

Taller de

Comunicación Política 2.1

Modelo para armar



Informes e inscripciones

decyvcontacto@politicas.unam.mx

56229470 exts. 84226, 84229 y 84223

<http://decyvpoliticas-unam.org/>





Taller de Comunicación Política 2.1 Modelo para armar

Comunicación Política 2.1 Modelo para armar. Planeación, operación y evaluación de Estrategias de comunicación Viernes de 16:00 a 20:00 horas

Periodo: Del 17 de mayo al 28 de junio de 2019.

Duración: El curso tiene una duración de 30 horas de trabajo teórico y práctico.

Modalidad: 24 horas presenciales y 6 horas en línea

Presentación: Desde siempre, comunicación y política han estado estrechamente ligados, han sido elementos esenciales para la vida humana; ayudaron a organizarse, vivir en sociedad y generar desarrollo. De suerte tal que todo lo que es política, se comunica o no es política. Sin embargo, a punto de iniciar la segunda década del siglo XXI la tecnología de las comunicaciones, las características y multiplicidad de los emisores y los receptores de la información y la complejidad democrática en que vivimos, exigen repensar la visión, estrategia y tácticas convencionales de los programas de comunicación política de todo actor social, empresarial o político.

Este es el contexto que da origen y pertinencia al presente curso-taller.





Taller de Comunicación Política 2.1

Modelo para armar

Objetivo: Analizar y realizar ejercicios en el diseño, operación y evaluación de estrategias de comunicación a la luz del contexto político, social y mediático de la segunda década del siglo XXI.

Perfil de los participantes: Profesores, estudiantes y profesionistas cuyo interés académico y práctica profesional esté relacionada con la comunicación política en el ámbito social, privado o político.

Perfil de los ponentes: Especialistas en la materia, cuyo desarrollo profesional e interés académico ha estado centrado en la comunicación política.

Modalidad del curso: Teórico práctico.
30 horas: 24 horas presenciales y 6 en línea.

Más información e inscripciones: decyvcontacto@politicas.unam.mx; 5622 9470 ext. 84229





Taller de Comunicación Política 2.1

Modelo para armar

Temario:

Sesión 1

Ponente: Felipe Chao Ebergenyi

La planeación I

Complejidad, Democracia y Comunicación Política. Una aproximación. Modelo para la toma de decisiones estratégicas en planes de comunicación

1. Telón de fondo
2. Democracia como sistema complejo
3. El plan estratégico de comunicación

Sesión 2

Ponente: Felipe Chao Ebergenyi

La planeación II

4. Medios tradicionales y redes sociales
5. Un modelo para decidir



Taller de Comunicación Política 2.1

Modelo para armar

Sesión 3

Ponente: Juan María Naveja

La Operación I

Operación de las Oficinas de Comunicación Social.

Introducción

Lo que fue, es y será

Lo que NO son

1. El plan estratégico de comunicación
 - 1.1 El obligado proceso administrativo
2. La agenda
3. Los medios de comunicación
 - 3.1 Los reporteros, la materia prima
 - 3.2 Las salas de redacción
 - 3.3 Los directivos
 - 3.4 Los empresarios
 - 3.5 Opinión, análisis y editorial
4. Los medios digitales
 - 4.1 Los medios en internet
 - 4.2 Multiplataforma y líderes de opinión
 - 4.3 Las redes sociales en los medios
 - 4.4 El poder de las redes





Taller de Comunicación Política 2.1

Modelo para armar

- 4.5 De blogs y bloggers
- 4.6 Las páginas web

Sesión 4

Ponente: Juan María Naveja

La Operación II

- 5. Instrumentos de comunicación
 - 5.1 Los comunicados de prensa
 - 5.2 La oportunidad en el mensaje
 - 5.3 Las ruedas de prensa
 - 5.4 La entrevista
 - 5.5 Las exclusivas
 - 5.6 Fuera de grabadora “off the record”
 - 5.7 El vocero
 - 5.8 La disciplina
 - 5.9 El monitoreo
- 6. El contenido pensando en los medios
 - 6.1 El discurso
 - 6.2 Comunicados
 - 6.3 Boletines
 - 6.4 Documentos
- 7. En síntesis





Taller de Comunicación Política 2.1

Modelo para armar

Sesión 5

Ponente: Sergio Anzaldo Baeza

La Evaluación I

Índice del Valor Editorial. Modelo de análisis multivariable de notas informativas en medios de comunicación.

1. El modelo de análisis
2. El valor editorial
3. Modelo de Análisis Multivariable
 - 3.1 Indicadores mínimos y máximos del valor editorial
 - 3.2 La estructura editorial
 - 3.3 Índice de valor editorial por posición
 - 3.4 Índice de valor editorial por género periodístico
 - 3.5 Índice de valor editorial por dimensión
 - 3.6 Valoración del medio de comunicación masiva
 - 3.7 Valor editorial de autor
 - 3.8 La base de datos
 - 3.9 La evaluación
 - 3.10 Prototipo de catálogo de indicadores para medir el valor editorial



Taller de Comunicación Política 2.1

Modelo para armar

Sesión 6

Ponente: Sergio Anzaldo Baeza

La Evaluación II

4. Las redes sociales

Presentación y discusión de proyectos de los participantes





Taller de Comunicación Política 2.1

Modelo para armar

Ponentes

Módulo La Planeación: Felipe Chao Ebergenyi

Licenciado en Ciencia Política y Administración Pública por la UNAM. Máster en Comunicación Política y Empresarial por la Universidad Camilo José Cela. Diplomados en: Análisis Político, Gobierno y Políticas Públicas por la Universidad Iberoamericana; Análisis Político Estratégico por el CIDE; Comunicación y Gestión Política por el CADEC. Y en el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE) Programa de Alta Dirección de Empresa (AD2-). Actualmente imparte las asignaturas: Estrategias de Comunicación y Propaganda y Opinión Pública y en la FCPyS de la UNAM. Ha dictado conferencias en diversas universidades y foros.

Ha publicado artículos en las revistas Estudios Políticos, Este País, Economía Nacional, Revista de la Universidad Autónoma de Tabasco y etcétera, así como en periódicos nacionales. En 1998 publicó el libro La Nueva Lucha por el Poder: El papel de los medios de comunicación en la crucial contienda política. Edit. Edamex, y en el 2000 el poemario Te voy a comer. Edit. Aguijón del Asombro. En 2012, publicó la novela La perfecta de las nalgas frías. Edit. Ediciones sin nombre. En medios electrónicos fue comentarista político en el Noticiero Para Empezar, y en el noticiero Antena Radio del IMER. Conductor del programa Voces de la Democracia en Radio UNAM/TV UNAM/Canal del Congreso (2005-2002).

En La Administración Pública ocupó diversos cargos en la Secretaría de Energía, Minas e Industria Paraestatal; Instituto Federal Electoral; Instituto Mexicano del Seguro Social; Secretaria de Comunicaciones y Transportes; Telecomunicaciones de México; Lotería Nacional y en el Instituto Mexicano de la Radio. De abril del 2003 a





Taller de Comunicación Política 2.1

Modelo para armar

marzo de 2007 se desempeñó como Director General de Comunicación Social del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI). De octubre de 2008 a 2011 fue Vicepresidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT). Desde marzo de 2007 se desempeña como Vicepresidente de Relaciones Institucionales y Comunicación Corporativa de MVS Comunicaciones.

Módulo La Operación: Juan María Naveja de Anda

Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UNIVA. Máster en Asesoría de Imagen y Comunicación Política por la Universidad Camilo José Cela de España. Diplomado en Alta Dirección del IPADE. Actualmente es consultor en comunicación política y medios de comunicación. Por más de diez años ha sido maestro de periodismo en la Universidad del Valle de Atemajac de Guadalajara y la Universidad Latinoamericana.

En el Sector Público: Subsecretario de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación, Coordinador General de Comunicación Social de la Cámara de Diputados y del Gobierno de Jalisco, Director de Televisión Educativa y Coordinador General de Planeación y Desarrollo de Jalisco, entre otros cargos. En medios de comunicación: News Anchor de CNN en Español Radio en Atlanta. Ha dirigido los noticieros de MVS Comunicaciones, Grupo Radio Centro en México y Estados Unidos. Ha sido Reportero, Productor y Subdirector de la Cadena Notisistema, Promomedios, Televisa y en CNI Canal 40, entre otros medios.

Ha sido articulista de El Financiero, Milenio, La Crónica y actualmente de El Economista. Maestro y director de Ciencias de la Comunicación en la UNIVA y en la Universidad Latinoamericana. Es autor del libro Periodismo Radiofónico una Revisión Inconclusa, Editorial Porrúa.





Taller de Comunicación Política 2.1

Modelo para armar

Módulo La Evaluación: Sergio Anzaldo Baeza

Es Licenciado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Obtuvo mención honorífica con la tesis: Dos ideas de la historia. Apuntes para la constitución de un nuevo discurso político. Desde 1986 es catedrático en la FCPyS de la UNAM. Se ha especializado en los temas de Cultura Política y Comunicación Política. Pertenece al claustro de profesores de los diplomados de Marketing Político y Gubernamental que oferta la División de Educación Continua de la FCPyS de la UNAM. Ha impartido conferencias y diplomados sobre comunicación política en la Universidad Iberoamericana, el ITAM, en la Universidad Anáhuac, la Universidad Carlos Septién y en la propia UNAM. Desde 1999 es Consultor en programas de mercadotecnia social y política.

Es Socio y Director de Consultores en Comunicación Social, en donde ha participado en el diseño, desarrollo y operación de más de 100 campañas sociales y electorales en todo el país. Fue Director de Propaganda y de Publicaciones del CEN de PRI durante varios procesos electorales. Fue coordinador de delegaciones de la Dirección General de RTC de la Secretaría de Gobernación y asesor del C. Secretario de Educación Pública y del Oficial Mayor de la extinta Secretaría de Programación y Presupuesto entre otros cargos.

Autor del libro Destino y Azar, editado por la FCPyS. Ha publicado diversos ensayos en la Revista de la Facultad, en Casa del Tiempo editada por la UAM. Actualmente es colaborador de la revista especializada en medios de comunicación etcétera. Fue integrante del Consejo Editorial de la Revista de la Universidad Juárez de Tabasco. Editor de más de 25 libros de poesía y ensayo, bajo el sello editorial del Aguijón del Asombro. Editor de la revista digital Carajo, comunicación sin reglas. Fue director y conductor del programa radiofónico La nueva palabra transmitido por Radio Mexiquense, y colaborador en el de Paréntesis que transmitió la 1440 de AM.

