




Ampliación de estudios

Curso 2014-2015

Datos Personales

Nombre	Jaime González-Capitel Martorell	
DNI	51097892B	
Sexo	Hombre	
Estado civil	Soltero/a	
Fecha de nacimiento	28 de Enero de 1984	
Lugar de nacimiento	Madrid, Madrid, España	
Estadounidense	No	

Datos de contacto

Email	jgcapitel@gmail.com
Teléfono	650047327
Web	Ninguna

Dirección Permanente

Calle	Joaquín María López, 71
Localidad	28015, Madrid, Madrid, España

Dirección Actual

Calle	García de Paredes, 38 1B
Localidad	28010, Madrid, Madrid, España
Válida hasta	2014-10-01

Estancias académicas en el extranjero

- Año académico 2005/2006: estancia erasmus en la ciudad alemana de Jena, en Turingia. Mi objetivo era conocer de cerca la cultura investigadora alemana en una de las cunas del idealismo alemán, aprender diferentes aproximaciones a la docencia y perfeccionar mis conocimientos del alemán, que llevaba estudiando desde el año 2000.

- Julio-agosto de 2002: estancia de seis semanas en Münster, Alemania. Aprendizaje del idioma.
- Julio de 2000: estancia de un mes en Philadelphia. Aprendizaje del idioma
- Julio de 1999: estancia de un mes en Boston. Aprendizaje del idioma.
- Julio de 1998: estancia de un mes en Dublín, Irlanda. Aprendizaje del idioma.

Datos Académicos

Titulación

Título	Licenciatura Filosofía
Nota Media	
Fecha de titulación	2007-09
Institución	Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, España

Titulación

Título	Licenciatura Traducción e Interpretación
Nota Media	8,62
Fecha de titulación	2011-07
Institución	Universidad Pontificia de Comillas, Madrid, España

IELTS

Fecha	2012-09-22
Resultado	8.5

Datos profesionales

Datos profesionales

Institución	Fundación Universidad-Empresa, Madrid, España
Periodo	01 de Octubre de 2008 hasta la actualidad
Profesión	Editor/Redactor/Traductor
Cargo	Técnico
Unidad	
Dirección	Pedro Salinas, 11 edificio anexo 2ª planta, 28043, Madrid
Teléfono	915489870
Email	jcapitel@fue.es
Web	www.fue.es

Proyecto de la beca

Objetivo	Master
Campo de estudio y especialidad	Periodismo: Communications Management

Instituciones elegidas

Institución	Autonomía	País
The Johns Hopkins University	District of Columbia	Estados Unidos de América
Georgetown University	District of Columbia	Estados Unidos de América
American University	District of Columbia	Estados Unidos de América

Resumen del proyecto

Mi proyecto tiene por objeto realizar un estudio de las estrategias de comunicación de *Think Tanks* estadounidenses, poniendo especial atención en el grado de transparencia con el que actúan. El estudio se presentará como tesis de fin de master del programa escogido. La finalidad última es traer a España los resultados del estudio con vistas a la incorporación de las buenas prácticas identificadas en instituciones existentes, la puesta en marcha de colaboraciones institucionales entre *think tanks* de ambos países o, en el mejor de los casos, la creación de una institución de nuevo cuño.

Proyecto completo

1. Objetivo del Proyecto

La inspiración de este proyecto está en las recomendaciones de muchos expertos internacionales, como Andy Williamson de manera muy significativa en el Reino Unido, que sostienen la necesidad de reformar los *Think Tanks* para convertirlos en centros mucho más abiertos a la opinión pública y a la participación ciudadana. Desgraciadamente, el trabajo de estas instituciones se ha visto manchado en ocasiones por posturas ideológicas poco dialogantes, por complicidades económicas opacas y por la impresión de que, en lugar de trabajar por el bien común, los expertos solamente ofrecen los datos que los partidos les piden para desarrollar políticas decididas de antemano. Hoy existe un consenso generalizado sobre la necesidad de renovar un modelo que está dejando de funcionar. Al mismo tiempo, pocas personas dudan sobre la importancia vital que los centros de análisis político tienen, cuando gozan de salud, para una democracia viva.

Mi propuesta tiene muy en cuenta la imparable expansión de la cultura de internet y la irrupción, en la última década, de la web 2.0. La información circula a una velocidad frenética, las distinciones entre autoridades y opinión pública se difuminan y cualquiera puede convertirse en un creador de contenidos respetado por una comunidad de usuarios. Las reglas de la comunicación se han transformado sustancialmente. Aunque las organizaciones empresariales en su mayor parte han acogido el cambio en su seno y ya centran su desarrollo en estrategias web, el sector público, el universitario y las instituciones que participan en el análisis político, el diseño de medidas y los procesos de tomas de decisiones no están, todavía, a la altura de lo que ya es posible tecnológicamente. Mi proyecto de investigación se propone comprender hasta qué punto los *Think Tanks* del entorno de Washington, los más avanzados y potentes desde el punto de vista del *marketing*, las relaciones públicas y las estrategias comunicativas, han interiorizado este cambio de paradigma centrado en el usuario y se están abriendo a nuevas maneras de gestionar proyectos de investigación política. Por primera vez en la historia, la masa de datos estadísticos de la investigación cuantitativa puede cobrar vida y encarnarse mediante la participación ciudadana correctamente moderada y diseñada. Qué duda cabe, las lecciones aprendidas serán un riquísimo bagaje para modernizar el entramado institucional y académico en España, además de tener la fuerza suficiente para frenar el desprestigio de la cosa pública.

El proyecto de estudios que propongo reviste una gran importancia porque el público (la ciudadanía) conoce la distancia entre lo que puede hacerse y lo que se está haciendo. Se ha convertido en un lugar común que nuestra vida social necesita de una mayor escucha activa por parte de las autoridades, algo que parecen refrendar quienes más saben en el panorama internacional: en palabras de Andy Williamson, "los beneficios más claros de la participación digital son mejores políticas, así como un mejor diseño y prestación de los servicios públicos"[1]. Además, en una época de presión financiera, la participación de la ciudadanía es un punto a favor de la sostenibilidad: "la participación aumenta la probabilidad de implementar [nuevas medidas] a tiempo y con el presupuesto previsto"[2]. En definitiva, no parece irresponsable perder el miedo a que las masas irrumpen en el juego de la democracia, algo que hasta ahora era parecía irrealizable por vías distintas a las urnas.

Sin embargo, es discutible que lo más sensato sea hacer caso de propuestas radicalistas como las que proponen someter a votación popular online la aprobación de todas las leyes de cierta importancia, o la redacción al unísono del articulado de

las leyes en un ejercicio que, parece, tiene más de catarsis colectiva que de proyecto serio. Aunque la aportación de primera mano del ciudadano de a pie, con su mundo de experiencias irreemplazables, es fundamental tanto para devolver el prestigio a la actividad política como para aprobar buenas leyes, una concepción ingenua y buenista de la masa puede ser muy perniciosa, especialmente si busca hacer de ella un sujeto inmediato de la voluntad general. Por lo tanto, seguiremos necesitando a buenos políticos profesionales, igual que seguiremos necesitando a buenas instituciones de análisis político. Lo ideal es que la población apruebe la actividad de las Cortes y las escuchen a la población, pero esto solo será factible si las estrategias comunicativas de las instituciones políticas las vuelven más participativas, abiertas y transparentes. No se trata de perseguir una utopía bella e impracticable, sino de trabajar, conscientemente, para producir un cambio de cultura colectiva. Igual que un país puede tener problemas cuando su idiosincrasia no incluye el respeto hacia las normas, también el afecto hacia las instituciones sufre si se trata a los ciudadanos como a súbditos[3].

Aunque el cambio de paradigma debería ser asimilado a largo plazo por la administración, mi decisión de centrarme en el mundo de los *Think Tanks* se debe a que éstas son instituciones de tamaño más modesto, carácter privado y con modelos de gobernanza mucho más flexibles. De hecho, el fruto ideal de este proyecto de estudios a la vuelta a España, a saber, encontrar un marco para la aplicación de sus resultados, ya sea como base para una institución en fase de start-up o, más modestamente, para mejorar instituciones existentes mediante una aportación estratégica que aumente su reputación, la relevancia de sus resultados y su capacidad de interlocución con los actores públicos, solo es realista si se mantienen escalas reducidas.

El proyecto de estudios que presento tiene, pues, una doble vertiente: de capacitación profesional y de innovación institucional. Por un lado, los programas de posgrado escogidos, de carácter profesionalizante, suponen una clara apuesta por un desarrollo de mi carrera en la línea que llevo desarrollando desde que comencé a trabajar en la Fundación Universidad-Empresa, en octubre de 2008, en el ámbito de la comunicación y la producción de conocimiento en organizaciones sin ánimo de lucro. Se completa así mi formación como experto en información, comunicación y gestión del conocimiento afianzado en mis dos Licenciaturas, en Traducción e Interpretación y Filosofía, ambas igualmente valiosas para mi desarrollo profesional y mi condición de experto generalista, de acuerdo con un perfil de comunicador que trasciende las figuras periodísticas tradicionales. Por el otro lado, propongo aprovechar mi estancia en los Estados Unidos para desarrollar un proyecto de investigación original que se presentaría como tesis de fin de master y presentaría a grandes rasgos los requisitos para que instituciones de análisis político puedan acoger y dar pleno significado a dicho perfil profesional. Estoy convencido de que esta investigación ofrecerá resultados muy valiosos y claros para aumentar la colaboración entre ambos países.

2. Descripción del Proyecto

El proyecto de investigación tiene varias fases, que paso a explicar a continuación.

La **primera fase**, con carácter preliminar, corresponde a los meses que van desde el momento de la concesión de la ayuda Fulbright para Ampliación de Estudios en el verano de 2013 hasta el comienzo del disfrute de la beca en otoño de 2014. Esta fase, que por definición es de naturaleza cronológica y no sustancial, incluye todas las tareas fundamentales que deberían estar completadas antes de la llegada a Washington, de manera que se puedan optimizar los esfuerzos durante la duración del programa de posgrado de manera que sea factible realizar el proyecto propuesto y cursar con éxito el programa de posgrado.

En primer lugar, la definición detallada de la filosofía y la metodología del proyecto, que en este documento solamente se apunta de manera tentativa. Dicha filosofía deberá comenzar por definir a la perfección qué se entiende por transparencia, siguiendo una consideración amplia de este concepto. La transparencia como propiedad comunicativa incluye, desde luego, publicar quiénes financian la institución, con qué cantidades y para la realización de qué proyectos[4], pero no se limita únicamente a estos aspectos económicos. Por el contrario, la transparencia encarnada en valor institucional se mide mediante la respuesta, al menos, a las siguientes respuestas:

- ¿Cuál es la adscripción ideológica de la institución? ¿Se trata de una tendencia declarada abiertamente? ¿Declara la institución las convicciones básicas no negociables que inspiran su trabajo? En ocasiones algunos *Think Tanks* presentan sus informes como resultados de un equipo investigador completamente neutral. Sin embargo, la neutralidad en políticas públicas es imposible, por lo que suele desenmascarse hacia un lado u otro.
- ¿Quién decide los proyectos de la institución? ¿Son proyectos bajo demanda de grandes clientes, o se busca la financiación a posteriori?
- ¿Los resultados de los distintos proyectos se consideran punto de partida para generar debate, o tienen carácter no negociable?
- ¿Se hacen públicas las metodologías y los repositorios de datos empleados en cada proyecto? ¿Se emplean formatos fácilmente reutilizables?
- ¿Cuál es la relación formal e informal de la institución con los partidos políticos? ¿Ha tenido alguno de los miembros de la institución responsabilidades políticas?
- ¿Tiene la institución una vocación investigadora, o se concibe a sí misma como un grupo de presión? ¿Qué tipo de intereses representa?

Al mismo tiempo, la filosofía del proyecto deberá definir muy claramente lo que este proyecto de estudios no será (no será, por ejemplo, una evaluación de las estrategias comunicativas de The Open Government Initiative, lanzada durante el primer mandato del Presidente Obama, a pesar de que está directamente relacionada con la participación pública y la transparencia).

En segundo lugar, la identificación de cuáles serán las instituciones analizadas en los Estados Unidos. En este punto resulta esencial el equilibrio entre la variedad y la intensidad del análisis, que se verá debilitado si se abarcan demasiadas entidades, motivo por el cual en ningún caso se escogerían más de tres entidades. Los *Think Tanks* en Washintong DC se

cuentan por decenas de centenares y funcionan según modelos muy diferentes: algunos conciben la investigación como un mero apoyo para los cargos que tengan el tiempo y las ganas de recurrir a él; otros tienen una noción más agresiva y buscan modificar el comportamiento de los políticos; muchas de las instituciones más recientes persiguen propósitos más publicitarios instalados en el antagonismo bipartidista predominante en Washington[5]. Los parámetros más importantes para restringir el rango de acción serán el campo de especialización, el tamaño de la institución, su alineación ideológica y su misión. Como idea de partida, sería interesante detenerse en al menos una institución clásica y otra de tamaño más reducido y creación reciente, sin descartar la posibilidad de entidades virtuales[6] o de proyectos y entidades de nuevo cuño que no se correspondan con el modelo clásico. Además de la variedad en cuanto a la naturaleza de la institución, se procurará escoger al menos una institución de cada partido y otra, a ser posible, que no esté claramente alineada. Por último, hay dos motivos por los que sería conveniente e interesante incluir al menos una institución que se dedique a la *foreign policy*. En primer lugar, porque esta es una de las áreas más desarrolladas en Estados Unidos y menos en España; en segundo, porque en la era de la globalización seguramente no tenga ningún sentido desarrollar políticas no coordinadas con otros actores nacionales y regionales de importancia.

Una vez identificados los *Think Tanks*, en **tercer lugar** y siempre antes de la llegada a Washington, se vuelve importante la toma de contacto con personalidades que tengan relación con las instituciones seleccionadas como objeto de estudio y con otras instituciones dedicadas a la comunicación política, como por ejemplo Podesta Group (www.podesta.com), que acaba de lanzar su iniciativa *Global Solutions*. Esta toma de contacto consistiría en una mera presentación mía y del proyecto, que contará con el prestigio y la buena acogida garantizados por el sello Fulbright, dejando la puerta abierta a posteriores entrevistas cara a cara. Estas presentaciones previas correrán en paralelo con la toma de contacto y la construcción de confianza recíproca que se desarrolla a lo largo del proceso de admisión en la universidad. Aunque en este último caso exista un marco formal de relación entre alumno y universidad, es evidente que el aprovechamiento académico del programa elegido depende en gran medida del compromiso personal del alumno. Del mismo modo, el valor del proyecto dependerá, en gran medida, de la relación que se consiga establecer con expertos y profesores, siendo el papel de estos últimos especialmente importante por lo que respecta a cuestiones metodológicas y de procedimientos, como la elaboración de cuestionarios y otras herramientas.

En **cuarto lugar** se encuentra la recopilación de bibliografía especializada sobre tres grandes ámbitos: los propios *Think Tanks*, los nuevos paradigmas de comunicación en organizaciones y las metodologías de datos abiertos. Esta bibliografía no es un fin en sí mismo, sino que debe identificar el estado del arte de la cuestión, de naturaleza híbrida, definida por este proyecto. Es lógico, por lo tanto, que tenga cabida el único manual que existe sobre gestión de *Think Tanks*, *Managing Think Tanks*, de Raymond J. Struyk, pero también ensayos de divulgación como *No pienses en un elefante*[7], de George Lakoff (que retrata las estrategias de persuasión psicológica empleadas históricamente por entidades más cercanas al marketing que a la “policy research”), además de recursos online, como el magnífico blog especializado onthinktanks.org. En la misma línea, será también obligado mantenerse al día en los campos de conocimiento y práctica profesional que se encuentran en los aledaños del proyecto, como el periodismo de datos, la evolución de procedimientos de consulta pública a través de herramientas digitales o el funcionamiento de los grupos de presión, no controlados en España y abiertamente reconocidos en Estados Unidos.

La **segunda fase** y sucesivas se abren con la llegada a Washington en septiembre-octubre de 2014. Es lógico que, a partir de la definición de transparencia que se haya obtenido, el esqueleto del proyecto se rellenará con datos sobre las instituciones que permitan evaluarlas. Por supuesto, esto implica que la definición anterior deberá incluir qué tipo de datos se pueden emplear como indicadores (es importante tener en cuenta que el objetivo del proyecto no es tanto establecer un ranking numérico como comprender qué se está haciendo para promover la transparencia e involucrar al gran público en los procesos de toma de decisiones). Además de la evaluación de la transparencia se incluirán estudios de caso sobre proyectos concretos, que se complementarán con entrevistas personales y cuestionarios. Los estudios de caso sobre transparencia institucional deberán enriquecerse con los resultados y las herramientas adquiridas durante la tercera fase, que es cronológicamente simultánea con la segunda.

El objetivo de la **tercera fase** es aplicar los contenidos de las asignaturas del programa de posgrado para analizar las estrategias comunicativas de las instituciones seleccionadas, poniendo especial atención en el grado de participación externa, por parte de la sociedad civil o de expertos independientes que cada una de las instituciones permita. Esta fase parte de la convicción de que, para modernizarse, los *Think Tanks* necesitan establecer redes de simpatizantes y alianzas estables con periodistas, blogueros, plataformas sociales y agencias de comunicación que sean capaces de transformar sus propuestas en historias de interés.

La idea fuerte tanto de la segunda como de la tercera fase es analizar el funcionamiento comunicativo de las instituciones de una manera no puramente pasiva, sino interactiva, llevando a cabo algo análogo a las peticiones que asociaciones y activistas pro derecho a la información dirigen a los gobiernos nacionales. De la misma manera que los gobiernos realizan *pruebas de daño* para proteger la información de carácter reservado y salvaguardar la privacidad de personas físicas y jurídicas, es muy probable que las instituciones escogidas pongan sus propias cortapisas a la colaboración (vista con una lente positiva) o la intromisión (si la lente es negativa) de individuos e iniciativas imprevistas. Este proyecto de estudio trasciende las capacidades de una sola persona, por lo que será fundamental conseguir sinergias con actores ya presentes en Washington y expertos en estos ámbitos. Se procurará, pues, exponer proyectos concretos de las instituciones escogidas a la participación de expertos, profesores y sociedad civil en general, para comprobar hasta qué punto la reinterpretación y el debate pueden fructificar y redundar en beneficio de la deliberación democrática.

El objetivo de la **cuarta fase** es componer todos los resultados del proyecto en una tesis de fin de master bajo la tutela de un profesor perteneciente al programa de posgrado, especialmente con vistas a la aplicabilidad de sus resultados a la vuelta a España. En esta fase, atendiendo a los resultados de la investigación, al seguimiento del proyecto por parte del

profesorado responsable del máster y a las múltiples aportaciones derivadas de las asignaturas cursadas, se creará un perfil de *Think Tank* a la altura de las expectativas generadas por la ciudadanía digital. La idea es que este perfil de *Think Tank* no sea una definición abstracta, sino que contenga las claves a partir de las cuales se pueda comenzar a trazar el lienzo de modelo de negocio de una nueva institución a la llegada a España (Propuesta de Valor, Segmento de Clientes, Canales, Relación con los Clientes, Flujos de ingresos, Socios, Actividades, Recursos y Estructura de Costes). Evidentemente, un proyecto centrado en la comunicación y la transparencia de los *Think Tanks* no podrá dar respuesta a todas las preguntas que genera la puesta en marcha de una institución. Sin embargo, el análisis del triángulo relacional entre *Think Tank*, financiadores-clientes y proyectos, central en el análisis de la transparencia, también contiene gran parte de las respuestas del hemisferio derecho del lienzo.

3. 3. Motivación para estudiar en EEUU.

Debido a la naturaleza del proyecto de estudios que propongo, es muy difícil pensar en un destino más idóneo que Washington DC. Los Estados Unidos han sido el país que, desde antes incluso de la Segunda Guerra Mundial, más ha desarrollado las artes de la comunicación en todas sus manifestaciones, tanto artísticas como profesionales, empresariales y mediáticas. La televisión e internet nacieron en los Estados Unidos y el cine, aunque fuera un invento francés, también encontró allí su mayor desarrollo. El inimitable entorno de Washington fue la cuna de los primeros *Think Tanks*, parte integrante de un ecosistema riquísimo de organizaciones dedicadas, de una manera u otra, a influir en la agenda política de los distintos equipos presidenciales, por lo que es lógico que la comunicación pública se ha desarrollado allí hasta dar vida a tipologías de organizaciones que en Europa no serían fáciles de concebir. Tomemos, por ejemplo, una organización como Podesta Group, con un clarísimo modelo de negocio que no existe en España. Creada en 1987, esta empresa se dedica a la comunicación y las relaciones públicas, sirviendo como un ulterior engranaje entre los grupos de presión empresariales y los políticos profesionales. Cuando un proyecto de ley amenaza gravemente los intereses de un cierto sector económico, algo que ocurre todos los años en todos los países, es legítimo que ese sector económico se organice para hacer llegar su voz al gobierno de manera que la ley pueda alcanzar sus objetivos sin dañar de manera innecesaria la economía. Quien se fije en la web corporativa de Podesta Group podrá apreciar cómo las varias campañas en las que han participado sin publicadas indicando quiénes son sus clientes, qué proyectos del gobierno federal se frenaron o aceleraron y mediante qué acciones. En Washington se da por sentado que el proceso de aprobación de las leyes debe estar sometido al escrutinio público y a las aportaciones externas: además de la negociación intrapolítica (dentro de los partidos y entre los partidos) hay un lugar para la negociación extrapolítica con los agentes sociales. El gran reto de futuro consiste en extraer las enseñanzas que contiene la actividad de los lobbies para que también puedan aplicarlas las organizaciones de la sociedad civil, como ha procurado, en un contexto comunitario, el proyecto eu-citizens.org.

Todos los profesores de los tres programas de posgrado propuestos conocen esta realidad y muchos de ellos, como Ronald Phillips, son especialistas en alguno de sus aspectos. Conocen la historia reciente de Washington y a muchos de sus protagonistas, pero también su día a día, sus lugares comunes y sus márgenes de acción. Su experiencia, además de sus clases, será enormemente valiosa para poder articular un proyecto de estudios con potencial de transformación para la comunicación política en España.

Además, los Estados Unidos lideran el panorama mundial en políticas de datos abiertos, que se están imponiendo a pasos agigantados en los sistemas de gestión locales y municipales, como demuestra el increíble repositorio Code for America Commons[8]. Si actualmente existen 674 aplicaciones para móviles inteligentes en más de 300 ciudades, es evidente que la disponibilidad de datos fiables multiplica las posibilidades para realizar proyectos de "policy research" con recursos limitados (incluyendo los que versen sobre la opinión y la intención de la población sobre cuestiones determinadas). Es lógico, por lo tanto, que se esté invocando a los periodistas del presente y del futuro a aprender a manejar grandes cantidades de datos para aumentar su fiabilidad como orientadores de la opinión pública[9].

Tras el regreso a España, la identificación de las estrategias comunicativas que mejor consigan aunar eficacia, transparencia y apertura a la participación colectiva será un conocimiento increíblemente valioso y digno de ser compartido. Valioso para mejorar la comunicación de la política profesional con los intereses reales del país; valioso para mejorar la credibilidad y la reputación de instituciones ya existentes pero ignoradas sistemáticamente por el gran público, como el Consejo de Estado; valioso, también y sobre todo, para poner en marcha instituciones nuevas (seguramente pequeñas, al menos en un primer momento) que aprovechen de lleno todas esas enseñanzas.

Con un poco de fortuna, mucha planificación y buen trabajo, España podría beneficiarse del síndrome del recién llegado, aprendiendo de las experiencias y los errores que ya se han cometido en los Estados Unidos y otros países de su entorno para dotarse de nuevos mecanismos de apoyo para la regeneración democrática a través de las mejores herramientas tecnológicas[10] y de los enfoques más acertados en comunicación en red.

[1] *Evolving Digital Engagement: From Participation to Partnership*, publicado en Future Digital en junio de 2012 (<http://futuredigital.eu/>). La traducción es mía.

[2] *From Fairy Tale to Reality: Dispelling the Myths around Citizen Engagement*, por E. Andersson, S. McLean, M. Parlak y G. Melvin, publicado por RSA (www.thersa.org). La traducción es mía.

[3] Véase el magnífico artículo de Elisa de la Nuez, *¿Una ley gatopardesca?* en El Notario, 45, septiembre-octubre de 2012, pp. 9-15, acerca de la cultura napoleónica que pervive en la administración española.

[4] A esto se limita la reciente iniciativa británica *Who Funds You*, que analiza varios Think Tanks británicos y los ordena en un ranking.

[5] *Devaluing the Think Tank*, Tevy Troy, National Affairs nº 10, del invierno de 2012. <http://www.nationalaffairs.com/publications/detail/devaluing-the-think-tank>

[6] Véase el artículo de Michael Tanji: *The Think Tank is Dead*. <http://www.haftofthespear.com/wp-content/uploads/2010/08/The-Think-Tank-is-Dead-Final-Online.pdf>

[7] La edición española, con traducción de Magdalena Mora, está publicada en 2007 por Editorial Complutense.

[8] <http://commons.codeforamerica.org/>

[9] El ejemplo más obvio de periodismo para los ciudadanos en Estados Unidos es Pro Publica (<http://www.propublica.org/>)

[10] Algo semejante ha ocurrido en un ámbito bien determinado con la Fundación Universidad-Empresa, cuyo fundador venía de disfrutar de una beca Fulbright para los últimos desarrollos empresariales en recursos humanos. Los resultados son claros: actualmente, el modelo de prácticas para recién egresados que se gestionan desde la Fundación Universidad-Empresa no tiene parangón en ningún país europeo. Además, parte de unos mínimos de calidad que superan, con mucho, la situación general en Estados Unidos. Véase *Intern Nation*, de Ross Pelin, Verso Books, 2011.

Razones por las que has elegido las tres instituciones de destino

Dado el proyecto, las tres instituciones de destino cumplen con el requisito fundamental de encontrarse en Washington DC, a pesar de que el campus principal de la Johns Hopkins University se encuentra en Baltimore, Maryland.

Esta institución de élite oferta un excelente **Master of Arts in Communication**, (<http://advanced.jhu.edu/academic/communication/index.html>), con duración mínima de un año. Debido a la naturaleza

del presente proyecto, seleccionaré la opción de realizar una Tesis de Fin de Master (Thesis Track) para poder concentrarme en convertir todos los resultados del proyecto en un documento de la mejor calidad académica y valor añadido desde el punto de vista de las organizaciones. Este programa se caracteriza por una gran flexibilidad, que permite un altísimo grado de alineación con los objetivos y áreas prioritarios del proyecto de estudios, garantizando un aprovechamiento excelente. Además, su fortaleza está en reunir competencias profesionales con una fuerte formación en ciencias sociales. En efecto, desde un punto de vista de progresión de carrera, el programa permite un enorme recorrido de capacitación profesional como comunicador e investigador. Desde el punto de vista institucional, ofrece una comprensión muy avanzada de la interacción entre ciudadanía, conocimiento e instituciones dedicadas a la gestión pública (*Think Tanks*, lobbies/grupos de presión, otras entidades sin ánimo de lucro) con asignaturas como 480.671 *Government Relations and Lobbying* o 480.675 *Public Policy Management and Advocacy* o 480.635 *Communication.org: Not-for-profits in the Digital Age*

El segundo programa de posgrado escogido es el **Master of Arts in Communication, Culture & Technology** (<http://cct.georgetown.edu/>) de la Universidad de Georgetown, con duración de dos años a tiempo completo. Este

programa cuenta también con una gran flexibilidad a la hora de componer las asignaturas del plan de estudios y con una excelente compenetración entre competencias digitales, técnicas de investigación y prácticas comunicativas que facilita, en concreto, una buena especialización en periodismo de datos.

Por último, la tercera opción es el **Master of Arts in Strategic Communication** de la American University (<http://www.american.edu/soc/communication/degrees/MA-PCOM.cfm>), una buena institución privada, con duración de un año y el siguiente plan de estudios:

- COMM-640: Principles of Strategic Communication
- COMM-644: Public Communication Writing
- COMM-735: Public Communication Theory
- COMM-738: Research for Strategic Communication
- COMM-744: Public Communication Capstone
- COMM-642: Public Communication Management
- COMM-646: Public Communication Practicum
- Asignatura optativa
- Asignatura optativa

Por desgracia, la falta de un itinerario para la realización de tesis de fin de máster obligaría a constreñir el proyecto en el marco de la asignatura COMM-744, de carácter práctico.

La admisión en este último programa está prácticamente garantizada, ya que la media de resultados en el GRE está es de percentil 50-59 en las pruebas verbal y cuantitativa, de 4,75 en la prueba escrita. Por comparación, mis resultados personales en el GRE (realizado a 12 de diciembre de 2012) son:

- percentil 93 en la prueba de razonamiento verbal
- percentil 81 en la prueba de razonamiento cuantitativo
- 4,50 en la prueba escrita.

CERTIFICACIÓN ACADÉMICA

Doña Clara Martínez García, Secretaria General de la Universidad Pontificia Comillas (Madrid), en el ejercicio de las facultades atribuidas por el artículo 103 de los Estatutos de la misma sobre la custodia y ordenación de los expedientes de los alumnos, así como la certificación de los datos contenidos en los mismos.

CERTIFICO:

Que conforme a los antecedentes que obran en esta Secretaría de mi cargo, *Dña. Jaime González-Capitel Martorel*, con D.N.I./Pasaporte: 51097892B, ha realizado en esta Universidad estudios oficiales de *Licenciatura en Traducción e Interpretación*, constando en su expediente personal los siguientes datos:

Primero

Asignatura / Materia	Punt.	Calificación	Curso	Conv.	N.Co.	Tipo	Cred.
Lengua y Cultura Alemán C-1	9.30	Sobresaliente	07 - 08	Jun.	1	TR	15,0
Lengua y Cultura Español A 1	9.00	Sobresalien. (c)	05 - 06	Feb.	1	TR	9,0 (1)
Lengua y Cultura Inglés B	9.20	Sobresaliente	07 - 08	Jun.	1	TR	9,0
Lingüística Aplicada a la Traducción	10.00	M. Honor	07 - 08	Feb.	1	TR	6,0
Introducción a la Traducción Inglés B (DIR)	9.80	M. Honor	07 - 08	Jun.	1	OB	9,0
Introducción al Hecho Religioso	8.90	Notable (c)	05 - 06	Feb.	1	OB	4,5 (1)
Japonés C-2 1	8.70	Notable	07 - 08	Jun.	1	OB	15,0
Historia de la Filosofía Antigua I	9.00	Sobresalien. (r)	02 - 03	Feb.	1	LE	6,0 (1)
Historia de la Filosofía Antigua II	9.00	Sobresalien. (r)	02 - 03	Jun.	1	LE	6,0 (1)

Segundo

Asignatura / Materia	Punt.	Calificación	Curso	Conv.	N.Co.	Tipo	Cred.
Documentación Aplicada a la Traducción	8.30	Notable	08 - 09	Feb.	1	TR	4,5
Lengua Inglés B	7.40	Notable	08 - 09	Feb.	1	TR	6,0
Lengua y Cultura Español 2	10.00	M. Honor	07 - 08	Jun.	1	TR	6,0
Teoría y Práctica de la Traducción B Inglés	9.10	Sobresaliente	08 - 09	Jun.	1	TR	15,0
Introducción a la Traducción General C-1 Alemán	8.00	Notable	08 - 09	Jun.	1	OB	12,0
Japonés C-2 2	7.60	Notable	08 - 09	Jun.	1	OB	15,0
Lengua Alemán C-1	9.00	M. Honor	07 - 08	Jun.	1	OB	9,0
Pensamiento Social Cristiano	6.50	Aprobado	07 - 08	Feb.	1	OB	4,5
Historia de la Ciencia II	10.00	Matricula (r)	02 - 03	Jun.	1	LE	6,0 (1)

Tercero

Asignatura / Materia	Punt.	Calificación	Curso	Conv.	N.Co.	Tipo	Cred.
Historia de la Filosofía Moderna I	10.00	Matricula (r)	03 - 04	Feb.	1	LE	6,0 (1)
Informática Aplicada a la Traducción	7.50	Notable	09 - 10	Feb.	1	TR	4,5
Técnicas de Interpretación Consecutiva B Inglés	8.00	Notable	09 - 10	Jun.	1	TR	15,0



<i>Terminología</i>	8,50	<i>Notable</i>	09 - 10	Sep.	2	TR	8,0
<i>Traducción Especializada B 1 Inglés</i>	8,15	<i>Notable</i>	09 - 10	Jun.	1	TR	15,0
<i>Traducción General C-1 Alemán</i>	7,55	<i>Notable</i>	09 - 10	Jun.	1	TR	12,0
<i>Ética Profesional</i>	9,00	<i>Sobresaliente</i>	09 - 10	Jun.	1	OB	4,5
<i>Teoría e Historia de la Traducción</i>	9,00	<i>Sobresaliente</i>	09 - 10	Jun.	1	OB	4,5
<i>Traducción General C-2 1 Japonés</i>	7,80	<i>Notable</i>	09 - 10	Jun.	1	OB	12,0

Cuarto

Asignatura / Materia	Punt.	Calificación	Curso	Conv.	N.Co.	Tipo	Cred.	
<i>Historia de la Filosofía Medieval I</i>	10,00	<i>Matricula (r)</i>	02 - 03	Feb.	1	LE	6,0	(1)
<i>Historia de la Filosofía Medieval II</i>	9,00	<i>Sobresalien. (r)</i>	02 - 03	Jun.	1	LE	6,0	(1)
<i>Técnicas de Interpretación Simultánea B Inglés</i>	8,00	<i>Notable</i>	10 - 11	May.	1	TR	9,0	
<i>Traducción Especializada B 2 Inglés</i>	9,50	<i>M. Honor</i>	10 - 11	May.	1	TR	9,0	
<i>Traducción Especializada C-1 Directa Alemán</i>	8,00	<i>Notable</i>	10 - 11	Ener.	1	OB	4,5	
<i>Traducción General C-2 2 Japonés</i>	7,50	<i>Notable</i>	10 - 11	May.	1	OB	4,5	
<i>Práctica de Traducción</i>	10,00	<i>Sobresaliente</i>	10 - 11	May.	1	OP	6,0	
<i>Traducción Audiovisual</i>	6,50	<i>Aprobado</i>	10 - 11	May.	1	OP	6,0	
<i>Traducción Jurídico Económica C-1 Directa Alemán</i>	8,00	<i>Notable</i>	10 - 11	May.	1	OP	6,0	
<i>Traducción Literaria Alemana</i>	9,50	<i>Sobresaliente</i>	10 - 11	Ener.	1	OP	6,0	
<i>Traducción Literaria Inglesa</i>	9,00	<i>Sobresaliente</i>	10 - 11	May.	1	OP	6,0	
<i>Traducción Técnica directa Inglés</i>	7,00	<i>Notable</i>	10 - 11	Ener.	1	OP	6,0	

Nota media de los estudios 8,62



Examen de Grado/Licenciatura/Aptitud: 9,60 Premio Extraordinario
En el Curso Académico: 2010-2011
En la convocatoria : Julio

Plan de Estudios

Aprobación : O.M. del 28/07/2000 (B.O.E. del 25/08/2000)
Resumen y estado de los créditos:

	Troncales		Obligatorias		Optativas		Libre Configuración		Total	
	Aprob.	Exig.	Aprob.	Exig.	Aprob.	Exig.	Aprob.	Exig.	Aprob.	Exig.
<i>Primer Ciclo</i>	70,5	70,5	69,0	69,0	0,0	0,0	36,0	13,5	175,5	153,0
<i>Segundo Ciclo</i>	72,5	72,5	30,0	30,0	36,0	36,0	0,0	18,0	138,5	156,5
TOTAL	143,0	143,0	99,0	99,0	36,0	36,0	36,0	31,5	314,0	309,5

(c) - Nota Convalidada. (r) - Materia Reconocida.

Universidades

(1) - Universidad Autónoma de Madrid

Para que conste a los efectos oportunos, expido la presente certificación en Madrid a diez de septiembre de dos mil doce.

La Secretaria General

Clara Martínez García





Juan Carlos I, Rey de España

y en su nombre

El Rector de la Universidad Pontificia Comillas
(Universidad de la Iglesia Católica)



Considerando que, conforme a las disposiciones y circunstancias prevenidas por la actual legislación,

Don Jaime Antón González-Capitel Martorell

nacido el día 28 de enero de 1984 en Madrid, de nacionalidad española,

ha hecho constar su suficiencia en la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de esta Universidad y superado el examen de grado en julio de 2011, con la calificación de SOBRESALIENTE, conforme al plan de estudios conducente al título homologado por el Gobierno por Real Decreto 1023/1993, 25.6 (B.O.E. 16/7/1993), con la calificación final de PREMIO EXTRAORDINARIO, expide el presente título universitario oficial de

Licenciado en Traducción e Interpretación

con validez en todo el territorio nacional, que faculta al interesado para disfrutar los derechos que a este título otorgan las disposiciones vigentes.

Dado en Madrid, a 6 de septiembre de 2011

El interesado,

El Rector,

José Ramón Busto Saiz

La Secretaria General,

Clara Martínez García

1-BD-777001

Registro Nacional de Títulos	Código de CENTRO	Registro Universitario de Títulos
2012/010529	28027825	20113103