



### Datos generales

- Fecha del Examen Extraordinario: APLICAR ENTRE EL 1 AL 22 DE JUNIO 2024
- Nombre del profesor(a): Ángel Sergio Anzaldo Baeza
- Correo electrónico del profesor (a): [anzaldob@yahoo.com.mx](mailto:anzaldob@yahoo.com.mx)
- Clave de la materia: 2624
- Nombre de la materia: Comunicación Política
- Licenciatura: Ciencias Políticas
- Semestre al que pertenece: 06
- Carácter de la materia (obligatoria u optativa): Obligatoria
- Número de créditos: 8

### Características del examen

- **TEMARIO**

Se trabajará con el mismo temario que se revisa en las sesiones del curso ordinario, el cual está dividido en 10 temas

- Temas a desarrollar

1. Definiciones de la comunicación política
2. La persuasión
3. El perfil de los nuevos electores
4. La comunicación de las campañas electorales
5. El discurso político
6. La mentira en la propaganda y la campaña negativa
7. La comunicación política de las instituciones y la reacción de los medios de comunicación a las estrategias de las instituciones
8. El papel de los medios de comunicación en la comunicación política contemporánea
9. Los efectos de la comunicación en las audiencias
10. Una aproximación a las elecciones en México de 2018

- Contenidos a evaluar

La evaluación se basará en la entrega de una reflexión personal sobre cada uno de los 10 temas a desarrollar de una extensión no mayor a una cuartilla por tema, tomando como aparato crítico la bibliografía que se recomienda para cada caso.



- Bibliografía básica

T E M A	BIBLIOGRAFÍA Y HEMEROGRAFÍA OBLIGATORIA
Aproximaciones a una definición sobre la comunicación política	José María Canel. <i>¿Qué es la comunicación política?</i> En <b>Comunicación Política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información.</b> Tecnos, Madrid 1999. Páginas 15 – 32.
La persuasión: palabras, imágenes, señuelos, factoides.	Anthony Pratkanis y Elliot Aronson. <b>La era de la propaganda. Usos y abuso de la persuasión.</b> Paidós comunicación # 61. Barcelona 1992, capítulos 1 al 10, páginas 19 – 120.
Los nuevos electores	Raffaele Simone. <i>El voto vacío</i> , en <b>El hada democrática.</b> Taurus, 2016.  Byung-Chul Han, <i>La crisis de la libertad</i> , en <b>Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder.</b> Pensamiento Heder, 2014
La comunicación de las campañas electorales	José María Canel. <i>Op. Cit.</i> Páginas 33- 74  Jaime Durán y Santiago Nieto. <b>Mujer, sexualidad, Internet y política. Una Nueva Visión de las campañas electorales.</b> 342-364 FCE. 2006
La elaboración del discurso	Meyenger, Yolanda y José Antonio Lugo. <b>Palabra y Poder. Manual del Discurso Político en México.</b> Editorial Grijalbo. México, 2011. Capítulo I al V, pp. 17-114  Ver en YouTube: Martin Luther King, <i>I have a dream.</i> Luis Donaldo Colosio, <i>discurso del 6 de marzo de 1994</i>
La mentira en la propaganda y la campaña negativa	Durandin, Guy. <b>La mentira en la propaganda política y en la publicidad.</b> Paidós Comunicación. Barcelona 1995, pp. 19 a 75. y García Beaudoux, Virginia, <i>Et. Al., Op. Cit.</i> pp 209 a 240/Manuel Alejandro y Marco Arellano. <b>Campañas Negativas en 2006. Conclusiones.</b> P. 137 a 146. Universidad Iberoamericana 2012.
La comunicación política de las instituciones y la reacción de los medios de comunicación a las estrategias de las instituciones.	José María Canel. <i>Op. Cit.</i> Páginas 75- 180.  Felipe Chao Ebergenyi. Páginas 11-60. <i>Complejidad, Democracia y Comunicación Política. Una aproximación. Modelo para la toma de</i>



	<i>decisiones estratégicas en planes de comunicación.</i> En <b>Comunicación Política 2.1, Modelo para armar.</b> UNAM y etcétera 2017.
El papel de los medios de comunicación en la comunicación política contemporánea	Luhmann, Niklas. <b>La realidad de los medios de comunicación.</b> Capítulos 11 a 15. Universidad Iberoamericana. Colección Anthropos número 40, México 2000, pp. 111 a 165.  Sergio Anzaldo Baeza. <i>Índice de análisis multivariable de notas informativas en medios de comunicación.</i> En <b>Comunicación Política 2.1, Modelo para armar.</b> UNAM y etcétera 2017. Páginas 125-156
Los efectos de la comunicación política en las audiencias.	José María Canel. <i>Op. Cit.</i> Páginas 181 a 216.  Sergio Anzaldo Baeza. <i>AML: los medios deben ser un contrapeso.</i> <b>Revista etcétera edición digital.</b> <a href="https://www.etcetera.com.mx/sin-categoria/la-batalla-por-la-agenda-batalla-por-la-agenda/">https://www.etcetera.com.mx/sin-categoria/la-batalla-por-la-agenda-batalla-por-la-agenda/</a>
Análisis de caso: las elecciones en México 2018.	<i>100 cosas que he aprendido en mis 30 años como Consultor Político.</i> Joseph Napolitan.

• **RECURSO DE EVALUACIÓN**

- Los alumnos enviarán por correo sus textos al correo [anzaldob@yahoo.com.mx](mailto:anzaldob@yahoo.com.mx) refiriendo en el asunto: Extra Comunicación Política 2024-1
- Los trabajos deberán contar con los datos de identificación del alumno.
- En el correo podrán solicitar la liga para que puedan bajar de google drive la bibliografía obligatoria. Para ello tienen que especificar en el asunto: Solicitud de material para el extra de comunicación.
- Los trabajos se recibirán durante el periodo que marca la convocatoria presente. Fuera de ese tiempo no serán considerados.
- Una cuartilla de extensión máxima por cada tema a desarrollar.
- Tipografía Arial de 14 puntos.

Examen

Elaborado a criterio del Profesor.

Ángel Sergio Anzaldo Baeza  
[anzaldob@yahoo.com.mx](mailto:anzaldob@yahoo.com.mx)  
 5541419845



### Criterios de acreditación

Cada trabajo equivale a un punto que se acumula en la calificación. Para acreditar se requiere un mínimo de 6 trabajos.

Marzo 2024