



UNIDAD AZCAPOTZALCO		DIVISION CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES		1/ 5
NOMBRE DEL PLAN ESPECIALIZACION EN ETNOGRAFIA POLITICA Y ESPACIO PUBLICO				
CLAVE	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE		CREDITOS	7
1246021	SEMINARIO-TALLER: EL ESPACIO PUBLICO Y LAS REPRESENTACIONES SOCIALES EN LOS MASS MEDIA		TIPO	OBL.
H.TEOR. 3.0			TRIM.	III
H.PRAC. 1.0	SERIACION AUTORIZACION		NIVEL	ESPECIALIZACION

OBJETIVO(S) :

Objetivo General:

Al finalizar la UEA la o el alumno será capaz de:

Describir, registrar y analizar la representación de los procesos económicos, políticos, sociales y culturales en los medios de comunicación que se vinculen y expliquen los aconteceres de la realidad política en el espacio público.

Objetivos Parciales:

Al finalizar la UEA la o el alumno será capaz de:

- Estudiar diferentes perspectivas analíticas sobre los medios de comunicación como insumos para el análisis de las representaciones sociales en la prensa, radio, televisión e Internet.
- Monitorear y seleccionar información relevante difundida en la prensa escrita, radio, televisión e Internet que contenga acciones del Estado, sujetos sociales, organizaciones civiles, actores políticos, marchas conmemorativas, protestas políticas, acción colectiva, procesos electorales, cierres de campañas electorales, que hayan o estén generado consecuencias políticas trascendentales en la sociedad.



NOMBRE DEL PLAN	ESPECIALIZACION EN ETNOGRAFIA POLITICA Y ESPACIO PUBLICO	2/ 5
CLAVE 1246021	SEMINARIO-TALLER: EL ESPACIO PUBLICO Y LAS REPRESENTACIONES SOCIALES EN LOS MASS MEDIA	

CONTENIDO SINTETICO:

Tema 1

La difusión de la información en la prensa, radio, televisión e Internet

- 1.1 Función de los medios de comunicación.
- 1.2 Agencias noticiosas y los receptores.
- 1.3 ¿Qué y cómo comunican los medios?
- 1.4 Semántica de los medios de comunicación.

Tema 2

Política, espacio público mediático y ciudadanía

- 2.1 Emisión y recepción de la información.
- 2.2 Construcción y constructores de la información.
- 2.3 El ciudadano informado versus el ciudadano mediático.
- 2.4 Los arquitectos de la política y la cultura política.

Tema 3

Política, espacio público y ciudadanía a través de los medios de comunicación

- 3.1 La Plaza pública en los medios, los medios en la plaza pública.
- 3.2 Aplicación de la etnografía en la selección, seguimiento y registro de un tema político-social en la prensa, radio, televisión y portal de Internet.

MODALIDADES DE CONDUCCION DEL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:

La UEA se desarrollará mediante las siguientes modalidades:

- Realizar lecturas obligatorias, participar y discutir en cada sesión la explicación sociológica sobre la información emitida por los medios de comunicación para identificar las características de la política, la cultura política, el espacio público y la ciudadanía.
- Invitar a especialistas en comunicación o reporteros para compartir con las y los alumnos las funciones y cometido de los Mass Media; asimismo, se organizará alguna visita a una agencia de noticias para conocer el proceso de producción de la información.
- Dar seguimiento de una noticia, a través de la prensa, radio, televisión o internet, que tendrá una valoración cada mes. La evaluación terminal será incorporar este seguimiento a la entrega de un trabajo sobre la problemática seleccionada, acompañado del registro y análisis del monitoreo de la información a lo largo del trimestre.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 500

Narciso Andrés López
EL SECRETARIO DEL COLEGIO

NOMBRE DEL PLAN	ESPECIALIZACION EN ETNOGRAFIA POLITICA Y ESPACIO PUBLICO	3/ 5
CLAVE 1246021	SEMINARIO-TALLER: EL ESPACIO PUBLICO Y LAS REPRESENTACIONES SOCIALES EN LOS MASS MEDIA	

MODALIDADES DE EVALUACION:

- Participación y exposición en clase por parte de la o el alumno.
- Avance y entrega del seguimiento y análisis de la información en la prensa, radio, televisión o Internet.
- Trabajo final.

BIBLIOGRAFIA NECESARIA O RECOMENDABLE:

Bibliografía necesaria:

1. Castells, Manuel. (2009). Programando las redes de comunicación: política mediática, política del escándalo y crisis de la democracia. En Comunicación y poder (pp. 260-392). Madrid: Editorial Alianza.
2. Champagne, Patrick. (1999). La visión mediática. En P. Bourdieu (Ed.), La miseria del mundo (pp. 51-63). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
3. Del Rey Morató, Javier. (1996). Psicología de la comunicación y cultura política (I) y (2). En Democracia y posmodernidad. Teoría General de la Información y Comunicación Política (pp. 359-391). Madrid: Editorial Complutense.
4. Gianpietro, Mazzoleni. (2010). El campo de la comunicación política. En La comunicación política (pp. 17-50). Madrid: Alianza Editorial.
5. Luhmann, Niklas. (2000). La construcción de la realidad; La realidad de la construcción. En La realidad de los medios de masas (pp. 39-62 y 111-135). España: Antrophos-Universidad Iberoamericana.
6. López-Saavedra, Nicolasa. (2012). Los medios y las campañas. En S. Tamayo y N. López-Saavedra. (Coords.), Apropiación política del espacio público. Miradas etnográficas de los cierres de las campañas electorales en el 2006 (pp. 163-199). México: IFE/UAM-A.
7. _____ (2010). La protesta política, ¿qué y cómo informan los medios de comunicación? En A. López., N. López-Saavedra., S. Tamayo., y R. Torres. (Coords.), Yo no estuve ahí pero no olvido. La protesta en estudio (pp. 427-466). México: UAM.
8. López, Alejandro. (2010). El procesamiento simbólico de la protesta: la representación de los actores y las acciones en el discurso de la prensa. En A. López., N. López-Saavedra., S. Tamayo., y R. Torres. (Coords.), Yo no estuve ahí pero no olvido. La protesta en estudio (pp. 467-521). México: UAM.
9. Sánchez, Francisco J. (2006). La Máquina Etnográfica. Reflexiones sobre Fotografía y Antropología Visual. Contraluz, Revista de la Asociación Cultural Arturo Cerdá y Rico, (3), 51-69. <http://www.cerdayrico.com/contraluz/numero03/04%20contraluz.pdf>
10. Silverstone, Roger. (2004). La textura de la experiencia; Mediatización.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 500

Norma Dando López
EL SECRETARIO DEL COLEGIO

NOMBRE DEL PLAN	ESPECIALIZACION EN ETNOGRAFIA POLITICA Y ESPACIO PUBLICO	4/ 5
CLAVE 1246021	SEMINARIO-TALLER: EL ESPACIO PUBLICO Y LAS REPRESENTACIONES SOCIALES EN LOS MASS MEDIA	

En ¿Por qué estudiar los medios? (pp. 13-31 y 32-40). Buenos Aires: Amorrortu Editores.

11. Vicente-Mariño, Miguel. (2006). Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso: la necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica. Ponencia presentada en el IX Congreso IBERCOM. Sevilla-Cádiz, Universidad de Sevilla.
https://www.researchgate.net/publication/240622113_Desde_el_analisis_de_contenido_hacia_el_analisis_del_discurso_la_necesidad_de_una_apuesta_decidida_por_la_triangulacion_metodologica
12. Van Dijk, Teun. (2000). El discurso como interacción social. Madrid: Gedisa.

Bibliografía recomendable:

1. Bourdieu, Pierre. (1996). La estructura invisible y sus efectos. En Sobre la Televisión (pp. 57-97). Barcelona: Editorial Anagrama.
2. Luhtakallio, Eeva y Eliasoph, Nina. (2014). Ethnography of Politics and Political Communication: Studies in Sociology and Political Science. En K. Kenski y K. Hall. (Eds.), The Oxford Handbook of Political Communication (pp. 1-11). Oxford: Oxford Handbooks Online.
3. Maigret, Éric. (2003). De la semiología a la pragmática. En Sociología de la comunicación y de los medios (pp.185-206). México: Fondo de Cultura Económica.
4. Rodríguez, Celeste y Echeverría, Martín. (2018). Inferencia de encuadres en el mensaje audiovisual. Un procedimiento metodológico. En M. Echeverría. (Coord.), Publicidad Política Televisiva. Estructura y desempeño (pp. 91-107). México: Tirant Humanidades.
https://www.researchgate.net/publication/331718738_Inferencia_de_encuadres_en_el_mensaje_audiovisual_Un_procedimiento_metodologico
5. Winocur, Rosalía. (2008)¿Y qué hicimos con los medios de comunicación? Problemas y desafíos afrontados por el Grupo de Cultura Urbana. ALTERIDADES, 18(36), 105-112. [online]
<http://www.scielo.org.mx/pdf/alte/v18n36/v18n36a9.pdf>

Seguimiento de algún medio a seleccionar

Periódicos impreso digital o en papel:

- La Jornada <http://jornada.com.mx>
- Reforma <https://www.reforma.com>
- El Universal <https://www.elunivwesal.com>
- Milenio <https://www.milenio.com>
- Excélsior <https://www.excelsior.com>



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO
 EN SU SESION NUM. 500

Norma Paredes López
 EL SECRETARIO DEL COLEGIO

NOMBRE DEL PLAN	ESPECIALIZACION EN ETNOGRAFIA POLITICA Y ESPACIO PUBLICO	5/ 5
CLAVE	1246021	SEMINARIO-TALLER: EL ESPACIO PUBLICO Y LAS REPRESENTACIONES SOCIALES EN LOS MASS MEDIA

- El Heraldo de México <https://elheraldo.com.mx>

Televisión abierta:

- Televisa: Canal 2, En Punto (Denisse Merker).
- Televisa: Foro TV Canal 4, Estrictamente Personal (Reymundo Riva Palacios).
- TV Azteca: Canal 13, Hechos de la Noche (Javier Alatorre).
- TV Azteca: Canal 13, Hechos AM (Jorge Zarza).
- Instituto Politécnico Nacional Canal 11, Noticiero Nocturno Once Noticias (Leticia Carvajal).
- Grupo Multimedios: Milenio Televisión, Televisión abierta subcanal 6.2 Milenio Noticias con Alejandro Domínguez.
- Mexiquense Noticias Nocturno Canal 34.

Radio:

- Radio Fórmula: Frecuencia 104.1 FM, Ciro Gómez Leyva por la mañana.
- Grupo Formula: Frecuencia 104.1 FM, Leonardo Curzio en Fórmula.
- MVS Noticias: Frecuencia 102.5 FM, EN DIRECTO con Ana Francisca Vega.
- MVS Noticias: Frecuencia 102.5 FM, Luis Cárdenas.
- Grupo Radio Centro: Frecuencia 88.1 FM, La Octava, Carmen Aristegui.
- El Heraldo Radio: Frecuencia 98.5 FM, Sergio y Lupita, Sergio Sarmiento y Guadalupe Juárez.

Medios nativos digitales:

- Aristegui Noticias <https://www.aristeguinoicias.com/category/aristegui-envivo/>
- Animal político <https://www.animalpolitico.com>
- Uno TV: Uno Noticias, Gabriela Calzada; lunes a viernes 14:00 horas <https://www.unotv.com>
- SDPnoticias <https://www.sdpnpticias>
- El Deforma-Un no-ticiero de verdad <https://www.eldeforma.com>
- Sopitas <https://www.sopitas.com>



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 500

Norma Pinedero López

EL SECRETARIO DEL COLEGIO