

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**



**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

**Plan de Estudios  
de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**

**Comunicación persuasiva y liderazgo**

|                  |   |                       |                              |                |                |  |
|------------------|---|-----------------------|------------------------------|----------------|----------------|--|
| <b>Clave</b>     | <b>Semestre</b><br>06, 07, 08               | <b>Créditos</b><br>08 |                              |                |                |  |
|                  |   |                       | <b>Campo de conocimiento</b> | _____          |                |  |
|                  |   |                       | <b>Etapa</b>                 | Profundización |                |  |
| <b>Modalidad</b> | <b>Curso (X) Taller ( ) Lab ( ) Sem ( )</b> | <b>Tipo</b>           | <b>T (X)</b>                 | <b>P ( )</b>   | <b>T/P ( )</b> |  |
| <b>Carácter</b>  | <b>Obligatorio ( ) Optativo (X)</b>         | <b>Horas</b>          |                              |                |                |  |
|                  | <b>Obligatorio E ( ) Optativo E ( )</b>     |                       |                              |                |                |  |
|                  |   | <b>Semana</b>         | <b>Semestre</b>              |                |                |  |
|                  |   | <b>Teóricas 4</b>     | <b>Teóricas 64</b>           |                |                |  |
|                  |   | <b>Prácticas 0</b>    | <b>Prácticas 0</b>           |                |                |  |
|                  |   | <b>Total 4</b>        | <b>Total 64</b>              |                |                |  |
|                  |   | <b>Suma total 4</b>   | <b>Suma total 64</b>         |                |                |  |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Seriación</b>              |  |
| <b>Ninguna ( X )</b>          |  |
| <b>Obligatoria ( )</b>        |  |
| <b>Asignatura antecedente</b> |  |
| <b>Asignatura subsecuente</b> |  |
| <b>Indicativa ( )</b>         |  |

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Asignatura<br/>antecedente</b> |  |
| <b>Asignatura<br/>subsecuente</b> |  |

**Objetivo general:**

- El alumno conocerá, analizará y aplicará los conceptos fundamentales del proceso de la persuasión como parte del fenómeno comunicacional y como actividad que conscientemente intenta modificar la conducta del *Otro* mediante la interacción simbólica.

**Objetivos específicos:**

1. Que el alumno estudie las características de distintas personalidades carismáticas y distinguir los distintos tipos de liderazgo.
2. Que el alumno estudie las distintas formas de la persuasión presentes en el proceso histórico de la propaganda.
3. Que el alumno analice, interprete y explique problemas relativos a mensajes, audiencias y/o líderes a partir del estudio de los conceptos básicos de la estructura psíquica del sujeto.
4. Estudiar los mecanismos de la producción de un discurso y los usos del lenguaje de carácter argumentativo, para que el alumno elabore y ensaye sus propios discursos.
5. Analizar los distintos espacios de organización social donde se desarrollan determinadas formas de persuasión con sus respectiva forma argumentativa.

**Índice temático**

|          | Temas   | Horas<br>Semestre / Año |           |
|----------|---|-------------------------|-----------|
|          |   | Teóricas                | Prácticas |
| <b>1</b> | Liderazgo: Tipos de carisma                         | 18                      | 0         |
| <b>2</b> | Propaganda  | 14                      | 0         |
| <b>3</b> | Estructura del sujeto y porqué de la autopersuasión | 14                      | 0         |
| <b>4</b> | El discurso, lenguaje y argumentación               | 10                      | 0         |
| <b>5</b> | La persuasión en sus distintos espacios             | 8                       | 0         |
|          | Total   | 64                      | 0         |
|          | Suma total  | 64                      |           |

**Contenido Temático**

| Temas | Subtemas  |
|-------|---|
| 1     | Liderazgo: Tipos de carisma<br>1.1 Esencia de los seres humanos: teoría de las pasiones<br>1.2 Sociología de lo irracional<br>Max Weber y Emile Durkheim<br>1.3 Psicología de masas<br>Mesmer, Lebon, Tarde |

|                                  | <p>1.4 Tipos de carisma<br/>Adolfo Hitler<br/>Jim James<br/>Charles Manson</p> <p>1.5 Definición de líder</p> <p>1.6 Perfil de un nuevo liderazgo</p> <p>1.7 El líder político</p>  |                                   |
|----------------------------------|---|-----------------------------------|
| 2                                | <p>Propaganda</p> <p>2.1 Teoría de la persuasión, una visión histórica</p> <p>2.2 Teoría de la persuasión, una visión actual</p> <p>2.3 La nueva era de la propaganda</p> <p>2.4 La lógica de la persuasión</p> <p>2.5 Propaganda y modos de comunicación</p>   |                                   |
| 3                                | <p>Estructura del sujeto y porqué de la autopersuasión.</p> <p>3.1 El lado oscuro de la persuasión</p> <p>3.4 La nueva era de la propaganda</p> <p>3.5 Percepción interpersonal</p> <p>3.6 Actitudes</p> <p>3.7 Estereotipos como inversión de la seducción</p>   |                                   |
| 4                                | <p>El discurso, lenguaje y argumentación</p> <p>4.1 Retórica</p> <p>4.2 Lenguaje colateral, claves para justificar una guerra</p> <p>4.3 Lenguajes políticos</p>  |                                   |
| 5                                | <p>La persuasión en sus distintos espacios</p> <p>5.1 Apelación al miedo: la guerra psicológica</p> <p>5.2 Psicología de los factoides: la propaganda política</p> <p>5.3 La mentira en la propaganda</p> <p>5.4 La persuasión y los medios de comunicación de masas</p> <p>5.5 La persuasión en el marco de las organizaciones</p> |                                   |
| <b>Estrategias didácticas</b>    |   | <b>Evaluación del aprendizaje</b> |
| Exposición                       | ( x )   | Exámenes parciales<br>( x )       |
| Trabajo en equipo                | ( )   | Examen final<br>( )               |
| Lecturas                         | ( x )   | Trabajo y tareas<br>( x )         |
| Trabajo de investigación         | ( x )   | Presentación de Temas<br>( x )    |
| Prácticas (taller o laboratorio) | ( )   | Participación en clase<br>( x )   |
| Prácticas de campo               | ( )   | Asistencia<br>( x )               |
| Aprendizaje por proyectos        | ( )   | Rúbricas<br>( )                   |
| Aprendizaje basado en problemas  | ( x )   | Portafolios                       |

|   |  |                            |
|---|--|----------------------------|
|   | ( )  | ( )                        |
| Casos de enseñanza  | ( )  | Listas de cotejo<br>( )    |
| Otras (especificar)   | ( )  | Otras (especificar)<br>( ) |
| <b>Perfil profesiográfico</b>   |  |                            |
| Titulo o grado  | Licenciado en Ciencias de la Comunicación y disciplinas afines |                            |
| Experiencia docente   | Experiencia docente de dos años en Ciencias de la Comunicación |                            |
| Otra característica   |  |                            |
| <b>Bibliografía básica</b>  |  |                            |
| Tema 1  |  |                            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alberoni Francesco, <i>El arte de liderar</i>, Gedisa, España, 2003</li> <li>• Charles Lindholm, <i>Carisma</i>, Editorial Gedisa, México, 1992.</li> <li>• Salazar Slack, Ana María, “Líder político, ni ángel ni demonio sino todo lo contrario” y “Perfil de un nuevo liderazgo”, en <i>Manual de liderazgo, para no ser un líder jurásico</i>, Editorial Aguilar, México, 2009.</li> <li>• Enrique Aguera Ibáñez, <i>Liderazgo y compromiso social</i>, Benemérita Universidad de Puebla-Porrúa-UNAM, México, 2006.</li> </ul> |  |                            |
| Tema 2  |  |                            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Berrio, Jordi, <i>Teoría social de la persuasión</i>, Editorial Mitre, España, 1983.</li> <li>• J. A. C. Brown en <i>Técnicas de persuasión</i>, Alianza Editorial, México, 1978.</li> <li>• Pratkanis Antony y Elliot Aronson, <i>La era de la propaganda, Uso y Abuso de la persuasión</i>, Paidós, México, 1994.</li> <li>• Katheleen K. Reardon, <i>La persuasión en la comunicación</i>, Paidós España. 1981.</li> </ul>  |  |                            |
| Tema 3  |  |                            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tapia y Aguilar coordinadoras, <i>El lado oscuro de la persuasión</i>, Comunicación y Política Editores, México, 2010.</li> <li>• James E. Combs y Dan Nimmo <i>La nueva propaganda</i>, Editorial Diana, México, 1998.</li> <li>• Leon Mann, <i>Elementos de psicología social</i>, Editorial Limusa, México, 2004.</li> <li>• Ferrés Joan <i>Televisión subliminal</i>, Paidós, España, 2005.</li> </ul>   |  |                            |
| Tema 4  |  |                            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pratkanis Anthony y Elliot Aronson <i>La era de la propaganda</i>, Paidós, 1994, México.</li> <li>• Collins y R Glover, <i>Lenguaje colateral, claves para justificar una guerra</i>, Editorial Páginas de Espuma, Madrid, 2003.</li> <li>• Del ensayo de Doris A Graber “Lenguajes políticos” publicado en el libro <i>Handbook of political communications</i>, USA. Sage Publicatios, Inc., 1981. Editado por Dan. D. Nimmo y Keit R. Sandes y reproducida por la revista Informe Bibliográfico.</li> </ul>                     |  |                            |
| Tema 5  |  |                            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• J. A. C. Brown en <i>Técnicas de persuasión</i>, Alianza Editorial, México, 1978.</li> <li>• Guy Durandin, <i>La mentira en propaganda política y en la publicidad</i>, España, Ediciones</li> </ul>   |  |                            |

Paidós, 1983-

- Kathleen K. Reardon, *La persuasión en la comunicación*, Paidós España. 1981.

### **Bibliografía complementaria**

Goleman, Daniel y Richard Boyatzis, *El líder resonante crea más*, Editorial Debolsillo, España, 2010