



Datos generales

- Fecha del examen extraordinario: **Del 01 al 22 de junio de 2024**
- Fechas de aplicación: **18 de junio de 2024**
- Nombre del profesor(a): Castro Méndez Evelyn Norma
- Correo electrónico del profesor (a): evelyn.castro.me@politicas.unam.mx
- Clave de la materia: 2002/ 1601
- Nombre de la materia: Análisis de políticas de comunicación
- Licenciatura: Ciencias de la Comunicación
- Semestre al que pertenece: Sexto
- Carácter de la materia (obligatoria u optativa): Optativa
- Número de créditos: 8

Características del examen

Temario

- Unidad 1.

1. Medios y políticas de comunicación

- 1.1. El concepto de políticas de comunicación.
- 1.2 El discurso periodístico como objeto semiótico
- 1.3 El discurso político y su relación con el poder y la ideología
- 1.4 Medios, propaganda y manipulación

- Unidad 2.

2. Información, cultura política y medios de comunicación colectiva en la era digital

- 2.1 Nuevas dinámicas de los medios de comunicación tradicional en la era digital
- 2.2 La prensa, manipulación y la desinformación en el contexto de la posverdad

- Unidad 3.

3. Crisis y políticas de comunicación

- 3.1 La relación del periodismo y la comunicación organizacional
- 3.2 ¿Qué es una crisis de comunicación?
- 3.3 El análisis político para el diseño de la comunicación social y estratégica
- 3.4 Discurso y políticas de comunicación en situación de crisis

- Unidad 4.

4 Modelos de análisis de discurso

- 4.1 El análisis de contenido
- 4.2 Modelos de análisis del discurso
 - 4.2.1 El análisis de estructuras básicas
 - 4.2.2 El análisis argumentativo

- Unidad 5.

5 Las políticas de comunicación y los desafíos del siglo XXI

- 5.1 El uso del lenguaje para no discriminar y evitar el discurso de odio
- 5.2 Recomendaciones para abordar problemáticas de actuales y de grupos vulnerables



- Contenidos a evaluar:

Todos los anteriormente mencionados

- Bibliografía básica:

Unidad 1

- 1 Califano, Bernadette (2013). “Políticas públicas de comunicación: historia, evolución y concepciones para el análisis”. *Revista Brasileira de Políticas de Comunicação*, 3, 1-21, Brasil. Recuperado de: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/3814?show=full>
- 2 Gutiérrez, Silvia (2000). “El discurso político. Reflexiones teórico-metodológicas”. *Versión*, 10, 109-125, México: UAM-X, 2000. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/27391203_El_discurso_politico_Reflexiones_teorico-metodologicas
- 3 _____ (2010). “Discurso periodístico: una propuesta analítica Comunicación y Sociedad”. *Comunicación y Sociedad*, 14, julio-diciembre, 169-198 México: Universidad de Guadalajara Zapopan. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/346/34615372007.pdf>
- 4 Chomsky, Noam (s/f). “El control de los medios de comunicación”. Recuperado de: <https://cronicon.net/paginas/Documentos/paq2/No.31.pdf>

Unidad 2

- 5 Noguera, Manuel (2014). “Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook”, en Campos, Francisco. *Recopilatorio de artículos científicos sobre Redes Sociales (1/2) Investigación y gestión de las redes digitales*. *Revista Latina de Comunicación Social*, Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social, 71-97. Recuperado de: <https://openlibra.com/es/book/download/recopilatorio-de-articulos-cientificos-sobre-redes-sociales-vol-1>
- 6 Corzo, Edgar (2019). *Reporte sobre las campañas de desinformación, “noticias falsas (Fake News)” y su impacto en el derecho a la libertad de expresión*. México: Comisión Nacional de Derechos Humanos, 8-35. Recuperado de: <https://www.cndh.org.mx/sites/default/files/documentos/2019-11/Reporte-Noticias-Falsas-Impacto.pdf>

Unidad 3

- 7 Fajardo, Gloria y Nivia Adriana (2016). *Relaciones públicas y comunicación organizacional Ejes de la comunicación “Guía de conceptos y saberes”*. Bogotá: UTADCO, 45-55 y 75-87. Recuperado de: https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/node/publication/field_attached_file/pdf_rela_c_publ_y_com_completo_04-27-16_copia.pdf
- 8 Meyenberg, Yolanda y Aguilar, Rubén (2015). *La comunicación presidencial en México (1988-2012)*. México: UNAM-Gobierno del Estado de Coahuila, 41-93. Recuperado de: http://ru.iis.sociales.unam.mx/bitstream/IIS/5187/1/comunic_presidencial.pdf
- 9 Cardona, Diana (2015). “Principios estratégicos para la intervención” en Islas, Octavio y Galindo Jesús (Coords.). *Ingeniería en Comunicación Social y Comunicación Estratégica*. Tenerife: F. Drago. Andocopias. Recuperado de: <http://www.investigacionucem.com/resources/cac75.pdf>



- 10 Bonilla, Carlos “Comunicación proactiva para proteger la reputación corporativa” en Octavio Islas y Hernández Gabriela (2013). *Investigando la comunicación en crisis*. México: ITESM, 11-26. Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/LibroCrisis/Crisis.pdf>

Unidad 4

- 11 Tinto, José Antonio (2013). “El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de origen Provincia”. 29, enero-junio, 135-173, Venezuela: Universidad de los Andes Mérida. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/555/55530465007.pdf>
- 12 Salgado, Eva (2019). *Los estudios del discurso en las Ciencias Sociales*. México: UNAM, 68-94. Recuperado de: https://www.academia.edu/41856509/Los_estudios_del_discurso_FCPyS
- 13 Castro, Evelyn (2010). “¿Cambio o más de lo mismo?, el concepto de la mujer en el discurso de campaña de Vicente Fox Quesada” en Susana González (Coord.). *Antología de Teorías del Discurso*. México: UNAM, 351-369. Recuperado de: https://www.academia.edu/43949748/Cambio_o_m%C3%A1s_de_lo_mismo_el_concepto_de_la_mujer_en_el_discurso_de_campa%C3%B1a_de_Vicente_Fox_Quesada
- 14 Prieto, Daniel. *La Fiesta del Lenguaje*. México: Ediciones Coyoacán, 2000, 161-171 y 196-200.
- 15 Mac Donald, Ramiro (2017). *Las funciones de Roman Jakobson en la Era Digital*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar, Editorial Cara Parens, 33-110. Recuperado de: https://www.academia.edu/36175170/Las_funciones_de_Roman_Jakobson_en_la_Era_Digital
- 16 Marafioti, Roberto (2003), “El modelo argumentativo de Stephen Toulmin” en *Los patrones de la argumentación. La argumentación en los clásicos y en el siglo XX*, Buenos Aires: Biblos, 123-143. Recuperado de: https://issuu.com/luisorbegoso/docs/marafioti_roberto_-_los_patrones_de
- 17 Wittig, Fernando (2005). “Perspectivas argumentales en disputa en torno a la distribución de la “píldora del día después”. *Alpha*, 21, 159-175, diciembre. Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22012005000100010&lng=en&nrm=iso&tlng=en

Pueden servir de apoyo, los siguientes videos:

Construcción del corpus (Eva Salgado), <https://www.youtube.com/watch?v=KB3vSaV6xkE>
Ideología y discurso (Thompson), <https://www.youtube.com/watch?v=qo3mS9Tnw-Q>
Análisis de estructuras básicas (Daniel Prieto), <https://www.youtube.com/watch?v=UhcjPXIJGM8>
Análisis de contenido, <https://www.youtube.com/watch?v=wwUtWj-Q5SU>
Funciones del lenguaje, Jakobson, <https://www.youtube.com/watch?v=WF7zsu1Hfp8>
Argumentación (Toulmin), <https://www.youtube.com/watch?v=AlfzSpKKJvc>

Unidad 5

- 18 Periodistas de a Pie (2011). *Escritos sin Discriminación. Sugerencias para un periodismo sin etiquetas*. México: Conapred,



http://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=documento&id=234&id_opcion=&op=215, <http://www.periodistasdeapie.org.mx/images/Libros/escritosind-web-accss.pdf> 17-43 y 85-87.

19 Carhuachín, César (2013). Lenguaje y discriminación: Una perspectiva latina en los Estados Unidos de América. *Realitas*, 1, 2, julio-diciembre, 18-24, Barranquilla. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4766748.pdf>

- Recurso de evaluación
 - Instrucciones para el alumno (qué debe realizar, cómo)
 - Características de presentación del trabajo (extensión, tipo de letra, espaciado, formato)

Actividades:

El alumno debe contactar a la profesora vía correo electrónico para que le proporcione la liga de las lecturas.

Posteriormente, debe elaborar dos ensayos:

El **primer ensayo** consiste en una reflexión sobre “Retos que presenta la cultura de la cancelación, el respeto a la diversidad y la desinformación para el diseño de las políticas de comunicación de empresas e instituciones públicas”

El texto debe tener un mínimo de 5 cuartillas máximo 15, aparte está la bibliografía y anexos. El trabajo debe ser en Times New Roman 12, 1.5 de interlineado.

Pueden incluirse lecturas complementarias (opcional), pero el ensayo debe incluir obligatoriamente al menos una cita de las 19 lecturas que conforman el temario.

Debe contener introducción, desarrollo y conclusiones.

En la introducción debes anotar el objetivo del trabajo, en el desarrollo explicar el tema con citas en APA y en las conclusiones, algunas reflexiones personales sobre la aportación de tu trabajo al estudio de la comunicación.

El **segundo ensayo** consiste en el análisis de la cobertura informativa de un suceso o de una situación de crisis reciente (último año) de un actor público (social o político) de su elección, la forma en que la empresa o la institución enfrentó esta situación y el diseño de una política de comunicación sobre cómo ustedes sugieren haberla enfrentado.

El texto debe incluir el análisis de **uno o máximo tres** mensajes (spot, foto, seguimiento de prensa, comunicado, discurso, twitter, etc.), que emitió o involucró el actor seleccionado, el cual deberá ser



analizado con base en **tres modelos de análisis** planteados en las lecturas (argumentativo, de contenido, estrategias discursivas de la ideología, estructuras básicas, etc.).

El trabajo tiene que incluir:

1) *introducción* en la que señalen el por qué y el para qué de la relevancia del caso, además de la explicación de lo que es una política de comunicación (incluir citas en APA de la bibliografía básica). **2pts.**

2) Un *marco teórico-metodológico* en el que mencionen porqué la situación que estudian se considera una crisis de comunicación, además de explicar los modelos de análisis que van a retomar de las lecturas para analizar los materiales utilizados para enfrentar la crisis (**mínimo tres modelos**). **2pts.**

3) un *marco histórico-contextual* que permita ubicar el escenario espacio-temporal en el que tuvo lugar el caso seleccionado, los actores involucrados, la correlación de fuerzas, el escenario coyuntural y estructural (pueden basarse en la hermenéutica profunda de Thompson). **2pts.**

4) *La realización del análisis* de los materiales seleccionados (pueden incluir tablas o gráficas) con base en **tres modelos de análisis** ya sea (argumentativo, de contenido, estrategias discursivas de la ideología, estructuras básicas, etc.), así como, la presentación de hallazgos y la interpretación de los resultados. **2 pts.**

5) *Conclusiones*, que refieran las estrategias discursivas que identificaron en el manejo de la crisis, los aciertos y errores en el manejo de éstas, y el desarrollo de una política de comunicación propia que mejore o complemente la iniciativa para enfrentar la crisis. **2pts.**

6) *bibliografía y citas* de sus fuentes. **2pts.**

El trabajo deberá tener un **mínimo de 5 cuartillas** y máximo de 15. Aparte están la bibliografía y su material de estudio. El ensayo deberá estar escrito en letra Times New Roman 12 con interlineado de 1.5. **1 pts**

- Fecha de apertura del examen: **01 de junio de 2024.**
- Fecha de cierre del examen: **18 de junio de 2024.**

Fecha en la que se entregará el dictamen académico para que los alumnos conozcan su calificación: **20-23 de junio del 2024.**

Examen

Elaborado a criterio del Profesor.



Esta materia tiene como propósito que el alumno conozca las características de una situación de crisis de comunicación y la importancia de diseñar políticas de comunicación estratégica. Además, de conocer estrategias de contención y modelos de análisis información a efecto de que pueda identificar el contenido manifiesto y latente de mensajes en contextos socialmente estructurados, así como estrategias discursivas para enfrentar contingencias comunicativas. Al analizar discursos, el estudiante observará las fortalezas y debilidades, los mecanismos bajo los cuales operan la relación de poder-ideología y discurso, y su utilidad para la toma de decisiones en la comunicación.

El examen extraordinario consiste en la entrega de **dos ensayos**. Es indispensable que el alumno contacte a la profesora vía correo electrónico para que se le envíe la liga que contiene las lecturas básicas. Asimismo, deberá confirmar vía mail que enviará el examen al menos una semana antes de la entrega del mismo.

Criterios de acreditación

- Dar a conocer los criterios de acreditación del examen al alumno.

Se evaluará: redacción, capacidad de síntesis, ortografía, profundidad de la reflexión, debate y sustento de las ideas que plantea, así como el hilo conductor de la exposición. Además, en el primer ensayo se evaluará que hayan incluido **las 19** lecturas que comprenden la bibliografía básica y que estén citadas correctamente conforme el sistema APA.

Se calificará que cubra el tema solicitado (2pts), la extensión (2pts), el mínimo de bibliografía y forma adecuada de citación (2pts), la organización (introducción, desarrollo y conclusión) y redacción (2pts), capacidad de síntesis, ortografía, profundidad de la reflexión, debate y sustento de las ideas que plantea, así como el hilo conductor de la exposición (2pts).

En el segundo ensayo se considerará que incluya todos los rubros solicitados, se apliquen los **3** modelos de análisis seleccionados a **mensajes específicos**, así como la riqueza y originalidad de sus reflexiones, conclusiones y propuesta de políticas de comunicación. **El caso seleccionado debe ser del último año (1 pt)**.

En este trabajo el puntaje es de 15 puntos.

Cada ensayo tiene un valor del 50% de la calificación final.

Por cada tres errores ortográficos se bajará un punto, además de cuidar la redacción.

Nota: Los elementos establecidos en el formato son los mínimos necesarios para la elaboración de los lineamientos de los exámenes extraordinarios para el sistema abierto. Si usted considera adecuado agregar algún elemento que no se mencione en el presente formato, será integrado.



- Recomendaciones para la *redacción* de las preguntas. Se debe procurar que cada enunciado:
 - Sea claro y preciso
 - Describa una pregunta directa
 - No proporcione pistas o ayudas para la respuesta
 - Contenga toda la información necesaria para responder
 - Se exprese en forma positiva y no negativa