



Comunicación Política

De la teoría a la práctica



Duración: 240 Horas
Horario: Viernes de 15 a 20 horas
y sábados de 9 a 14 horas



Diplomado en Comunicación Política: De la teoría a la práctica



Diplomado en Comunicación Política: De la teoría a la práctica Viernes de 15:00 a las 20:00 horas y sábados de 09:00 a 14:00 horas.

Inicio: 22 de septiembre de 2017, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

Duración: El diplomado tiene una duración de seis meses, equivalente a 240 horas de trabajo teórico con énfasis en la aplicación de conocimiento a la práctica profesional.

Coordinación Académica

Dra. Frambel Lizárraga Salas, Dra. Georgina Sosa Hernández.

Objetivo general: Que el alumno adquiera los conocimientos necesarios para profundizar en el estudio y análisis del campo de la comunicación política. Brindar, de esta manera, herramientas necesarias para la profundización de los conocimientos desarrollados. Potenciar habilidades cognitivas en la formulación, análisis y resolución de problemas en la práctica profesional.

Perfil del aspirante:

El diplomado está dirigido preferentemente a estudiantes de licenciatura en Ciencias Sociales, en Ciencias de la Comunicación, Ciencia Política y Administración Pública, Sociología, Relaciones Internacionales, así como a profesionistas que laboran en partidos y agrupaciones políticas, en organizaciones ciudadanas y sociales diversas (sindicales, cooperativas, empresariales, gremiales), o bien en instituciones públicas y gubernamentales.





Introducción:

La comunicación política moderna se ha constituido como área de conocimiento y, a la vez, como ámbito especializado de actividad práctica, institucional y profesional en las democracias contemporáneas.

En el desarrollo reciente de éstas han tenido lugar ciertas transformaciones en parte como consecuencia, por un lado, de crecientes niveles de pluralismo y competitividad partidista electoral, alternancia política y ejercicio de derechos políticos y, por otro lado, del proceso de convergencia digital y cibernética y del acceso, aplicación y uso de tecnologías de información y comunicación, transformaciones que traen aparejados fenómenos que repercuten o alteran las formas de interacción e interlocución entre actores políticos y en las formas y prácticas mediante las cuales se implican e interpelan recíprocamente, tanto en torno a la disputa y el ejercicio del poder político legítimo como a la influencia y vigilancia que pueden ser ejercidas sobre el mismo.

Entre tales transformaciones y fenómenos, los estudiosos y especialistas en ésta área de estudio han puesto de relieve la reconfiguración del espacio público político y la mediatización de la política democrática, con la consecuente diversificación de identidades, asuntos colectivos, formas de acción individual y colectiva, formas, canales y recursos de comunicación, a disposición no solamente de los actores políticos sino de los actores sociales que concurren al intercambio de mensajes, contenidos e información y a la formación de corrientes de opinión pública, acerca de la deliberación y toma de decisiones colectivas obligatorias acerca del desarrollo económico, político, social y cultural, en el ámbito nacional e internacional.

Ese campo de estudio y práctica social abre horizontes hacia fenómenos comunicativos de “intermedialidad” e “intertextualidad” con consecuencias en las interacciones comunicativas orientadas políticamente entre ciudadanos de diversos estratos socioeconómicos y tradiciones culturales locales, así como hacia formas de participación política afectados por tales fenómenos, entre las que cabe destacar las posibilidades de generar e intercambiar información



y opinión política, incidir en la construcción de agenda pública social, ampliar la visibilidad pública y resonancia social de movimientos sociales y ciudadanos mediante redes sociales de comunicación interactiva digital, promover iniciativas para observar el comportamiento de los medios de comunicación masiva o la exigencia de rendición de cuentas a partidos políticos y gobernantes electos y designados, todos los cuales tienen lugar por fuera de los cauces institucionales de la política democrática, así como del cauce que establecen los medios convencionales de comunicación masiva.

En México, a partir de la transición democrática y como consecuencia de reformas políticas recientes, se reconfiguran las arenas y prácticas políticas, y a partir de la convergencia tecnológica y creciente penetración social de las tecnologías de información y comunicación, se diversifican las modalidades de interacción comunicativa y las prácticas de producción, circulación y apropiación de mensajes y contenidos en el ámbito público, lo cual repercute en los fenómenos de propaganda y persuasión, de comportamiento electoral y de formación de corrientes y climas de opinión pública.

Esas transformaciones y condiciones plantean nuevos retos de conocimiento y desafía la actuación y las prácticas de los actores políticos e instituciones públicas, medios de comunicación, las organizaciones de la sociedad civil y de los ciudadanos en general. En ese escenario cobra auge y relevancia tanto el estudio como la profesionalización de las prácticas de comunicación política, tanto en los procesos de formación de gobierno y renovación de sus titulares (elecciones) como el funcionamiento y desempeño del gobierno en funciones y de las oposiciones políticas, en lo concierne a campañas políticas, propaganda electoral y gubernamental, cabildeo y formación de opinión pública.



Temario

Módulo I. Teoría e investigación en Comunicación Política.

Objetivo Particular: El presente módulo tiene por objetivo que el alumno explore el surgimiento y el desarrollo de la comunicación política, como un saber interdisciplinario, así como identificar los distintos procesos teórico metodológico que resultan de las prácticas socio-políticas y comunicativo de la disciplina.

- 1.1. ¿Qué es la comunicación política? Algunas pistas teóricas.
- 1.2. Procesos de democratización.
- 1.3. Naturaleza interdisciplinaria e institucionalización del campo de estudio.
- 1.4. Modelos de comunicación política y configuración del espacio público político.
- 1.5. Perspectivas sistémica, institucional y de mediatización de la comunicación política

Módulo 2. Comunicación electoral.

Objetivo Particular: Que el alumno conozca el origen de lo que comúnmente se denomina marketing político, así como su empleo en campañas y que conozcan sus herramientas principales y sean capaces de ponerlas en práctica.

- 2.1. Modelos de interacción político electoral (dialógico, propagandístico y mercadológico)
- 2.2. Tipos de campañas y estrategias de marketing y comunicación electoral.
- 2.3. Diseño y organización de campañas electorales competitivas.
- 2.4. Estrategia Creativa y Plan de Medios.
- 2.5. Regulación de la propaganda electoral.



Módulo 3. Opinión Pública

Que el alumno pueda dar cuenta del surgimiento de la opinión pública y su relación con la política a través de sondeos de opinión. Que conozca la praxis que acompaña a esta disciplina a través de las diversas metodologías de análisis.

- 3.1. Debate contemporáneo de la opinión pública y el papel de la comunicación masiva.
- 3.2. La constitución del espacio público en las democracias contemporáneas.
- 3.3. Perspectivas de estudio y modelación del proceso de formación de opinión pública.
- 3.4. Estudio de efectos mediáticos en la formación de opinión pública.
- 3.5. Análisis y medición de corrientes y clima de opinión pública: enfoques cuantitativos y cualitativos.

Módulo 4. Comunicación política y redes sociodigitales.

Objetivo: Que el alumno conozca las distintas modalidades de comunicación entre los actores políticos y los ciudadanos, y que pueda dar cuenta del surgimiento y evolución de las nuevas redes sociodigitales y su relación con la comunicación política.

- 4.1. Modelos de interacción comunicativa entre gobernantes y ciudadanos.
- 4.2. La constitución del ciberespacio en la democracia.
- 4.3. Perspectivas de estudio desde las redes sociodigitales.
- 4.4. Perspectivas metodológicas en el análisis del ciberespacio.
- 4.5. Principios, plan, estrategias y acciones de comunicación en redes socio digitales.



Método de enseñanza-aprendizaje y criterios de evaluación:

Debido al carácter teórico y formativo el Diplomado se desarrollará como curso dictado con base en las exposiciones de los docentes especializados en cada tema y subtema. En la evaluación del desempeño académico se otorga el mayor peso al desarrollo individual de habilidades cognitivas, relativas a describir y entender en general todos los subtemas del Diplomado y en particular el tema y/o subtema y problema de estudio de su libre elección, de entre los comprendidos en el Diplomado, desarrollado como proyecto de investigación, de acuerdo a sus intereses académicos y profesionales.

En consecuencia, por una parte, para el mejor aprovechamiento de las exposiciones de los profesores, corresponde a los alumnos estudiar la bibliografía básica que aquellos indiquen, previamente al tratamiento de cada tema y subtema del curso para estimular la participación de los alumnos y aportar al debate en clase.

Por otra parte, para profundizar en alguno de los temas del campo de estudio, que resulte de interés de cada alumno(a), y motivar el desarrollo de la competencia individual para identificar o formular algún problema particular y analizarlo desde algún enfoque, cada alumno será responsable de preparar un trabajo monográfico por escrito, sin límite de extensión textual, acerca de algunos de los subtemas del Diplomado, previo acuerdo con el profesor acerca de su elección y el objetivo del trabajo, mismo que será entregado a más tardar en la antepenúltima sesión de clase del Diplomado, conforme al calendario escolar oficial señalado.

Para fortalecer el eje formativo de conocimiento aplicado del Diplomado, al término de cada una de las unidades temáticas 3, 2 y 4 será analizado y discutido en la sesión de clase un estudio de caso particular, en el que se defina actor o actores, institución u organización política, situación y problema a resolver, seleccionado de entre aquellos que sean propuestos por los alumnos y reúnan, a juicio del docente, la información mínima necesaria para su tratamiento



analítico.

Lo anterior implica que cada alumno elaborará por escrito, en un máximo de una cuartilla (en formato Word letra Arial de 12 puntos), una ficha de trabajo en la cual describa un problema práctico en cuya resolución sean aplicados los conocimientos y habilidades desarrollados en el tratamiento de cada unidad temática del Diplomado. El estudio de caso puede corresponder al tema y problema que cada alumno desarrollará en su trabajo final individual.

Para tener derecho a presentar el trabajo final individual y el estudio de caso al término de cada unidad temática, el alumno deberá acreditar su asistencia en por lo menos el 80 % del total de las sesiones de clases programadas, conforme al calendario escolar oficial señalado durante el Diplomado.

Todos los trabajos académicos del Diplomado deberán ser entregados en persona.



Ponentes

Frambel Lizárraga Salas

Es doctora en Ciencias Políticas y Sociales, con orientación en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Estudió la Maestría en Comunicación en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Sinaloa. En el año 2011 realizó estancia de investigación durante 6 meses en la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA).

Durante seis años ha sido profesora en la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, y ha impartido las materias de Taller de Periodismo Especializado I, Taller de Corrección de Originales, Prácticas Periodísticas Dirigidas, y Géneros Periodísticos III. Asimismo, se ha desempeñado como docente en el Instituto de Capacitación y Desarrollo Político, A.C (2013-2016). Ha trabajado en periódicos y revistas con circulación a nivel local y nacional. Ha sido ponente en congresos nacionales e internacionales.

Guadalupe Georgina Sosa Hernández

Es doctora en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Sociología (UNAM), Maestra en Estudios Políticos y Sociales (UNAM), licenciado en Sociología (UNAM). Es también profesora asociado C Tiempo Completo en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, adscrita al Centro de Estudios en Comunicación.



Entre sus publicaciones recientes se encuentra el libro: En los límites de la democracia: la (re)acción de las televisoras frente a su regulación, México, Colección de Estudios de Posgrado de la UNAM, 2016. Y los artículos: “El Consejo de la Comunicación: ‘Portavoz’ de los empresarios en la democracia mexicana”. Revista Andamios, Volumen 7, número 14, septiembre-diciembre, 2010, pp. 69-99. Y “El Consejo Nacional de la Publicidad (CNP). La ‘voz’ empresarial mexicana en tiempos no democráticos (1959-2000)”, Revista Secuencia. Num. 95, mayo-agosto de 2016.

Daniel Peña Serret

Doctor en Ciencias Políticas y Sociales, con orientación en Ciencias de la Comunicación, maestro en Comunicación, licenciado en Sociología, en todos los casos distinguido con mención honorífica, por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, en donde ha impartido clase en el sistema escolarizado, dirige tesis de licenciatura y es sinodal de licenciatura y de maestría, desde el 2002 a la fecha. Profesor Ordinario de Carrera Titular “A” (al ganar concurso de oposición abierto para ocupar esa plaza).

Ha sido profesor de asignatura también en los Posgrados de la Universidad Latinoamericana (2002 - 2007) y de la Universidad Tecnológica de México (2012-2016). Su experiencia profesional inició en el ámbito académico, como técnico auxiliar “A” y luego “C”, por concurso de oposición, en el Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM y coautor del libro Petróleo Mexicano en la Estructura Energética Mundial (1991); para luego desempeñarse en el sector público, primero en el gobierno federal como Jefe de Departamento, Subdirector y Director de Área en la Dirección General de Política de Vivienda de la SEDUE actualmente SEDESOL.

Asimismo, ha sido asesor parlamentario en la Cámara de Diputados del Congreso federal, en diversas legislaturas y comisiones (Seguridad Social; Federalismo, Comunicaciones, Desarrollo Metropolitano, Desarrollo Urbano, Vivienda) en tareas de dictamen y proceso legislativo.



Miguel Armando López Leyva

Doctor en Ciencias Sociales con especialización en Ciencia Política por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales – Sede México (Flacso – México). Investigador Titular “A”, Tiempo Completo, Definitivo, en el Instituto de Investigaciones Sociales (IIS) de la UNAM. Miembro del Consejo Mexicano de Investigación en Ciencia Política (Comicip), de la Latin American Studies Association (LASA), de la Red de Investigadores de la Calidad de la Democracia en América Latina (Redcal) y de la Red Mexicana de Estudios sobre los Movimientos Sociales (RMEMS). Co - coordinador del Seminario Académico Institucional “Perspectiva Democrática” en el IIS-UNAM. Nivel I del SNI. Nivel “C” del PRIDE.

Profesor y Tutor del Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Publicaciones recientes:

- Calidad de la democracia en México: Informe sobre la participación política (2000-2014), México, IIS – UNAM (en prensa).
- “Ya marchamos... Pero no solucionan el problema’. Protesta social y respuestas gubernamentales en torno a la inseguridad”, Perfiles Latinoamericanos, vol. 23, núm. 46, julio-diciembre de 2015, pp. 91-120.
- “El episodio reformista en México (2012-2014): explorando las razones del cambio en la segunda alternancia”, Estudios Políticos, núm. 35, mayo-agosto 2015, pp. 11-38.
- “Un itinerario académico desde la sociología política” en Hugo José Suárez y Kristina Pirker (comps.), Sociólogos y su sociología. Experiencias en el ejercicio del oficio en México, México, IIS – UNAM, 2014, pp. 141-175.
- “Protesta social y acceso a la justicia: didáctica democrática en torno a disputas por el ejercicio de derechos” en René Millán Valenzuela (coord.), Vida pública en México: ¿Didáctica para la democracia?, México, IIS – UNAM, 2014, pp. 233-275.



Mario Alberto Zaragoza Ramírez

Doctor en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Ciencia Política por la UNAM. Profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM en las asignaturas Teorías de la Comunicación I, II y III. Así como en Diseño de proyectos de titulación en Comunicación Política. Secretario técnico de investigación del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación de la UNAM. Editor Asociado de la revista Iztapalapa, publicación de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la UAM-Iztapalapa. Líneas de investigación: Filosofía de la comunicación, espacio público-esferas públicas, comunicación política, comunidades políticas en redes electrónicas.

Roberto Sánchez Rivera

Se ha Formado en la División de Estudios de posgrado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales donde realizó estudios de Doctorado en Ciencia Política, también es maestro en Ciencias de la Comunicación, licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva, todas dependencias de la Universidad Nacional Autónoma de México. Es investigador Titular B de Tiempo Completo en el área de hemerografía del Instituto de Investigaciones Bibliográficas de la Universidad Nacional Autónoma de México, participa en el programa de estímulos a la productividad en el nivel C del PRIDE. Es profesor de asignatura en el Centro de estudios de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

Es responsable de los proyectos: Sistematización de prensa metropolitana. Nuevas Expresiones de Cultura Política en México, y de las Bibliografías de escritores del estado de Hidalgo. Algunas de sus publicaciones son: “La coyuntura política en México durante las elecciones intermedias de 5 de julio de 2009” en Comunicación Política en México retos y desafíos ante el proceso democratizador global. Coord. Norma Pareja Sánchez y Silvia Molina y Vedia. Sevilla. Ed. CS. 2011 pp. 118 - 102 ISBN 0 18 92860 84 978 (Impreso) ISBN 0 18 92860 84 978 (electrónica).



“Panorama mediático en México. Prensa y poder”. En Intertextos: la significación de lo político en el discurso periodístico, 2007 – 2006. México. UNAM/FCPyS Coord. Felipe López Veneroni. 2010 pp. 102 – 85 ISBN 15315 02 607 978 (UNAM) (SIDEI PTID 01 4).

“México 2009. Crisis económica e inseguridad pública en la Agenda Temática”. Comunicação e consumo nas culturas locais e global. Electrónico. Sao Paulo. ESPN 2009. ISBN 7 13 99790 85 978 www.espn.br . Coautor “Fotografía sobre el estudio de las políticas de comunicación en México”. En La Comunicación en México. Una agenda de investigación. México. Coord. Aimée Vega M. Ed. CIICH UNAM/AMIC, UJAT, FCPyS, UABC. 2009. ISBN 0 5235 32 970 978. Compilador Memorias del Encuentro de Comunicación, Periodismo y Literatura. México, UNAM/IIB/AMIC. CD.2009. ISBN 607 978 8 00139 2. México 2009. Ha dirigido 16 tesis de licenciatura y 3 de maestría, todas en la UNAM. Es tutor en la Maestría de Enseñanza Media Superior, de la UNAM.

Iván Facundo Rubinstein

Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires (UBA) y maestrante en Comunicación a través del Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Docente en la Universidad Nacional de José C. Paz (UNPAZ), Argentina, para la asignatura “Lectura y Escritura Académica” del Ciclo de Ingreso a la Trayectoria Universitaria (CITU). Docente de Inclusión en la Municipalidad de Malvinas Argentinas, provincia de Buenos Aires. Ponente en el Congreso Internacional – Cultura, Comunicación y Cognición (Colombia) y Jornadas por los 30 años de Democracia (Argentina). Publicación en revistas nacionales e internacionales: “Propaganda y publicidad. La irrupción del marketing en las campañas electorales 2011-1983” (Ed. Argentina Reciente); “Hacia una matriz semiótica para el análisis de la comunicación política” (Federación Latinoamericana de Semiótica); “Punto de convergencia: sobre la homología entre política y medios en la lógica publicitaria” (Revista Práctica de Oficios. Investigación y reflexión en Ciencias Sociales). Experiencia en producción y post-producción televisiva y periodística. Experiencia en el diseño, desarrollo e implementación de campañas publicitarias de Bien Público, en Argentina.