



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: COMUNICACIÓN POLÍTICA
Código: CMN0800
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2023 a Julio-2023
Profesor: AVILA NIETO CAROLINE
Correo electrónico: cavila@uazuay.edu.ec

Nivel: 6

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 72		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
48	0	48	24	120

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

El curso inicia con una unidad de aproximación a las definiciones de los campos de la comunicación y la política. Énfasis en el "y" porque el acento está en su convergencia. Posteriormente se cubren aspectos asociados a su evolución con algunos referentes teóricos que permitirán entender la importancia de la opinión pública en el ejercicio de la comunicación política. Posteriormente se analizará el esfuerzo de la comunicación en las campañas electorales, para finalizar con una breve revisión del rol en la comunicación gubernamental. El curso tendrá un alto componente práctico al realizar una intervención diagnóstica en organizaciones públicas como las Juntas Parroquiales, a fin de conocer en el trabajo de campo, cómo se establecen acciones de comunicación gubernamental en territorios.

La materia de Comunicación Política se inserta en la necesidad de atender un sector que se encuentra en auge en la región y, por supuesto, en Ecuador. Es un curso que llega al final de la carrera porque el estudiante podrá aplicar las herramientas aprendidas en comunicación publicitaria, diseño, semiótica, relaciones públicas y metodología de la investigación, para el análisis y desarrollo de propuestas en comunicación electoral o gubernamental. Sabiendo que con ellas tendrá una herramienta valiosa en su formación profesional.

Quien termine el curso, además de entender, de manera general, cómo opera una estrategia de comunicación en política, podrá participar con mayor solvencia en un equipo multidisciplinario de asesoría tanto a un político como a una institución política. Podrá apoyar en la gestión del departamento de Asuntos Públicos de una corporación u ONG. Podrá apoyar en el diseño de una estrategia de comunicación en los diferentes ámbitos en los que interviene la comunicación en el contexto político.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



4. Contenidos

01.01	El campo de la comunicación política
01.02	La evolución de la comunicación política
01.03	Profesionalización de la Comunicación Política
01.04	Comunicación Política y Latinoamérica
02.01	La estrategia política, comunicacional y publicitaria

02.02	Las campañas conectadas
02.03	Contenidos para generar percepciones y conversaciones
02.04	Retail politics y segmentación
02.05	La importancia de los activistas
02.06	Estudios de Casos
03.01	Cómo analizar la comunicación de gobiernos
03.02	El sistema político
03.03	El sistema medial
03.04	La estrategia de comunicación

5. Sistema de Evaluación

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Control de lectura	Introducción a la Comunicación Política	APORTE	5	Semana: 5 (10-ABR-23 al 15-ABR-23)
Evaluación escrita	Evaluación escrita de clases y lecturas	Introducción a la Comunicación Política , La campaña política	APORTE	10	Semana: 10 (15-MAY-23 al 20-MAY-23)
Evaluación escrita	Evaluación escrita	Introducción a la Comunicación Política , La campaña política, La comunicación gubernamental	APORTE	15	Semana: 14 (12-JUN-23 al 17-JUN-23)
Evaluación escrita	Evaluación escrita y entrega de proyecto final	Introducción a la Comunicación Política , La campaña política, La comunicación gubernamental	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (16-07-2023 al 22-07-2023)
Evaluación escrita	Evaluación escrita	Introducción a la Comunicación Política , La campaña política, La comunicación gubernamental	SUPLETORIO	20	Semana: 19 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
Cada capítulo o unidad tendrá una asignación de lecturas que es indispensable revisar con anticipación para participar activamente en clase. Para la actividad práctica el estudiante se organizará en grupos para realizar un análisis diagnóstico de la comunicación gubernamental de una función de nivel seccional a la que tenga acceso. Ese trabajo implica realizar visitas de campo, entrevistas y revisión de documentos y páginas. Al final se entregará un informe del diagnóstico y una propuesta de mejora.	Autónomo
Cada sesión iniciará con una exposición de ejemplos que ilustren la temática de clase. A su vez se utilizará el método del "seminario" que requiere mayor involucramiento del estudiante en la reflexión del tema de clase con el rol del docente como facilitador. Se contará con la presencia (virtual o física) de colegas consultores del mundo de la Comunicación Política nacional.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Los estudiantes deberán anticipar su trabajo de lectura para poder rendir adecuadamente en los controles, así como en la participación de actividades prácticas de clase. En el caso del diagnóstico de comunicación gubernamental, deberán entregar un documento de avance del trabajo, a manera de informe y con las respectivas evidencias, el cuál tendrá un valor de 5 puntos. Finalmente una exposición de las recomendaciones para el gobierno seccional escogido junto con la entrega de un documento final con el diagnóstico y la propuesta. Esta actividad será parte del examen final y equivale al 40% de la nota.	Autónomo
La participación en clase y la comprensión del contenido será evaluado a partir de actividades específicas asignadas (Videos, mapas mentales, etc.) 5 puntos. Se realizarán dos pruebas escritas de control sobre los contenidos revisados que equivalen a 20 puntos. Además del examen escrito final que equivale al 60% de la nota.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
McCombs, M.	Paidós	Estableciendo la Agenda	2006	9788449318696

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Ibinarriaga, Jose Trad, Roberto	Penguin Random House	El arte de la guerra electoral: Guía esencial para entender cómo funciona una campaña política	2012	6073108559
Izurieta, Roberto Perina, R. Arterton C.	Ecuador	Estrategias de Comunicación para Gobiernos	2001	
Mazzoleni, Gianpietro	Alianza Editorial	La Comunicación Política	2010	
Canel, María José	Tecnos	Comunicación Política, una guía para su estudio y práctica	2007	
Martinez-Pandiani, Gustavo	UGERMAN	Marketing político : campañas, medios y estrategias electorales	2004	987-9468-10-4

Web

Autor	Título	Url
Amadeo, Belen	El estudio de la comunicación gubernamental: Líneas de investigación y futuros desafíos Austral Comunicación, 5(2), 155-181.	https://doi.org/10.26422/aucom.2017.0502.ama
Stromback, Jesper	Political Marketing and Professionalized Campaigning, Journal of Political Marketing, 6:2-3, 49-67 (2007)	https://doi.org/10.1300/J199v06n02_04
Avila, Caroline	Comunicación de gobierno en el populismo latinoamericano : el caso de Rafael Correa, Ecuador, Tesis Doctoral. Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile	https://repositorio.uc.cl/handle/11534/21604
Guerrero-Bacuilima, X., Avila , C.	Narrativa política y de género. La política no se narra en femenino. Universidad-Verdad, (77), 70-81. (2020).	https://doi.org/10.33324/uv.vi77.313
Canel, María José Sanders, Karen (2010)	Para estudiar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión. Comunicación y Sociedad, vol. XXIII, n. 1, pp.7-48	https://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=349
Peytibi, Xavier	Las campañas conectadas: comunicación política en campaña electoral	https://elibro.net/es/ereader/uazuay/124444?page=86
Panke, Luciana lasulaitis, Sylvia Pineda-Nebot, Carmen	Género y Campañas Electorales en América Latina: un análisis del discurso femenino en la propaganda televisiva	http://www.razonypalabra.org.mx/N/N91/Varia/08_PankelasulaitisPineda_V91.pdf

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **28/02/2023**

Estado: **Aprobado**