



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

SISTEMA DE UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA



Lineamientos para el examen de:
TALLER DE TITULACIÓN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Claudia Lorena Velazco Flores

cl.velazco@politicas.unam.mx

Para tener derecho a presentar examen, el alumno deberá enviar el protocolo de investigación y un avance significativo de tesis de aproximadamente 40 cuartillas sin contar la bibliografía.

Todos los textos deberán entregarse en letra Arial o Times New Roman, número 12, espacio sencillo.

Citar correctamente e incluir fichas bibliográficas o fuentes utilizadas para el desarrollo del tema.

El examen será una réplica oral sobre su proyecto y tema de investigación.

Las preguntas del examen pueden ser sobre:

- El desarrollo teórico y metodológico con que se abordan los distintos procesos y prácticas de la comunicación política.
- El marco general sobre los fundamentos y características de las metodologías de investigación más relevantes en la investigación social, particularmente del campo de la comunicación política.
- La dinámica de comunicación institucional.
- Definir las metodologías que consideró adecuadas para realizar su investigación.
- Aplicar sus conocimientos para diferenciar géneros de información de los de opinión, y éstos como soportes periodísticos de los diferentes discursos sociales, tal como se presentan en la comunicación social, en el México de los últimos treinta años.
- Elaborar discriminantes de la información política, con base a las categorías de la ciencia política.
- Identificar los elementos del sentido, de la comunicación personal y social.
- La comunicación en momentos de normalidad, la comunicación estratégica y la comunicación emergente o en situaciones de crisis y aplicar métodos y técnicas de investigación, al análisis de procesos de comunicación que emergen en las relaciones de poder de individuos, grupos y organizaciones

Se adjunta el temario y bibliografía de la materia para que el alumno la use de apoyo a su proyecto de investigación.

TEMARIO DE LA MATERIA

<p style="text-align: center;">UNIDAD 1 EL PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN</p>
<p>1.1 Identificación y comprensión de un problema 1.2 Elementos del protocolo 1.3 Cronograma 1.4 Fuentes confiables de información</p>
<p style="text-align: center;">UNIDAD 2 LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN POLÍTICA</p>
<p>2.1 Reflexión sobre el concepto de comunicación política 2.2 Dificultades teóricas 2.3 Concepto (acercamiento desde una perspectiva crítica y funcional) 2.4 Modelos teóricos para su estudio 2.5 Líneas de investigación</p>
<p style="text-align: center;">UNIDAD 3 COMUNICACIÓN POLÍTICA INSTITUCIONAL</p>
<p>3.1 Modelos para el estudio de la comunicación política 3.2 El proceso de la comunicación política 3.3 La comunicación política de las instituciones 3.4 Los problemas prácticos de la comunicación de una institución pública 3.5 Comunicación social 3.6 La comunicación interna y la comunicación externa.</p>
<p style="text-align: center;">UNIDAD 4 METODOLOGÍA CUALITATIVA O CUANTITATIVA</p>
<p>4.1 Metodología Cualitativa 4.2 Métodos cuantitativos 4.3 Recolección de datos 4.4 Trabajo de campo</p>
<p style="text-align: center;">UNIDAD 5 CULTURA POLÍTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA</p>
<p>5.1 Cultura política y medios de comunicación colectiva en México 5.2 Categorías de análisis político</p>

- 5.3 El sistema político
- 5.4 Poder e ideología
- 5.5 Medios de comunicación y hegemonía
- 5.6 Actores y sujetos políticos.

UNIDAD 6
COMUNICACIÓN ESTRATEGICA

- 6.1 La comunicación política y el sistema político
- 6.2 Comunicar con estrategia
- 6.3 Comunicar con estrategia
 - Opinión Pública
 - Evaluación de la línea estratégica
 - Lo que se comunica y lo que no
 - La estrategia en la práctica
 - La organización de la oficina de comunicación social
- 6.4 Los efectos de la comunicación política.
- 6.5 El planteamiento estratégico de la comunicación en instituciones públicas
- 6.6 La legitimación de decisiones políticas
- 6.7 El sistema de valores dominante y la comunicación política

UNIDAD 7
COMUNICACIÓN EMERGENTE Y CONTROL POLÍTICO

- 7.1 Análisis de la comunicación emergente
- 7.2 Participación social y escenarios políticos
- 7.3 Comunicación emergente y control político
- 7.4 Comunicación emergente y opinión pública
- 7.5 Comunicación alternativa
- 7.6 Movimientos y redes sociales
- 7.7 Los actores y sujetos políticos.
- 7.8 Nuevos fenómenos de comunicación como el meme y el bot
- 7.9 Institucionalización de las relaciones de poder emergente
- 7.10 Participación social y escenarios

UNIDAD 8
LA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

- 8.1 Planeación Estratégica y comunicación
 - Misión estratégica
 - Visión estratégica
 - Análisis de Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)
 - Diagnostico Estratégico
 - Definición de estrategias
 - Proyectos de mejora
- 8.2 Planeación Estratégica de la comunicación política
 - La organización para la planeación estratégica
 - Planeación estratégica en la comunicación política

<p>Metodologías para resolver problemas de decisión</p> <p>8.3 Planeación estratégica y modelos estratégicos</p> <p>Planeación de las estrategias y administración de los recursos humanos, simbólicos, políticos y financiero</p> <p>De la planeación a la Acción</p>

<p>UNIDAD 9</p> <p>PLANEACIÓN PROSPECTIVA Y ESTRATEGICA</p>
<p>9.1 Planeación prospectiva</p> <p>Prospectiva estratégica</p> <p>Diseño de escenarios políticos y aplicación de estrategias de comunicación.</p> <p>Diseño de escenarios futuros</p> <p>9.2 Planeación estratégica en situación de crisis.</p> <p>Consideraciones generales respecto a la institución, estructura organizacional y el papel de la alta dirección hacia resultados reales</p> <p>Los aspectos relacionados con la creatividad en función de las estrategias de la alta dirección</p> <p>El concepto de planificación estratégica situacional</p> <p>Ejercicios y control de crisis.</p>
<p>UNIDAD 10</p> <p>MARKETING POLÍTICO Y CAMPAÑAS ELECTORALES</p>
<p>10.1 El brief de una campaña electoral</p> <p>10.2 Tipos de campañas electorales</p> <p>10.3 Objetivos de campaña</p> <p>10.4 Elementos de Marketing político</p> <p>10.5 La estrategia del miedo</p> <p>10.6 Campañas exitosas.</p>

BIBLIOGRAFÍA

- ANAYA, Gutiérrez Alberto. "Los partidos y la comunicación política" en GUIDO, Lara y Adriana Arizpe. (compiladores). *Comunicación política y democracia*. Ediciones Cal y Arena. México, 1998.
- ANDER-EGG Ezequiel. *Técnicas de investigación social*, Buenos Aires, Humanitas, 1986. –
- ARREDONDO, Pablo et. al. *Comunicación social, poder y democracia en México*. México, U. de G, 1983.
- ARTERTON, Christopher. "Introducción: Estrategias de comunicación pública y gobernabilidad democrática" en IZURIETA, Roberto, M. Merina Rubén, Arterton Christopher. *Et. al., Estrategias de comunicación para gobiernos*. Editorial La Crujía Ediciones, Buenos Aires Argentina, 2002.
- BARTLETT F. C. *La propaganda política*; Fondo de Cultura Económica. México 1941, p. 15 Citado por GONZÁLEZ Llaca Edmundo. En *Teoría y práctica de la propaganda*. Grijalbo México 1981.

- BASÁÑEZ, Miguel. *El pulso de los sexenios. 20 años de crisis en México*. México, Siglo XXI, 1997.
- BRIONES, Guillermo. *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales*, México, Trillas, 1985.
- CANEL, María José. *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Tecnos. España, 1999.
- CÁRDENAS, Cuauhtémoc. "¿Qué representa ser protagonista de la comunicación política?" en GUIDO, Lara y Adriana Arizpe. (compiladores). *Comunicación política y democracia*. Ediciones Cal y Arena. México, 1998.
- CASASÚS, José. *Ideología y análisis de los medios de comunicación*, Barcelona, Dopesa, 1972.
- COHEN, Sandro. *Redacción sin dolor*. México, Planeta, 1994.
- COSÍO Villegas, Daniel. *El sistema político mexicano*. México, J. Mortiz, 1972.
- COTTERRET, Jean Marie. *La comunicación política. Gobernantes y gobernados*. Editorial el Ateneo. Buenos Aires 1997.
- CRICK, Bernard. *En defensa de la política*. Tusquets Editores, IFE. México, 2001.
- DEL REY Morató, Javier. *Democracia y posmodernidad. Teoría general de la información y comunicación política*. Madrid España: Editorial Complutense S. A. Madrid España, 1996.
- DELGADO, Juan. *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*, España, Síntesis, 1997
- DENYS A. de Catanzaro. *Motivación y emoción*. Pearson educación. México 2001.
- DEUTSCH, Karl W. *Los nervios del gobierno. Modelos de comunicación y control políticos*. Editorial Paidós. México, 1993.
- DEUTSCH, Karl W. *Política y gobierno. Cómo el pueblo decide su destino*, México: Fondo de Cultura Económica. México 1976.
- DURÁN, Barba Jaime. "Estrategias de comunicación política" en IZURIETA, Roberto, M. Merina Rubén, y Arterton Christopher. *Et. al., Estrategias de comunicación para gobiernos*. Editorial La Crujía Ediciones. Buenos Aires Argentina, 2002.
- DURAND Ponte Víctor Manuel. *Ciudadanía y cultura política en México 1993-2001*. Siglo XXI Primera Edición. México, 2004.
- DUVERGER, Maurice. *Métodos de las ciencias sociales*, México, Ariel, 1981.
- ESPEJO, Alberto. *Lenguaje, pensamiento y realidad*. México, Trillas, 1991.
- ESPINO Germán. *El nuevo escenario de las campañas presidenciales. La transformación de la comunicación política en el sistema político mexicano*. Nuestro tiempo, La Jornada ediciones. México, 2006.
- EVERGENGY, Felipe Chao. "La nueva lucha por el poder". En Pardo Romeo (coordinador). *Comunicación política y transición a la democracia*. UAM-X, AMIC. México, 1997.
- FERNÁNDEZ Collado Carlos, Hernández Sampieri, Ocampo Jaramillo Eliseo. *Marketing Político e imagen de gobierno en funciones*. McGraw-Hill Interamericana, 3ª Edición México 2007.
- FERNÁNDEZ Collado, Carlos y Roberto Hernández Samperi. *Marketing Electoral e imagen de gobierno en funciones. Cómo lograr campañas electorales exitosas*. MC. Graw Hil. México, 2000.

- FESTINGER, León y Katz, Daniel. Los métodos de investigación en las ciencias sociales, Buenos Aires, Piados, 1975.
- FUENTES Carlos. "Agosto: las tentaciones mexicanas" en GUIDO Lara, Adriana Arizpe (Compiladores) Comunicación política y democracia. Ediciones Cal y arena. México 1997.
- GARAGALSA, Luis. *La interpretación de los símbolos*. Hermenéutica y lenguaje en la filosofía actual. España, Antrophos, 1990.
- GARCÍA Calderón Carola. *Medios de comunicación y campañas electorales 1998-2000*. Editorial Plaza y Valdés. México 2006.
- GERMANI, Gino. *Política y sociedad en una época de transición*. Buenos Aires, Paidós, 1966.
- GONZÁLEZ Pérez Marco Antonio. *México polarizado 2000-2006. Estudios de psicología política*. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Editorial Itaca. México 2008.
- GONZÁLEZ, Alonso Carlos. *Principios básicos de comunicación*. Trillas. México, 1990.
- Goode, William y Hatt, Paul, Daniel. *Métodos de investigación social*, México, Trillas, 1990.
- GUIDO Lara, Arispe Adriana (Compiladores). *Comunicación política y democracia*. Ediciones Cal y Arena. México 1998.
- HELLER Ágnes. *Sociología de la vida cotidiana*. Ediciones Península, Barcelona 2002
- HOMS, Ricardo. *La crisis comunicacional de una sociedad en transición*. México, Ariel, 1995.
- JEAN Marc Ferry. "Las transformaciones de la publicidad política". En J. M. Ferry, D. Wolton *et al.*, *El nuevo espacio público*. Gedisa. Barcelona España, 1994.
- KRAUS Sydney, Dennis Davis. *Comunicación masiva. Sus efectos en el comportamiento político*. Trillas Sigma, México 2006.
- KUSCHICK Murilo. *Introducción al marketing político*. UAM- Azcapotzalco. México 2006.
- LEFEBVRE Henri. *La vida cotidiana en el mundo moderno*. Libro de bolsillo, Alianza Editorial Madrid 1972.
- LINDON, Denis., *Le Marketing politique*, París, Dalloz, 1996 p.4 citado por GÓMEZ Fernández Pedro, "El Marketing político: más allá de la publicidad y las encuestas". En MUÑOZ, Alejandro y Alonso Juan Ignacio Rospir. *Et. at.*, *Comunicación Política*. Editorial Universitas, S. A. Madrid España, 1995.
- LÓPEZ Portillo Ángeles. "Las encuestas en México 2006. Voto joven y las percepciones de 'Democracia' y 'Populismo'". En ESCUDERO Chauvel Lucrecia, García Rubio Claudia I. (Coordinadoras). *Democracias de opinión. Medios y comunicación política en las elecciones mexicanas 2006*. Ediciones la Crujía. Buenos Aires, Argentina, 2007.
- MARTIN Salgado, Lourdes. *Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Paidós, España 2002.
- MENÉNDEZ Macín Ana María y Gerardo del Campo. "La opinión pública y la construcción social de la realidad". En MENÉNDEZ Macín Ana María (coordinadora). *Comunicación política*. Universidad Nacional Autónoma de México, FCPyS, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial. México 2004.
- NARVAÉZ, Montoya Ancízar. "Cultura política y cultura mediática. Esfera pública, intereses y códigos". En César Bolaño, Mastrini Guillermo y Sierra Francisco. *Economía política y*

conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana. La Crujía Editores. Buenos Aires 2005.

- NOEL, Elizabeth. *Encuestas en la sociedad de masas*, España, Alianza Editorial, 1989.
- OCHOA Oscar. *Comunicación política y opinión pública*. McGraw Hill. México 2000.
- ORTIZ Ortiz Francisco. *Comprender a la gente. Por qué ganó Fox*. Nuevo Siglo Aguilar. México 2002.
- PAOLI Antonio. *La lingüística en Gramsci. Teoría de la comunicación política*. Ediciones Coyoacán Comunicación. México, 2002.
- PARDO, Romeo (Coordinador). *Comunicación política y transición democrática*. UAM-X, México, 1997.
- PÉREZ Fernández del Castillo Germán, Alvarado M Arturo, Sánchez Gutiérrez Arturo (Coordinadores). *La voz de los votos: Un análisis crítico de las elecciones de 1994*. Miguel Ángel Porrúa, FLACSO. México, 1995.
- PERINA, Rubén. "Presentación Democracia y gerencia política el papel de la OEA" en IZURIETA, Roberto, M. Merina Rubén y Arterton Christopher. *Et. al., Estrategias de comunicación para gobiernos*. Editorial La Crujía Ediciones. Buenos Aires, Argentina, 2002.
- PRIETO Castillo Daniel. *Discurso autoritario y comunicación alternativa*. Ediciones Coyoacán. México 2002.
- REVELES Vázquez Francisco (Coordinador). *El gobierno panista de Vicente Fox. La frustración del cambio*. SITESA, FCPyS. México 2008.
- REVELES Vázquez Francisco (Coordinador). *Partido Acción Nacional: Los signos de la Institucionalización*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, GERNIKA, UNAM. México, 2002.
- REVELES Vázquez Francisco. *Partidos políticos en México. Apuntes teóricos*. GERNIKA, FCPyS, UNAM. México 2008.
- REYES Arce Rafael, Much Lourdes. *Comunicación y mercadotecnia política*. Noriega Editores. México, 2002.
- ROJAS Antonio y Manuel Amaro. *Taller de expresión oral y escrita*. México, Banca y Comercio, 1994.
- ROSPIR, Juan Ignacio. "Introducción a la comunicación política", en Berrocal, Salomé. *Comunicación política en televisión y nuevos medios*, Editorial Ariel. España, 2003.
- SWANSON, David. "El campo de la comunicación política, la democracia centrada en los medios". En MUÑOZ, Alejandro, Alonso Juan Ignacio Rospir, *et al., Comunicación política*. Editorial Universitas. Madrid España, 1995.
- THOMPSON John B. *Ideología y cultura moderna. Teoría y crítica social en la era de la comunicación de masas*. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco. México D. F. 1990.
- THOMPSON. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós. Barcelona 1995.
- TIRADO Rasso Miguel. *La crisis del partido de Estado. Una agonía revolucionaria e institucional*. Plaza y Valdés. México, octubre del 2000.
- TOURAINÉ, Alain. "Comunicación política y crisis de la representatividad". En J. M. Ferry, D. Wolton et al., *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona España, 1992.

- TOURAINE, Alain. *¿Qué es la democracia?* Argentina: Fondo de Cultura Económica. Argentina, 2000.
- TOURAINE, Alain. *Actores sociales y sistemas políticos en América Latina*. PREALC, Organización Internacional del Trabajo. Chile, 1988.
- TOURAINE, Alain. *El regreso del actor*. EUDEBA. Buenos Aires, 1987.
- VALLES, Miguel. *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexiones metodológica y práctica profesional*, España, Síntesis, 1997
- VELASCO Piña Antonio. *El círculo negro. El grupo detrás del poder en México*. Punto de lectura. México enero de 2009.
- VIGIL, Herrera Enrique, "¿Cómo persuadir a los ciudadanos? En GUIDO, Lara, Adriana Arizpe (compiladores). *Comunicación política y democracia*. Ediciones Cal y Arena. México, 1998.
- WOLTON Dominic. "Comunicación y crisis de representatividad", en Ferry Jean M., Wolton et al., *El nuevo espacio público*. Gedisa. Barcelona España, 1992.