

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**



**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

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

**Comunicación política**

<b>Clave</b>	<b>Semestre</b>	<b>Créditos</b>	<b>Campo de profundización</b>	Comunicación Política		
	5º	8	<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 (X) Optativo ( ) Obligatorio E ( ) Optativo E ( )</b>	<b>Horas</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>Seriación</b>						
<b>Ninguna ( )</b>						
<b>Obligatoria ( )</b>						
<b>Asignatura antecedente</b>						
<b>Asignatura subsecuente</b>						
<b>Indicativa ( X )</b>						
<b>Asignatura antecedente</b>	Ninguna					
<b>Asignatura subsecuente</b>	Estrategias de comunicación política					

**Objetivo general:**

Conocer el surgimiento y desarrollo de la comunicación política, como un saber interdisciplinario, identificará los procesos, fenómenos y prácticas socio-políticas y comunicativas de que se ocupa.

**Objetivos específicos:**

El alumno será capaz de

- Conocer la conformación y evolución del objeto de estudio, el debate acerca de su carácter interdisciplinario y de su estatuto disciplinar.
- Identificar las perspectivas teóricas y los enfoques metodológicos más relevantes para el avance del conocimiento en esta rama.
- Identificar y describir los procesos y prácticas socio-políticas y comunicativas problematizados por la teoría y elaborados por la investigación desarrollada en esta rama.
- Analizar las propuestas de modelización más influyentes en el ámbito académico, para entender la fenomenología de la Comunicación Política.
- Reflexionar acerca de las implicaciones y consecuencias de la aplicación de este saber especializado a la práctica profesional en sus diversas variantes (instituciones gubernamentales, partidos políticos y organizaciones y movimientos sociales y ciudadanos).

**Índice temático**

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Objeto de estudio de la comunicación política	12	0
2	Elementos teórico-conceptuales de la comunicación política	16	0
3	Teorías y modelos de comunicación política	16	0
4	Procesos de comunicación política	12	0
5	Práctica de la comunicación política	8	0
	Total	64	0
	<b>Suma total de horas</b>	<b>64</b>	

**Contenido Temático**

Tema	Subtemas
1.	<b>Objeto de estudio de la Comunicación Política</b> 1.1 Concepto de comunicación política 1.2 Filosofía de la comunicación política 1.3 Comunicación política en la historia 1.4 Debate del carácter interdisciplinario y estatuto disciplinar
2.	<b>Elementos teórico-conceptuales de la Comunicación Política</b> 2.1 Democracia 2.2 Espacio público 2.3 Opinión pública 2.4 Deliberación pública 2.5 Representación política 2.6 Ciudadanía

	2.7 Participación	
3.	<b>Teorías y Modelos de Comunicación Política</b> 3.1 Teoría de la democracia (Sartori) 3.2 Teoría de sistemas aplicada a la comunicación política (Luhman) 3.3 Teoría de la acción comunicativa aplicada a la comunicación política (Habermas) 3.4 Teoría del poder aplicada a la comunicación política (Easton) 3.5 Modelo de Karl Deutsch 3.6 Modelo de Schmitt 3.7 Modelo de Arendt 3.8 Tríada de Wolton 3.9 Cartografía de Gerstlé	
4.	<b>Procesos de Comunicación Política</b> 4.1 Comunicación e información en la discusión pública 4.2 Espacio público mediático 4.3 Mediatización de la política 4.4 Publicidad del ejercicio del poder político 4.5 Gobernanza y participación en el entorno digital	
5.	<b>Práctica de la Comunicación Política</b> 5.1 Impulsar el acercamiento teoría-práctica, de manera que se asuma la tarea del comunicólogo-social 5.2 Preparar para una comunicación política informada, crítica y responsable 5.3 Hacer una comunicación política al servicio de la sociedad	
<b>Estrategias didácticas</b>		<b>Evaluación del aprendizaje</b>
Exposición	(X)	Exámenes parciales ( )
Trabajo en equipo	(X)	Examen final (X)
Lecturas	(X)	Trabajo y tareas (X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema (X)
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase (X)
Prácticas de campo	( )	Asistencia (X)
Aprendizaje por proyectos	( )	Rúbricas ( )
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios ( )
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo ( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar) ( )
<b>Perfil profesiográfico</b>		
Título o grado	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o disciplinas afines	
Experiencia docente	Dos años de docencia	
Otra característica	Profesor o investigador con experiencia en temas relacionados con la asignatura.	
<b>Bibliografía básica:</b>		
Tema 1		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canel, M. J. (1999). <i>Comunicación política. técnicas y estrategias para la sociedad de la información</i>, Madrid: Tecnos.</li> <li>• Canel, M. J. (2007). <i>La comunicación de las instituciones públicas</i>, Madrid: Tecnos.</li> <li>• Castells, Manuel (2009). <i>Comunicación y poder</i>, Madrid: Alianza.</li> <li>• Cotteret, J. (1977). <i>La comunicación política</i>. Argentina: El Ateneo.</li> <li>• García, C.; Martínez F. Coord. (2014). <i>El marco conceptual para la enseñanza de la</i></li> </ul>		

*Comunicación Política*, México: UNAM.

- Gauthier, G. et., al., (Compl.) (1995). *Comunicación y política*, Barcelona: Gedisa.
- Labarriere, J. L. et al (1992). *Teoría política y comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Mercier, A. (2012) *La Comunicación política*. Argentina: La Crujía.
- Mouchon, J. M. (1998). *Medios y política. Los poderes bajo influencia*, Barcelona: Gedisa.
- Wolton, Dominique. *Pensar la comunicación*. Buenos Aires, Prometeo Libros, 2005.

#### Tema 2

- Bauman, Z. (2011) *En busca de la política*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Crouch, Colin, *Posdemocracia*, Ed. Taurus.
- Ferry, Jean-Marc y otros. *El nuevo espacio público*. Barcelona, Gedisa, 1992.
- Ferry, J. M y Wolton, D. (1998). *El nuevo espacio público*, Barcelona: Gedisa.
- Muñiz, C. (Coord.). (2011). *Comunicación, política y ciudadanía. Aportaciones actuales al estudio de la Comunicación Política*. México: Fontamara.
- Price, V. (1994). *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*, Barcelona: Paidós.
- Toret, Javier. *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema-red 15M como nuevo paradigma de la política distribuida*. Barcelona, Internet Interdisciplinary Institute (IN3) UOC, 2013.

#### Tema 3

- Arendt, H. (1997) *¿Qué es la política?* España: Paidós.
- Gosselin André&Gauthier Gilles/Mouchon Jean (comps.), *Comunicación y política*, Ed. Gedisa.
- Lee, L. (2008). *Handbook of Political Communication research*. Estados Unidos: Routledge.
- Luhmann, N. (1995). *Poder*. España: Anthropos.

#### Tema 4

- Elizalde, L.; D. Fernández y M. Riorda (2006). *La construcción del consenso. Gestión de la comunicación gubernamental*, Buenos Aires: La Crujía.
- Muñoz-Alonso, A. y J. I. ROSPIR (1999). "La democracia mediática", en A. Muñoz y J. I. Rospir (Coord.), *Democracia mediática y campañas electorales*, Barcelona: Ariel.
- Sampedro, V. (2005). *13M: Multitudes On Line*, Madrid: Los Libros de la Catarata.

#### Tema 5

- Flores Olea, Víctor, *Crítica de la globalidad*, FCE.
- Hofstede Geert, *Culturas y organizaciones*, Alianza Ed.
- Mouchon, Jean. *Política y medios. Los poderes bajo influencia*. Barcelona, Gedisa, 1999.
- Schmitt, Carl, *El concepto de lo político*, Madrid, Alianza, 1991.
- Wolton, Dominique, *Salvemos la comunicación*, Gedisa.

#### **Bibliografía complementaria:**

- Almond, Gabriel A. *La historia intelectual del concepto de cultura cívica. La democracia en sus textos*. Madrid, Alianza Editorial, 1998.
- Alva, R. M. (2013). "Poderes fácticos mediáticos. Una agenda de investigación" (215-222), *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Año LVIII, No. 217, México: UNAM.
- Asociación de Comunicación Política, Coords. (2013). *Hacia una profesionalización de la Comunicación Política. Retos y desafíos para conformar gobiernos cercanos a la sociedad*, México: Porrúa, Cámara de Diputados del Congreso LXII Legislatura, ACOP.
- Barbero, Jesús M. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1998.

- Berrocal, S. Coord. (2003). *Comunicación Política en televisión y nuevos medios*, Madrid: Ariel.
- Canel, María. *Comunicación Política. técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid, Tecnos, 1999.
- Castells, Manuel. *Comunicación y poder*. Madrid, Alianza Editorial, 2010.
- Cebrián, Mariano (2004). *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*, Barcelona: Gedisa.
- Gamboa, C. y S. VALDÉZ (2006). *Cabildeo. Marco teórico conceptual y análisis de derecho comparado en diversos países del mundo*, México: Centro de Documentación, Información y Análisis, Cámara de Diputados del Congreso de la Unión LX Legislatura.
- García, C. (2009). "Las redes del Mercado. La publicidad y la "Ley Televisa", en J. Esteinou y A. Alva (Coord.). *La <Ley Televisa> y la lucha por el poder en México*, México: UAM pp. 281-295.
- García, C. Coord. (2007). *El comportamiento de los medios de comunicación. Elección 2006*, México: Plaza y Valdés.
- García, C. Coord. (2011). *México: República de telenovela. Medios, campañas y elecciones 2012*, México: Comunicación y Política Editores.
- García, V.; O. D'Adamo y G. Slavinsky (2011). *Propaganda gubernamental. tácticas e iconografías del poder*, Buenos Aires: La Crujía.
- Gauthier, Gilles y otros. *Comunicación y política*. Barcelona, Gedisa, 1998.
- Groshek, Jacob y Megan Clough Groshek. "Agenda trending: reciprocity and the predictive capacity of social networking sites in intermedia agenda setting across topics over time." *Media and Communication* 1.1 (2013): 15-27.
- Habermas, Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. España, Gustavo Gili, 1999.
- Herman, Edward S. y Noam Chomsky. *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. New York, Pantheon Books, 2010.
- Katz, Elihu y Paul Felix Lazarsfeld. *Personal Influence, The part played by people in the flow of mass communications*. Transaction Publishers, 1970.
- Lasswell, Harold D. "The structure and function of communication in society." *The communication of ideas* 37 (1948): 215-228.
- Luna, Issa (2011). *El Boom de los spots televisivos en México: ¿Qué voto promueven?*, México: IJ-UNAM (Biblioteca virtual del Instituto).
- Luhmann, N. (1996). *Confianza*. España: Anthropos.
- Lumman, N. *La política como sistema*, México, Universidad Iberoamericana, 2004.
- Maarek, Philippe. *Marketing político y comunicación. Claves para una buena comunicación política*. Barcelona, Paidós, 1997.
- Martín, L. (2001). *Marketing Político: Arte y ciencia de la persuasión en democracia*, México: Paidós.
- McCombs, D. SHAW, Y D. WEAVER (1997). *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*, New Jersey: Laurence Earlbaum.
- McCombs, Maxwell. *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona, Paidós, 2006.
- Monzon, C. (2000). *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público*, Madrid: Tecnos.
- Moragas, Miquel de. *Teorías de la comunicación*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.
- Mouchon, Jean. *Política y medios. Los poderes bajo influencia*. Barcelona, Gedisa, 1999.

- Nimmo, Dan y Keith Sanders. *Handbook of political communication*. London, Sage, 1981.
- Orozco, G. (2002). *Recepción y mediaciones: casos de investigación en América Latina*, México: Norma.
- Orts, Adela C. *Ciudadanos del mundo: hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid, Alianza Editorial, 1997.
- Pareja, N. Y S. Molina, Coord. (2011). *Comunicación política en México*, México: AMIC.
- Peña, D. (2011) "Mediatización de la política: escrutinio público televisivo en México", *Revista Mexicana de Opinión Pública*, No. 10, México: UNAM.
- Rodríguez, César A. *Comunicación en red, política en movimiento. testimonios, tendencias, territorios*. México, Razón y Palabra, 2015.
- Rospir, Juan I. (2003). "Introducción a la comunicación política", en S. Berrocal (coord.) *Comunicación Política en televisión y nuevos medios*, Barcelona: Ariel, pp. 15-54.
- Sampedro, V. (2008). "Comunicación Política: nuevos medios, nuevas audiencias, nuevos problemas", *Telos*, (74), pp. 1-5.
- Sartori, Giovanni. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. España, Taurus, 1998.
- Swanson, D. (1995). "El campo de la Comunicación Política. La democracia centrada en los medios", Muñoz-Alonso (ed.) *Comunicación Política*, Madrid: Universitas.
- Swanson, D. y D. NIMMO (1990). *New directions in political communication. A Resource Book*, Newary, CA: Sage Publications.
- Thompson, John B. *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 2001.
- Trejo Delarbre, Raúl. *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*. México, Cal y Arena, 2005.
- Trejo, Raúl (2010). *Simpatía por el rating. La política deslumbrada por los medios*, México: Cal y Arena.
- Wolf, M. *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. España, Paidós, 1987.