas*. Recuperado el 22 de octubre de 2011 de <http://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/las-10-mejores-practicas-para-medios-sociales-es>
- McCombs, M. (1997). Building Consensus: The News Media's Agenda-Setting Roles. *Political Communication* (14), 433-443.
- Meraz, S. (2007). *The Networked Political Blogosphere and Mass Media: Understanding How Agendas are Formed, Framed and Transferred in the Emerging New Media Environment*. Recuperado el 3 de abril de 2010, de <http://repositories.lib.utexas.edu/bitstream/handle/2152/3637/merazd83567.pdf?sequence=2>
- Neumayer, C., y Raffl, C. (2008). *Facebook for Protest? The value of Social Software for Political Activism in the Anti-FARC Rallies*. Recuperado el 13 de Junio de 2009, de sitio web de Digiactive: [http://www.digiactive.org/wp-content/uploads/research1\\_neumayerraffl.pdf](http://www.digiactive.org/wp-content/uploads/research1_neumayerraffl.pdf)
- O'Reilly, T. (23 de Febrero de 2006). *Qué es Web 2.0. Patrones del diseño y modelos de negocio para la siguiente generación de software*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2010, de Fundación Telefónica: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articulo&idContenido=2009100116300061>
- The Jeffrey Group (2008). *La blogósfera en América Latina: un análisis de los Webfluentials de la Región*. Recuperado el 22 de octubre de 2011 de <http://issuu.com/ehuisa/docs/blog-1112-spa/3?mode=embed&documentId=081124144723-c9899250907142648182808892114d25&layout=white>
- Wallsten, K. (2007). Agenda Setting and the Blogosphere: An Analysis of the Relationship between Mainstream Media and Political Blogs. *Review of Policy Research* , 24 (6), 567-587.
- Wallsten, K. (2007). The Blogosphere's Influence on Political Discourse: Is Anyone Listening? *Reunión Anual de Midwest Political Science Association*. Chicago.