



**Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



PROGRAMA DE ESTUDIOS POR COMPETENCIAS

I. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

ESPACIO ACADÉMICO: FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES							
PROGRAMA EDUCATIVO: Licenciatura en Ciencia Política y Administración Pública Licenciatura en Comunicación				ÁREA DE DOCENCIA: Acentuación de Ciencia Política y Administración Pública Acentuación de Comunicación			
APROBACIÓN POR LOS CONSEJOS ACADÉMICOS (456) Y DE GOBIERNO (504)		Fecha de elaboración: 14 de Diciembre de 2007		Programa Elaborado por: Mtra. Cristina Reyes Montes Mtro. José Antonio O'Quinn Parrales Mtro. José Antonio Licea Cadena Mtro. Alejandro Macedo García			
APROBACIÓN ACTUALIZACIÓN POR LOS HH. CONSEJOS ACADÉMICO (635) Y DE GOBIERNO (704)		Fecha de actualización: 27 de Enero de 2016		Actualizado por: Mtra. Karina Sánchez García			
NOMBRE DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE: Poder y medios de comunicación							
CLAVE	HORAS DE TEORÍA	HORAS DE PRÁCTICA	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS	TIPO DE UNIDAD DE APRENDIZAJE	CARÁCTER DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE	NÚCLEO DE FORMACIÓN
L42859	4	0	64	8	Curso	Optativa	Áreas de acentuación
PRERREQUISITOS: Conocimientos básicos sobre Comunicación, Medios de Comunicación, Ciencia Política			UNIDAD DE APRENDIZAJE ANTECEDENTE: Ninguna			UNIDAD DE APRENDIZAJE CONSECUENTE: Ninguna	
PROGRAMAS ACADÉMICOS EN LOS QUE SE IMPARTE: Licenciatura en Comunicación Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública							



II. PRESENTACIÓN

La unidad de aprendizaje *Poder y medios de comunicación*, permitirá al estudiante conocer y comprender la discusión en torno al poder que los medios de comunicación masiva pueden detentar sobre los individuos, así como analizar la relación que se ha generado entre los medios de comunicación y los grupos de poder en el mundo y en México, a partir del conocimiento de las causas y consecuencias (políticas, económicas y sociales) de ésta relación.

Para ello se considera que el poder de los medios de comunicación masiva no es inexistente ni exorbitante, sino de carácter variable, dependiente de las circunstancias, de la clase de medios y del público al cual se dirigen. Los medios de comunicación masiva constituyen uno de los referentes a partir de los cuales los individuos conceptualizan su entorno y pueden establecer la agenda de un país, en virtud de que el público obtiene la mayor parte de la información de aquellos (véase Carpizo 1999). En este sentido, en una democracia liberal, de éstos se esperaría que pudieran llevar a cabo, sobre todo, tres funciones esenciales: a] informar a la ciudadanía y a la población en general sobre los asuntos públicos más relevantes de forma contextualizada, analítica e imparcial; b] servir como arena abierta de debates sobre los temas de la vida pública, de modo que se pueda reflejar en ella el mayor número de puntos de vista, y c] ser vigilantes —*watchdogs*— a favor de la ciudadanía y de una sociedad abierta contra los abusos del poder, los actos de corrupción y los excesos en el uso de la autoridad (Guerrero, 2006).

No obstante, la implementación de medidas tendientes a la privatización y desregulación de los medios de comunicación masiva, así como las transformaciones que en el ámbito tecnológico han tenido las industrias de la información y la comunicación han favorecido la concentración de las empresas de comunicación a nivel mundial (conformando *holdings* y *tusts*), con repercusiones poco favorables al interior de los Estados-nación. Muchos medios en pocas manos, significa restricciones para alcanzar la diversidad de perspectivas que los ciudadanos tienen derecho a recibir acerca de los asuntos públicos (Trejo, 2010:21).



III. NORMAS DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

DEL PROFESOR	DEL ALUMNO
<ul style="list-style-type: none">▪ Cubrir con el programa al 100%▪ Asistencia al 100% de las sesiones programadas▪ Establecer el sistema de evaluación en la primera sesión del curso▪ Otorgar calificación al alumno▪ Retroalimentación y evaluación oportuna de los temas abordados▪ Promover el trabajo en equipo	<ul style="list-style-type: none">▪ Cubrir la asistencia mínima del 80%▪ Puntualidad▪ Presentarse a las evaluaciones programadas puntualmente▪ Leer la bibliografía indicada por el profesor e investigar el tema por clase▪ Disposición para el trabajo en equipo e integración académica▪ Entrega de trabajos en tiempo y forma

IV. PROPÓSITO GENERAL

Que el estudiante conozca, comprenda y analice la relación entre los medios de comunicación masiva y los actores políticos centrales en la toma de decisiones. Para ello conocerá los alcances y limitaciones de las discusiones en torno a los efectos de los medios de comunicación masiva, las implicaciones políticas y económicas de la conformación de los grupos mediáticos mundiales y de México, y las relaciones de los medios de comunicación con los grupos económicos y políticos. Asimismo se formará un criterio analítico y propositivo en el ámbito político y mediático.



V. COMPETENCIAS GENÉRICAS

- Para conocer, entender, analizar y aplicar los fundamentos de la filosofía y de la teoría política, y así tener una visión totalizadora de la realidad que posibilite comprender la dinámica del ejercicio del poder político; así como contar con la capacidad de examinar los fenómenos políticos y de sistemas políticos en México y el mundo.
- Para conocer, comprender y analizar la importancia que revisten los medios de comunicación en el ejercicio del poder político y su vinculación con la acción social, sin perder de vista el papel que debe asumir la ética en el campo de la comunicación política
- Para conocer y comprender críticamente el entorno mundial, nacional, estatal y regional con un enfoque pluralista, integrador y democrático.
- Para la búsqueda, organización, aprovechamiento, procesamiento, análisis, interpretación de datos e información relevante respecto a casos, proyectos y problemas específicos.
- Aptitud para la toma de decisiones
- Conciencia clara y comprometida con los problemas y las necesidades regionales, nacionales y mundiales, sin perder de vista el papel que debe asumir la ética en el campo de la comunicación.

VI. ÁMBITO DE DESEMPEÑO

- Asesoría en análisis sobre medios de comunicación
- Estudios sobre seguimiento de medios y análisis de contenido

VII. ESCENARIOS

- Aula
- Biblioteca y hemeroteca
- Uso de medios digitales (internet)



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



VIII. NATURALEZA DE LA COMPETENCIA

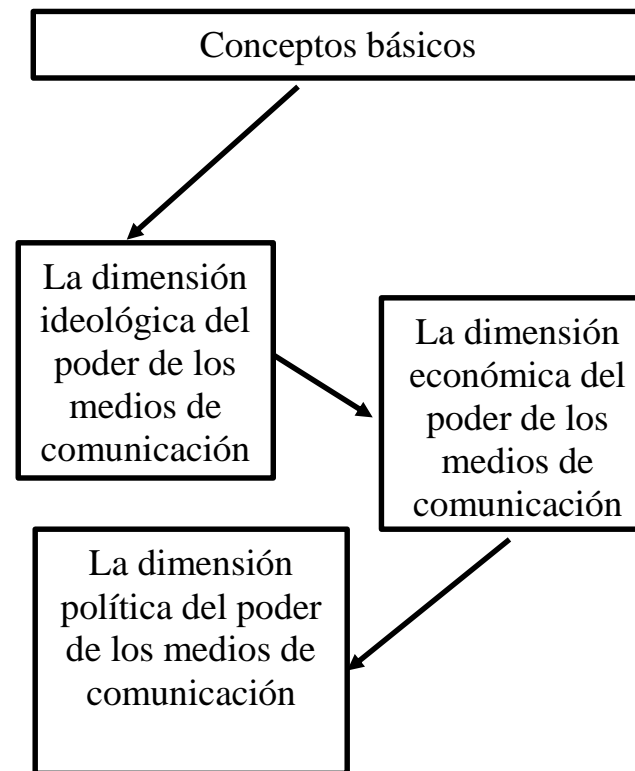
Complejidad creciente y ámbito diferenciado al ser una unidad de aprendizaje de carácter de acentuación. Debido a ser multidisciplinaria con diversas unidades de aprendizaje como: ciencia política, computación y comunicación, principalmente; además de conocimiento de sociología y estadística. La unidad de aprendizaje *Poder y Medios de Comunicación* permitirá su aplicación en el ejercicio profesional y/o investigativo otras áreas de la ciencia social.



IX. ESTRUCTURA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE SECUENCIA DIDÁCTICA

. SECUENCIA DIDÁCTICA

- 1. Conceptos básicos.** La discusión en torno al poder, particularmente el poder político. La distinción entre entender al poder como un recurso o bien como una capacidad relacional.
- 2. La dimensión ideológica del poder de los medios de comunicación** Las aportaciones de las teorías sobre los efectos de los medios de comunicación masiva permitirán contar con las bases para determinar de forma objetiva el *poder de los medios de comunicación masiva* en la sociedad actual.
- 3. La dimensión económica del poder de los medios de comunicación.** A partir de la identificación de los diferentes procesos de concentración de las empresas de comunicación a nivel mundial, sus causas y consecuencias, se busca ubicar a los medios de comunicación como uno de los actores centrales en la toma de decisiones democrática
- 4. La dimensión política del poder de los medios de comunicación.** En el marco de la discusión en torno a los medios de comunicación y democracia, se busca identificar las funciones que éstos deben desempeñar así como las transformaciones que su uso han generado en las sociedades democráticas (la desacralización de lo político, la fragmentación de la escena pública, etc.) y la incidencia de los medios como actores en la toma de decisiones pública.





XI. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DE COMPETENCIA

UNIDAD DE COMPETENCIA I CONCEPTOS BÁSICOS	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
La discusión en torno al poder, particularmente el poder político. La distinción entre entender al poder como un recurso o bien como una capacidad relacional.	Definición de Poder El poder como recurso Tipos de poder El poder como resultado de una relación	Análisis de información Capacidad de crítica Habilidad para el diálogo Búsqueda de información	Participación en las discusiones de grupo Interés por la investigación Postura crítica	Equidad Honestidad Respeto Tolerancia
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		RECURSOS REQUERIDOS		TIEMPO DESTINADO
Discusión dirigida por el docente Lectura previa por parte de los estudiantes		Laptop y cañón Pintarrón		10 hrs. Teóricas
EVIDENCIA				PONDERACIÓN
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO			
Ensayo	Elaboración de un ensayo de entre 5 y 10 cuartillas en el que los estudiantes, a partir de la discusión en torno al poder, responda a la pregunta ¿los medios de comunicación tienen poder?			10% (Calificación total)
Controles de lectura	Elaboración de controles de lectura, tareas y participación en clase a partir de la lectura previa			10 % (Calificación total)



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



UNIDAD DE COMPETENCIA II LA DIMENSIÓN IDEOLÓGICA DEL PODER DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
Las aportaciones de las teorías sobre los efectos de los medios de comunicación masiva permitirán contar con las bases para determinar de forma objetiva el <i>poder de los medios de comunicación masiva</i> en la sociedad actual.	Teorías sobre los efectos de los medios de comunicación De la aguja hipodérmica al establecimiento de la agenda	Análisis de información Capacidad de crítica Habilidad para el diálogo Búsqueda de información	Participación en las discusiones de grupo Interés por la investigación Postura crítica	Equidad Honestidad Respeto Tolerancia
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		RECURSOS REQUERIDOS		TIEMPO DESTINADO
Discusión dirigida por el docente Lectura previa por parte de los estudiantes		Laptop y cañón Pintarrón		10 hrs. Teóricas
EVIDENCIA				PONDERACIÓN
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO			
Cuadro comparativo	Elaboración de un cuadro comparativo sobre las distintas teorías de comunicación que tienen por objeto el análisis de los efectos de los medios			
Controles de lectura	Elaboración de controles de lectura, tareas y participación en clase a partir de la lectura previa			10 % (Calificación total)



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



UNIDAD DE COMPETENCIA III LA DIMENSIÓN ECONÓMICA DEL PODER DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN		ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
		CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
A partir de la identificación de los diferentes procesos de concentración de las empresas de comunicación a nivel mundial, sus causas y consecuencias, se busca ubicar a los medios de comunicación como uno de los actores centrales en la toma de decisiones democrática		¿Qué es la concentración? Tipos de concentración Causas y Consecuencias de la concentración	Análisis de información Capacidad de crítica Habilidad para el diálogo Búsqueda de información	Participación en las discusiones de grupo Interés por la investigación Postura crítica Análisis y manejo de información	Equidad Honestidad Tolerancia Trabajo en equipo Responsabilidad
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		RECURSOS REQUERIDOS		TIEMPO DESTINADO	
Discusión dirigida por el docente Lectura previa por parte de los estudiantes Exposición de casos (trabajo en equipo)		Laptop y cañón Pintarrón Periódicos Lecturas		10 hrs. Teóricas	
EVIDENCIA				PONDERACIÓN	
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO				
Estructura de negocios	Entrega por escrito y exposición de la estructura de negocios de un grupo radiofónico o relevante en el sector de telecomunicaciones, que contenga: nombre de las empresas que conforman el grupo organizadas según el mercado en el que participan, datos de identificación de los accionistas principales o dueños de los medios e identificación de otras empresas con las que se encuentran vinculados los dueños de los grupos radiofónicos				
Controles de lectura y participación en clase	Elaboración de controles de lectura, tareas y participación en clase a partir de la lectura previa			10 % (Calificación total)	



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



Exposición de casos	Presentación del caso de Silvio Berlusconi (Italia) y el de Rupert Murdoch como ejemplo para estudiar las implicaciones económicas y sociales de la concentración de los medios de comunicación	10% (Calificación total) Los estudiantes elegirán un solo caso en todo el curso
---------------------	---	--



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



UNIDAD DE COMPETENCIA IV LA DIMENSIÓN POLÍTICA DEL PODER DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN		ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
		CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
En el marco de la discusión en torno a los medios de comunicación y democracia, se busca identificar las funciones que éstos deben desempeñar así como las transformaciones que su uso han generado en las sociedades democráticas (la desacralización de lo político, la fragmentación de la escena pública, etc.) y la incidencia de los medios como actores en la toma de decisiones pública.		Medios de comunicación y democracia Funciones de los medios de comunicación Videopoder Proceso de toma de decisiones: Interacción entre diferentes actores y Arenas de discusión	Análisis de información Capacidad de crítica Habilidad para el diálogo Búsqueda de información	Participación en las discusiones de grupo Interés por la investigación Postura crítica Análisis y manejo de información	Equidad Honestidad Tolerancia Trabajo en equipo
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		RECURSOS REQUERIDOS		TIEMPO DESTINADO	
Discusión dirigida por el docente Lectura previa por parte de los estudiantes Exposición de casos		Laptop y cañón Pintarrón Periódicos Lecturas		10 hrs. Teóricas	
EVIDENCIA				PONDERACIÓN	
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO				
Proyecto	Realizar un seguimiento de medios en torno a la Reforma en materia de Telecomunicaciones en México (2013) en equipos de máximo 3 integrantes, con la finalidad de analizar el papel de alguno de los actores centrales de la reforma.			20% (Calificación total)	
Controles de lectura	Elaboración de controles de lectura, tareas y participación en clase a partir de la lectura previa			10 % (Calificación total)	
Exposición de casos	Presentación de los casos de Fernando Collor de Mello (Brasil) y el de la televisión y las elecciones Chilenas a partir de 1988 como ejemplos de la importancia de los medios de comunicación en la vida política democrática; o bien sobre la interacción de los diferentes actores participantes en la toma de decisiones en México			10% (Calificación total) Los estudiantes elegirán un solo caso en todo el curso	



XII. EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

UNIDAD DE APRENDIZAJE	PRODUCTO	PORCENTAJE	TOTAL
I	Ensayo sobre “¿los medios de comunicación tienen poder?”	10%	10%
II	Cuadro comparativo sobre teorías sobre los efectos de los medios de comunicación	10%	10%
III	Estructura de negocios	10%	10%
IV	Proyecto (seguimiento de medios)	20%	20%
I – IV	Controles de lectura	40%	40%
I - IV	Exposición de casos	10%	10%

XIII. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

No.	DATOS BIBLIOHEMEROGRÁFICOS	UNIDADES	CLASIFICACIÓN/ LOCALIZACIÓN
1.	CASTELLS, Manuel (2012): “¿Qué es el poder?”, en <i>Comunicación y poder</i> , Alianza Editorial.	I	HM1206 .C3718 2012
2.	VALLÉS, Josep (2003) “¿Qué es poder político?”, en <i>Ciencia política: una introducción</i> , Barcelona, Alianza Editorial, pp. 31-43.	I	JA69.S6 .V35 2003
3.	FREEDMAN, Des (2013) “The Puzzle of Media Power: Notes Toward a Materialist Approach”, en <i>International Journal of Communication</i> , No. 8 pp. 319-334.	I	Disponible en: http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2081



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



4.	LUCAS MARÍN, Antonio, Carmen García Galera y José Antonio Ruíz (2003) “Estudios generales sobre los efectos de los medios de comunicación”, “Teorías sobre los efectos de los medios de comunicación de masas”, en <i>Sociología de la comunicación</i> , Valladolid, Trotta, pp. 201-260.	II	HM258 L83 2003
5.	BLESA ALEDO, Pablo (2006) “Medios de comunicación y democracia: ¿El poder de los medios o los medios al poder?”	II	Disponible en: http://www.redalyc.org/redalyc/pdf/297/29700606.pdf
6.	BECERRA, Martín y Guillermo Mastrini (2010) “Concentración de los medios en América Latina: tendencias de un nuevo siglo”	III	<i>Contexto Digital</i> , no. 18, Universidad de Lima Discusión dirigida
7.	TREJO Delabre, Raúl (2010) “Muchos medios en pocas manos: concentración televisiva y democracia en América Latina”	III	<i>Intercom Revista Brasileña de Ciencias da Comunicação</i> , Vol. 33 No. 1, pp. 17-51.
8.	PINGAUD, Denis y Bernand Poulet (2006), “Del poder de los medios de comunicación a la fragmentación de la escena pública”, en <i>La Debat</i> No. 138, Enero-febrero.	IV	Disponible en: http://www.diplomatie.gouv.fr/es/IMG/pdf/Denis_Pingaud_Bernard_Poulet.pdf
9.	Sartori, Giovanni (1999 [1992]) “Videopoder”, en <i>Elementos de teoría política</i> , Alianza Editorial, Madrid, 351-364 pp.	IV	JC11 S27
10.	SCARTASCINI, Carlos, Pablo Spiller, Ernesto Stein y Mariano Tomasi (Editores) (2010) <i>El juego político en América Latina: ¿cómo se deciden las políticas públicas?</i> , BID.	IV	No Disponible
11.	GUERRERO, Manuel Alejandro (2010) “Los medios de comunicación y el régimen político”, en Soledad Loaeza y Jean François Prud’homme (coords.) <i>Los grandes problemas de México XIV Instituciones y procesos políticos</i> , México, El Colegio de México, pp. 231-300.	IV	No Disponible



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



12.	HUGHES, Sallie “The Latin American News Media and the Policymaking Process”, en <i>How Democracy Works. Political Institutions, Actors, and Arenas in the Latin American Policymaking</i> , BID.	IV	Por adquirir
-----	--	----	--------------

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

No.	DATOS BIBLIOHEMEROGRÁFICOS	UNIDADES	CLASIFICACIÓN/ LOCALIZACIÓN
1.	ASA BRIGGS, (2006) <i>De Gutenberg a Internet: Una Historia Social de los Medios de Comunicación</i> . México. Taurus	I	P90 .B695 2006
2.	ACEVES GONZÁLEZ, Francisco de Jesús (1993) “La influencia de los medios en los procesos electorales. Una Panorámica desde la perspectiva de la sociología empírica”	II	Comunicación y Sociedad, Núm. 18-19, Mayo-Diciembre.
3.	ACEVES GONZÁLEZ, Francisco de Jesús (2005) “La investigación académica sobre el papel de los medios de comunicación en los procesos electorales en México”, en Lozano Rendón, José Carlos (ed.) <i>La Comunicación en México: Diagnósticos, Balances y Retos</i> . Monterrey: ITESM/CONEICC.	II	No Disponible
4.	BOURDIEU, Pierre (2007), <i>Sobre la televisión</i> , Anagrama, Barcelona.	I	PN4784.T4 B68 2007
5.	CANTÚ, María Elena (2005) <i>Medios y Poder: el papel de la Radio en la Democracia Mexicana</i> . México. Norma.	II	No Disponible
6.	FERGUSON, Robert (2007) <i>Los Medios Bajo Sospecha: Ideología y Poder en los Medios de Comunicación</i> . España. Gedisa	III	P91.3 .F4718 2007
7.	GUINSBERG, Enrique, <i>Acerca de los medios de comunicación y construcción de la realidad</i> , México, Universidad Autónoma Metropolitana, 1994.	I	No Disponible



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



8.	VILLAMIL, Jenaro (2007) <i>La Guerra Sucia del 2006: Los Medios y los Jueces</i> . México. Grijalbo.	II y IV	F1236.7 V55 2007
9.	NÖELLE NEUMANN, Elizabeth, <i>La espiral del silencio, opinión pública nuestra piel social</i> , España, Paidós, 2010.	I	HM261 .N6 2010
10.	TREJO DELARBRE, Raúl (2005) <i>Poderes Salvajes. Mediocracia sin Contrapesos</i> . México: Ediciones Cal y Arena.	II y III	JA85.2.M6 T75 2005
11.	TREJO DELARBRE, Raúl (2001) <i>Mediocracia sin Mediaciones. Prensa, Televisión y Elecciones</i> . México: Ediciones Cal y Arena.	II y IV	JA85.2 .M6 T74
12.	SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. (2009) “Los medios de comunicación masiva en México, 1968-2000”, en Ilán Bizberg y Lorenzo Meyer (coords.) <i>Una Historia Contemporánea de México</i> . Tomo 2, Actores. México: Editorial Océano (pp. 403-454).	IV	F1236 .H67 2009
13.	SARTORI, Giovanni, <i>Homo videns, la sociedad teledirigida</i> , México, Paidós, 2006.	II	QA76.9.C57 S27 2006
14.	STEIN VELASCO, José Luis F., <i>Democracia y Medios de Comunicación</i> . México. UNAM.	II y IV	P95.8 .S85 2005
15.	THOMPSON, John B. (1998) “Comunicación y contexto social”, en Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación, Paidós, pp.25-68.	I	No Disponible