

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
LICENCIATURA EN CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



PROGRAMA DE ESTUDIOS

COMUNICACIÓN POLÍTICA

Elaboró:	Mtra. María Cristina Reyes Montes	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.
	Mtro. Ricardo Ramírez Nieto	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtro. José Osvaldo Torres Chávez	Centro Universitario UAEM Texcoco
	Dr. Javier López Serrano	Centro Universitario UAEM Zumpango

Fecha de aprobación:	H. Consejo Académico	H. Consejo de Gobierno
	27 de junio 2022	27 de junio 2022

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	5
IV. Objetivos de la formación profesional.	7
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	9
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	10
VII. Acervo bibliográfico.	12





I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Centro Universitario UAEM Amecameca
Centro Universitario UAEM Texcoco
Centro Universitario UAEM Zumpango**

Estudios profesionales **Licenciatura en Comunicación, 2018**

Unidad de aprendizaje **Comunicación política**

Carga académica	2	2	4	6
	Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos

Carácter **Optativa** Tipo **Curso** Periodo escolar **Séptimo**

Área curricular **Ciencia Política** Núcleo de formación **Integral**

Seriación **Ninguna** **Ninguna**
UA Antecedente UA Consecuente

Formación común
Licenciatura
Comunicación, 2018



II. Presentación del programa de estudios.

La comunicación política como fenómeno social, vinculante con el profesional de la comunicación, tiene dimensiones tan amplias como cada país, teórico, universidad, analista, político, etc., lo quieran ver; empero, en México no se puede soslayar que los movimientos democráticos que se han presentado desde la época independiente, hasta la segunda década del Siglo XXI, la han ido agrupando en dos grandes estadios: la comunicación gubernamental y las campañas electorales.

Por lo que corresponde a la comunicación gubernamental, la dinámica social “natural”, sumada a las necesidades que ha generado la pandemia de la Covid-19, la han cambiado; y por tanto la participación y cultura política representan nuevos desafíos que se tienen que entender y atender para hacerles frente, pues la opinión pública tiene bajo la lupa a las instituciones gubernamentales de los tres poderes y los tres niveles de gobierno; lo que exige de las y los políticos, así como del funcionamiento público, estrategias de comunicación más eficaces que abarquen todos los segmentos de la población y por tanto todos los medios de comunicación, desde los tradicionales hasta las redes sociales.

En esta línea de contingencia, modernización y participación, la comunicación política se ha transformado tanto en su estructura creativa y organizativa, como en la propia convicción política y jurídica. Tener una población cada vez más heterogénea, participativa y crítica, implica todo un reto; por lo que la Unidad de Aprendizaje de Comunicación Política se erige como un área de oportunidad para que el comunicólogo y el politólogo pasen de ser agentes pasivos a activos.

Para muestra, en la comunicación política se deberá hacer notar el espacio que han ganado las mujeres en México, en temas como la paridad de género para la selección de las y los candidatos, la ocupación de cargos públicos, así como el de sancionar la violencia política de género.



Proyecto curricular de la Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública
Reestructuración, 2018
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8
Linea de acreditación: Ciencia Política						Sistemas políticos y de gobierno contemporáneo	Instituciones políticas y gobernabilidad	Prospección política y construcción de escenarios
						Civiles y políticas para la participación	Sociedad civil y ciudadanía	Élites y liderazgos políticos
						Administración electoral	Comportamiento electorales	Metodología para el análisis estadístico electorales
						Consultoría política	Cabildeo	Discurso político y enfrentamiento de medios
						Escenarios políticos de Europa	Escenarios políticos de Asia	Opinión pública
Linea de acreditación: Administración Pública						Gobernanza	E-Government	Transparencia y rendición de cuentas
						Estudios metropolitanos	Desarrollo y gestión territorial	Financiamiento para el desarrollo local
						Políticas públicas sectoriales	Redes de políticas públicas	Estudios de factibilidad de políticas públicas
						Profesionalización y servicio civil de carrera	Gestión de recursos humanos	Gestión de recursos materiales
						Certificación en la Administración Pública	Control de gestión	Estrategias de modernización administrativa
Ciencias sociales						Migraciones y movilidad		
						Multiculturalismo y sincretismo		
						Sostenibilidad		



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios Aprobado por los HH, Consejos Académico y de Gobierno

Simbología

Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas
	HP: Horas Prácticas
	TH: Horas de Horas
	CR: Créditos

10 líneas de seriación.
Créditos mínimos 22 y máximos 51 por periodo escolar.
* Actividades académicas
** Horas de la actividad académica
* UA obligativa que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el taller imparte

	UA de básico obligatorio.
	UA de sustenitivo obligatorio.
	UA de integral obligatorio.
	UA de integral optativo.

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 20 UA	57	29	30	137	Total de núcleo básico: acreditar 20 UA para cubrir 137 créditos
Núcleo sustenitivo obligatorio: cursar y acreditar 22 UA	57	31	32	145	Total de núcleo sustenitivo acreditar 22 UA para cubrir 145 créditos
Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 7 UA + 2*	74	34	35	80	Total de núcleo integral acreditar 13 UA + 2* para cubrir 122 créditos
Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 6 UA	78	35	36	89	

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS		
UA obligatorias	49 + 2	Actividades académicas
UA optativas	6	
UA a acreditar	55 + 2	Actividades académicas
		UA



IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Son objetivos de la licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública formar politólogos y administradores públicos con un amplio sentido de responsabilidad social, integridad personal, ética profesional, y espíritu de servicio que sean capaces de afrontar los retos y desafíos propios de un entorno social y cambiante, complejo y con problemas multidimensionales; y que, contando con una perspectiva holística de la realidad y una formación integral e interdisciplinaria, contribuyan para:

Generales:

- Vivir los principios y valores universitarios desarrollando capacidades para interactuar con respeto y empatía.
- Participar activamente en el desarrollo académico para mejorar la capacidad de aprendizaje y desempeñarse como profesional con autonomía, siendo congruente con el propósito de vida universitaria.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión de los conflictos globales y de su entorno, para preservar la naturaleza y potenciar su capacidad para la toma de decisiones públicas.
- Evaluar el progreso, integración e incertidumbre de las ciencias, ante la creciente complejidad de las profesiones.
- Reconocer y ampliar su conocimiento intercultural y compartir de sus bienes y valores.
- Ejercer el diálogo y respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y de apertura al mundo.
- Desarrollar hábitos de trabajo, organización, disciplina, colaboración e iniciativa propia en las organizaciones públicas, sociales y privadas.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.
- Hacer uso eficiente de las tecnologías de información y comunicación para insertarse exitosamente en la sociedad del conocimiento.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas en una segunda lengua.
- Tomar decisiones y formular soluciones socialmente significativas, éticas y estéticas.





Particulares

- Distinguir los diversos componentes y actores sociales que intervienen en los fenómenos relacionados con la competencia, la cooperación y el ejercicio del poder político, incorporando las características teóricas y metodologías de estudio propias del estructural-funcionalismo, el materialismo histórico, el constructivismo, el conductismo y el institucionalismo para la realización de ejercicios multidimensionales de análisis político y la construcción de perspectivas y escenarios para la planeación, toma de decisiones y atención de coyunturas políticas, electorales y gubernamentales.
- Analizar los conocimientos y conceptos en torno a la política, la administración pública, burocracia, poder, Estado, gobierno, sociedad civil, y democracia con las herramientas metodológicas de la dialéctica, hermenéutica, teoría comprensiva, fenomenología, los estudios de caso y comparados para la interpretación y comprensión de los procesos sociales, históricos y presentes que configuran el sistema político mexicano y a las instituciones públicas.
- Diseñar modelos de diseño organizacional y de gestión en el sector público, aplicando los conocimientos y técnicas en materia de administración de recursos humanos, financieros y materiales, planeación, auditoría y control presupuestal que contribuyan al ejercicio eficaz de las funciones y responsabilidades públicas con calidad, racionalidad, sensibilidad social y eficiencia, en un contexto histórico, ético, filosófico y humanista.
- Distinguir las fases de análisis, diseño e implementación y evaluación que componen el ciclo de las políticas públicas, mediante el estudio de la bibliografía especializada y la revisión de casos exitosos, con el propósito de participar en el diseño e implementación de políticas públicas que respondan a las necesidades sociales y los requerimientos del desarrollo económico, político y social con sustentabilidad en los ámbitos local, nacional y global.
- Contribuir a la resolución pacífica de las diversas situaciones de conflicto a las que se enfrente en el marco de su desempeño profesional, promoviendo la tolerancia, el diálogo, el respeto a la legalidad, la equidad de género y la justicia.
- Integrar los principios éticos y filosóficos de su formación universitaria para la promoción de acciones que contribuyan al fortalecimiento de la cultura política democrática en el marco de los procesos político-electorales que estudie o en los que intervenga.
- Promover los principios y valores propios de la ciudadanía mundial con el propósito de contribuir a la construcción de las ciudades más justas, pacíficas, igualitarias, incluyentes, tolerantes y con visión de sustentabilidad.





Objetivos del núcleo de formación:

Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Analizar los fundamentos del poder político, mediante el estudio de las filosofías y teorías políticas, de los procesos electorales, de los partidos y comunicación política y de los escenarios políticos a nivel internacional para explicar y comprender de manera crítica y fundada las relaciones de poder expresadas en diferentes problemáticas, contextos y ámbitos del espacio público y fortalecer la gobernabilidad democrática de la entidad.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Analizar los procesos de interacción entre la sociedad civil, los medios de comunicación y los actores políticos mediante la revisión de las principales teorías y corrientes sobre construcción de la agenda, encuadre (*framing*) y opinión pública para describir y explicar experiencias en América Latina y México en condiciones de democracias emergentes.

.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los III. Consejos
Académico y de Gobierno



VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

Unidad temática 1. Encuadre teórico de la comunicación política y la Comunicación gubernamental

Objetivo: Analizar el encuadre teórico de la comunicación política mediante el estudio de su incidencia en procesos comunicativos vinculatorios entre el gobierno y la ciudadanía a fin de explicar la naturaleza de la comunicación política diferente a otro tipo de comunicaciones sociales.

Temas:

- 1.1 El concepto de comunicación política
- 1.2 Los actores del proceso de comunicación política (Dominique Wolton)
 - 1.2.1 Los actores políticos
 - 1.2.2 Los medios de comunicación
 - 1.2.3 El público
- 1.3 La comunicación de la administración pública (María José Canel)
- 1.4 La comunicación gubernamental e institucional
- 1.5 Las acciones de comunicación como entidad gubernamental

Unidad temática 2. Microteorías: de la comunicación política a la opinión pública.

Objetivo: Examinar las posturas teóricas que han vinculado a la comunicación política con la opinión pública mediante la identificación de sus distintas dimensiones y contextos económicos, políticos y sociales, para analizar el quehacer gubernamental.

Temas:

- 2.1 La opinión pública
- 2.1 La agenda setting
- 2.2 Teoría de la disonancia cognitiva
- 2.3 Teoría de los usos y gratificaciones
- 2.4 Teoría de la espiral del silencio
- 2.5 El framing: el estudio de los marcos del discurso





Unidad temática 3. El Plan de Comunicación

Objetivo: Debatir los principales elementos que componen un plan de comunicación en una institución gubernamental mediante la identificación de posibles escenarios, sus elementos y problemáticas comunicativas a fin de construir alternativas de mejora y/o solución, por medio de análisis de caso y simuladores.

Temas:

- 3.1 Análisis situación (Diagnóstico) (FODA)
- 3.2 Problema u Oportunidad
- 3.3 Objetivos (¿Qué se pretende conseguir?)
- 3.4 Públicos
- 3.5 Estrategias de Contenido
- 3.6 Medios-canales
- 3.7 Cronograma del Plan
- 3.8 Presupuesto
- 3.9 Control y seguimiento
- 3.10 Evaluación

Unidad temática 4. Medios de comunicación y redes sociales en la comunicación política en México

Objetivo: Evaluar las funciones de los medios de comunicación y redes sociales en la comunicación política mediante la articulación de los fenómenos de recepción del mensaje a partir de la segmentación del público y tipos de medios, para comprender los alcances y limitaciones de cada uno de éstos.

Temas:

- 4.1 La prensa
- 4.2 La radio
- 4.3 La televisión
- 4.4 ¿Uso orgánico o bots?, Facebook, Twitter, Tik Tok, Instagram y Whatsapp
- 4.2 La construcción del mensaje corto
- 4.3 La estrategia en redes sociales y mensajería
- 4.4 Evaluación de las actividades
- 4.5 Gestión de manejo de crisis
- 4.6 La función de la o el community manager
- 4.7 El media training





VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

Aidoo, K., (2005). Prospects for Agenda Setting research in the 21st century. En Aidoo, K., (Ed.), *Topical Issues in Communications and Media Research*, 35-59. New York: Nova Science Publishers.

Barranco Saiz, F.J. (1982). *Técnicas de márketing político*. Madrid. Editorial. Pirámide.

Berrocal, Salomé y Otros (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona. Ed. Ariel.

Bretton, Phillippe. En Gauthier, Gilles y otros (1998). *Comunicación política*. Barcelona. Ed. Gedisa.

Canel, Maria José (1999). *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid. Tecnos.

Del Rey Morato, Javier (1989). *La comunicación política (el mito de las izquierdas y derechas)*. Ed. Eudema. Madrid.

Festinger, L. (1975). *Teoría de la disonancia cognoscitiva*. Instituto de Estudios Políticos.

Gauthier G, Gosselin y Mouchon J. (1992). *Comunicación y política*. Barcelona. Ed. Gedisa.

Gosselin, André. *Comunicación política*. España. Ed. Gedisa. 1995

Herreros Arconada, M. (1989). *Teoría y técnica de la propaganda electoral*. Barcelona. Ediciones PPU.

Katz, E., Blumer, J.G. y Gurevitch, M. (1974). 'Usos y gratificaciones de la comunicación de masas', en W.Ph. Davison/F.T.C. Yu, *Mass Communication Research*, Praeger Publishers, Nueva York. Pp. 128-171.

Laraña Rodríguez-Cabello, E. (1982). "Comunicación y política en la sociedad industrial avanzada. Los medios de comunicación colectiva y las campañas electorales" en *Revista de Estudios Políticos (nueva época)* No. 29, septiembre/octubre.

López Eire Antonio y Guervós Javier de Santiago (2000): *Retórica y comunicación política*, Cátedra, Madrid.

Luque, Teodoro (1996). *Márketing político. Un análisis del intercambio político*. Madrid. Ariel.

Manual de Gestión de la Comunicación en Situaciones de Crisis. Disponible en: https://portal.icetex.gov.co/Portal/docs/default-source/documentos-el-icetex/biblioteca/manuales-de-la-entidad/gesti%C3%B3n_de_la_comunicaci%C3%B3n_en_situaciones_de_crisis.pdf

Mazzoleni, Gianpietro (2010). *La comunicación política*, Alianza, México.

McCombs, M., y Bell, T., (1996). *The Agenda-Setting Role of Mass Communication*. En Salwen, B., y Stacks, D. (Eds.), *An Integrated approach to communication theory and research* (93-110), New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.





Monzón, Cándido (2006). *Opinión Pública, Comunicación y Política*. España, Tecnos.

Noëlle-Neumann, Elisabeth (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Paidós. Barcelona.

Thierry, Libaert (2010). *El plan de comunicación organizacional: cómo definir y organizar la estrategia de comunicación*, Limusa, México.

Wolf, Mauro (1987). 'De la sociología de los emisores al newsmaking', en *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Ed. Paidós, Barcelona. Pp. 201-286.

Wolton, Dominique (1998). "La comunicación política: construcción de un modelo", en Ferry, Jean-Marc, Dominique Wolton et.al. *El nuevo espacio público*. Barcelona. Gedisa.

Zhu, J., y Blood, D., (1996). *Media Agenda-Setting Theory Review of a 25 Year Research Tradition*. *Perspectives*, 8, (Spring, 1996), 97-149. Obtenido desde: <http://sunzi1.lib.hku.hk/hkjo/article.jsp?book=10&issue=100013>

Complementario:

Bárcena, et al (2011). *Marketing político*, Lerma Kirchner, Cengage Learning.

Bohmann, Karin (1994). *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México. Alianza Editorial.

Bordieu Pierre (2000): *Langage et pouvoir symbolique*. Préface de John P. Thompson, Seuil, Paris.

Bordieu, Pierre (2002): *¿Qué significa hablar?* Madrid, Editorial AKAL.

Centro de derechos de Desarrollo (2017) *Guía de Vocería para Mujeres Lideresas de Organizaciones*. Perú. Disponible en:

https://issuu.com/construyendoigualdad/sj/docs/guia_vocera_ok_28112018

Coordinadora de la Mujer. (s/f). *Manual de vocería para mujeres lideresas*. La Paz, Bolivia: Coordinadora de la Mujer. Disponible en: http://www.coordinadoradelamujer.org.bo/observatorio/archivos/galeria/adjunto/CartillaManualDeVoceriaParaCandidatas_240.pdf

David L. Altheide (2014): *Media Edge: Media Logic and Social Reality* New York.

De Moragas, M. (1989). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona. Ed. Gustavo Gili.

González Lobo Ma. Ángeles y Enrique Carrero López (1999). *Manual de Planificación de Medios*. Ed. Escuela Superior de Gestión comercial y Marketing (ESIC) Madrid.

Kinncar, T.C. (1989). *Investigación de mercados*. Bogotá. McGraw-Hill Latinoamericana.

Lambin, J.J. (1991). *Márketing estratégico*. Madrid. McGraw-Hill.





- Lance Talent. (2014). Como hacer un plan de medios: 9 pasos. Recuperado el 1 de noviembre de 2015, de Lance Talent Blog: <http://www.lancetalent.com/blog/como-hacer-plan-de-me-dios-9-pasos/>
- Martín Armario, E. (1980). *La gestión publicitaria*. Madrid. Editorial Pirámide.
- Martín Salgado, Lourdes (2002). *Márketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Barcelona. Piados.
- Muñoz Alonso, Alejandro y Juan Ignacio Rospir (1999). *Democracia mediática y campañas electorales*. Madrid. Ariel.
- Ortiz Cabeza, F. (1983). *Guía de márketing político. Cómo actuar para llegar a mantenerse líder*. Madrid. Esic.
- Patxi, F. (2011). Taller de vocería. Recuperado el 31 de noviembre de 2015, de Slideshare: <http://es.slideshare.net/PreparateVzla/taller-de-vocera>
- Pizzolante, I. (2002). *Portavocía y comunicación corporativa*. España: Ariel.
- Sartori, Giovanni (. 2003). *¿Qué es la democracia?* México. Taurus
- Sartori, Giovanni (1997). *Partidos y sistemas de partidos*. España, Alianza Editorial 2ª. Edición.
- Serna, G. v. (2011). *El Media Training Manual*. Recuperado el 1 de noviembre de 2015, de SlideShare : <http://es.slideshare.net/gonzalovh/media-training-manual>
- Wilcox, Dennis L.: Cameron, Glen T. y Xifra Jordi (2012). *Relaciones públicas: estrategias y tácticas*, Pearson Educación, México.