



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Cuajimalpa

Comunidad académica comprometida
con el desarrollo humano de la sociedad.

24 de octubre de 2018

Dictamen 15/18

DICTAMEN QUE PRESENTA LA COMISIÓN DE INVESTIGACIÓN DE LA DIVISIÓN DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y DISEÑO.

ANTECEDENTES

- I. El Consejo Divisional de Ciencias de la Comunicación y Diseño, en la sesión 08.18, celebrada el 16 de mayo de 2018, integró esta Comisión en los términos señalados en el artículo 55 de Reglamento Interno de los Órganos Colegiados Académicos.
- II. El Consejo Divisional designó para esta Comisión a los siguientes integrantes:
 - a) Órganos personales:
 - ✓ Dr. Jesús Octavio Elizondo Martínez, Jefe del Departamento de Ciencias de la Comunicación;
 - ✓ Mtro. Luis Antonio Rivera Díaz, Jefe del Departamento de Teoría y Procesos del Diseño;
 - ✓ Dr. Carlos Joel Rivero Moreno, Jefe del Departamento de Tecnologías de la Información.
 - b) Representantes propietarios:
 - Personal académico:
 - ✓ Mtro. Daniel Cuitláhuac Peña Rodríguez, Departamento de Ciencias de la Comunicación;
 - ✓ Dra. Dina Rochman Beer, Departamento de Teoría y Procesos del Diseño.
 - ✓ Dr. Alfredo Piero Mateos Papis, Departamento de Tecnologías de la Información;

1

CONSIDERACIONES

- I. Con fecha 18 de octubre de 2018, la Comisión recibió, para su análisis y discusión el informe final del proyecto de investigación denominado "**El modelo de comunicación política en la elecciones de México**" presentado por el Dr. Edgar Esquivel Solís, aprobado en la Sesión 15.15 celebrada el 25 de noviembre de 2015, mediante el acuerdo DCCD.CD.13.15.15.
- II. La Comisión de Investigación sesionó el día 24 de octubre de 2018, fecha en la que concluyó su trabajo de análisis y evaluación del informe, con el presente Dictamen.
- III. La Comisión contó, para su análisis, con los siguientes elementos:



División
Ciencias de la
Comunicación y
Diseño

Unidad Cuajimalpa

DCCD | División de Ciencias de la Comunicación y Diseño
Torre III, 5to. piso. Avenida Vasco de Quiroga 4871,
Colonia Santa Fe Cuajimalpa. Delegación Cuajimalpa de Morelos,
Tel. +52 (55) 5814-6553. C.P. 05300, México, D.F.
<http://dccd.cua.uam.mx>



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Cuajimalpa

*Comunidad académica comprometida
con el desarrollo humano de la sociedad.*

- Protocolo de investigación.
- Relevancia para la división.
- Congruencia global.
- Metas-Recursos.
- Evaluación general.

IV. La evaluación de los resultados de investigación se llevó a cabo de acuerdo con los "Lineamientos para la creación de grupos de investigación y la presentación, seguimiento y evaluación de proyectos de investigación" aprobados en la Sesión 06.16 del Consejo Divisional de Ciencias de la Comunicación y Diseño, celebrada el 6 de junio de 2016, mediante al acuerdo DCCD.CD.15.06.16

DICTAMEN

ÚNICO:

Tras evaluar el informe final del proyecto de investigación denominado "**El modelo de comunicación política en la elecciones de México**" presentado por el Dr. Edgar Esquivel Solís, la Comisión de Investigación recomienda al Consejo Divisional de Ciencias de la Comunicación y Diseño aceptarlo.

VOTOS:

Integrantes	Sentido de los votos
Dr. Jesús Octavio Elizondo Martínez	A favor
Mtro. Luis Antonio Rivera Díaz	A favor
Dr. Carlos Joel Rivero Moreno	A favor
Mtro. Daniel C. Peña Rodríguez	----
Dr. Alfredo Piero Mateos Papis	A favor
Dra. Dina Rochman Beer	A favor
Total de los votos	5 votos a favor

2

Coordinadora

Dra. Gloria Angélica Martínez De la Peña
Secretaria del Consejo Divisional de
Ciencias de la Comunicación y Diseño



División
Ciencias de la
Comunicación y
Diseño

Unidad Cuajimalpa

DCCD | División de Ciencias de la Comunicación y Diseño
Torre III, 5to. piso. Avenida Vasco de Quiroga 4871,
Colonia Santa Fe Cuajimalpa. Delegación Cuajimalpa de Morelos,
Tel. +52 (55) 5814-6553. C.P. 05300, México, D.F.
<http://dccd.cua.uam.mx>



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Cuajimalpa

*Comunidad académica comprometida
con el desarrollo humano de la sociedad.*

DCCyD.DCC.116.2018

15 de octubre de 2018

Asunto: Informe final de proyecto de investigación.

Mtro. Octavio Mercado González

Director de la División de Ciencias de la Comunicación y Diseño

Presente

Por medio de la presente hago entrega del Informe final del Proyecto de Investigación:

"El Modelo de Comunicación política en las elecciones de México", el responsable es el Dr. Edgar Esquivel Solís, Profesor Investigador adscrito a este departamento.

Se anexan las carátulas de los trabajos presentados como resultado.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

Atentamente

"Casa abierta al tiempo"



Dr. Jesús Octavio Elizondo Martínez

Jefe del Departamento de Ciencias de la Comunicación



Departamento
de Ciencias
de la Comunicación



División
Ciencias de la
Comunicación y
Diseño

Unidad Cuajimalpa

DCCD | Jefatura del Departamento de Ciencias de la Comunicación
Torre III, 5to. piso. Avenida Vasco de Quiroga 4871,
Colonia Santa Fe Cuajimalpa. Delegación Cuajimalpa de Morelos,
Tel. +52 (55) 5814-6550 y 51. C.P. 05348, Ciudad de México
<http://dccd.cua.uam.mx>

Ciudad de México, Cuajimalpa de Morelos, a 11 de octubre de 2018

Departamento de Ciencias de la Comunicación
Comisión de Investigación del Consejo Divisional
División de Ciencias de la Comunicación y Diseño
PRESENTES:

Estimados miembros de la Comisión de Investigación de la DCCD, por medio de la presente someto a su evaluación el Informe del proyecto de investigación que lleva por título: **El modelo de Comunicación política en las elecciones de México**. Con el propósito de concluirlo.

El proyecto de investigación presentado y aprobado por el Consejo Divisional para el periodo 2016-2017, contó con una prórroga para 2018, es la continuación de la línea de investigación que desarrollo desde mi integración a la UAM Cuajimalpa en 2010. La línea de trabajo desarrollada se ha concretado en la publicación de una docena de artículos investigación, mismos que han sido en su momento presentado en Congresos Nacionales e Internacionales y publicados en revistas indexadas en catálogos reconocidos. Dentro del trabajo desarrollado en este proyecto he colaborado como socio de la Asociación Latinoamericana de Comunicación Electoral, presentando investigaciones en los Congreso Internacionales en los años, 2015, 2016 y 2018. Así mismo he participado de manera virtual en seminarios con el Grupo de Pesquisa sobre Comunicación Electoral, consorcio integrado por 24 colegas de 12 Universidades de Brasil. <http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/index.php/equipe/>

En las **Metas (expresadas en productos de investigación)**, me comprometí a:

1. Presentación de los avances de investigación en Congresos especializados (2 en total).
2. Publicación de un artículo de investigación por año (2 en total) en una revista internacional especializada e indexada.

A continuación presento brevemente los resultados de la investigación desarrollada en el marco del proyecto en cuestión. Resultados:

A. Ponencias:

1. Presentación de la ponencia; “Elección intermedia en México 2015. Viejas y nuevas estrategias en la Comunicación política”. Dentro de los trabajos del V Congreso de la Asociación Latinoamericana de Comunicación Electoral (ALICE), que se realizó en Buenos Aires, Argentina 2016. Disponible en:

<http://www.alice-comunicacionpolitica.com/abrir-ponencia.php?f=23777bfd6985f076d5f1d18a46ec9f6c.pdf>

2. Presentación de la ponencia: “Los arquetipos de los candidatos presidenciales en México 2018”, dentro de los trabajos del VII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Comunicación Electoral (ALICE) 2018, que se realizó en Murcia, España del 20 al 22 de septiembre, “Nuevos Partidos y Nuevos Escenarios en Europa y América Latina”. Disponible en:

<http://www.alice-comunicacionpolitica.com/congresos/vii-congreso-alice/mesas-vii-congreso/>

B. Artículos publicados:

1. Publicación del artículo: *O movimento #yosoy123 e o seu impacto nas eleições de 2012 no México, (El movimiento #Yosoy132 y su impacto en las elecciones de 2012 en México)*, en coautoría con la Dra. Gladys Ortiz H. (UAM Lerma). En la revista *Esferas*, Universidad Federal de Brasilia, Brasil, 2016, pp. 85-94.

Disponible en: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/6325>

2. Publicación del termino: “Gobernanza”, en coautoría, incluido en el *Léxico de la Vida Social*, México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM-SITESA, 2016, pp. 305-310.

3. Publicación del concepto, “Sociedad Civil”, Capítulo 16, en la *Antología para el Estudio de la Enseñanza de la Ciencia Política. Régimen Político, Sociedad Civil y Política Internacional*. Herminio Sánchez De la Barquera y Arroyo (Editor), Volumen II, México, UNAM, 2017, pp. 207-222. Disponible en:

http://www.dijuris.com/es/libro/antologias-para-el-estudio-y-la-ensenanza-de-las-ciencias-politicas_26400

C. Artículos en proceso de dictaminación:

1. “El encuadre (*framing*) de las propuestas en las campañas políticas de México 2015. Un análisis de los *spots*”. Enviado a dictamen para su probable publicación en la revista *Observatorio Magazine*, edición coordinada por la Universidad Federal de Tocantins (UFT) y por la Universidad Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) ambas de Brasil. Incluida en 11 Índices científicos.

Trabajos en proceso:

1. Artículo “El arquetipo de los candidatos presidenciales en México 2018”.

2. Artículo “Las campañas electorales de Brasil. Una mirada desde México”. Para ser incluido en un *e-book* con colegas del *Grupo de Pesquisa de Comunicação Eleitoral*.

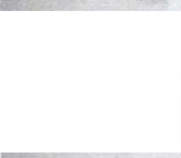
3. Libro en preparación: Aproximaciones al estudio de la comunicación política en México.
Grado de avance: 60%.

4. Artículo "El encuadre de las campañas políticas presidenciales en México 2018".

Sin más por el momento me reitero atento a sus comentarios y/o consultas.

Cordialmente

Dr. Edgar Esquivel Solís
Profesor-Investigador
Titular "C"



Esquivel Solis, Edgar

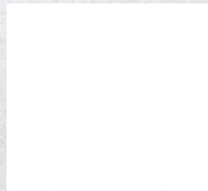
México

Universidad Autónoma Metropolitana Cuajimalpa
Profesor-Investigador

eesquive1@yahoo.com.mx

Egresado de la carrera en Comunicación Social de la UAM-Xochimilco, maestría en sociología Política en el Instituto Mora, Doctor en Sociología por la BUAP. Ha colaborado en diversas instituciones, como la FLACSO, la FES- Acatlán, Tec de Monterrey, El Colegio Mexiquense A.C. y actualmente en la UAM-Cuajimalpa, en el Departamento de Comunicación. Cuento con publicaciones en los temas de participación, ciudadana, la sociedad civil, la comunicación política y sobre el Estado.

Especialidades: Comunicación política



Estrada Rodríguez, José Luis

México

Universidad Autónoma del Estado de México

luis.estrada@netzero.net

Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx), Maestro en Ciencias Sociales con Especialidad en Desarrollo Municipal por El Colegio Mexiquense. Se ha desarrollado como Consultor dentro del Centro Estratégico de Estudios Municipales, miembro de las Redes Temáticas de CONACYT, Sociedad Civil y Calidad de la Democracia, coordinador del Colectivo por Municipios Transparentes (CIMTRA), en el Estado de México. Actualmente es profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEMéx.

Especialidades: Comunicación política, Campañas electorales.



Estrada Rodríguez, José Luis

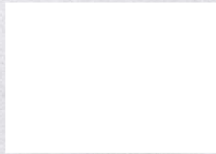
México

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Profesor-Investigador titular

luisholly@yahoo.com.mx

Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma del Estado de México, Posdoctorado en Ciencias Políticas y Sociales por la UNAM, Profesor investigador de la BUAP.

Especialidades: Comunicación Política



Ezeta Bagnis, Alejandra

México

EEB Consultoria

aezeta@eebconsultoria.com

Consultora en monitoreo de redes sociales y analista de medios de comunicación. Doctora por la Universidad de Georgetown. Dirigió un observatorio de monitoreo y análisis de medios de comunicación. Trabajó para el Programa de las Américas del Centro Carter como analista político, y asistió a la Misión de Observación Electoral de la Unión Europea en 2006. Es consultora de Freedom House para temas de libertad de expresión en la red, acceso a internet y telecomunicaciones en México

Especialidades: Comunicación y análisis político e historia contemporánea

f (<https://www.facebook.com/Comunicacao-Eleitoral-564214587069724/>)  (<https://twitter.com/celufpr>)

YouTube (<https://www.youtube.com/user/ocanalpanke>)



GRUPO DE PESQUISA COMUNICAÇÃO ELEITORAL

(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br>)

Grupo de pesquisa ligado à linha de Comunicação e Política do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná.



Sobre o CEL  Publicações  Periódicos (<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/index.php/revistas-e-eventos/>)

Ensaaios (<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/index.php/category/ensaaios/>)

Eventos (<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/index.php/category/eventos/>) Notícias (<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/index.php/noticias/>)

Redes Sociais  Imprensa  Fale Conosco (<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/index.php/fale-conosco/>)

Acesso Interno (<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-admin>) 

 [Home \(http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br\)](http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br)  [Equipe](#)

Equipe

Luciana Panke (<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4794615Z6>)

(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/luciana.jpg>) Pós-doutorado em Comunicação Política na Universidade Metropolitana (UAM- México). Doutora em Ciências da Comunicação (USP); Professora da Universidade Federal do Paraná na graduação em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Líder do grupo de Pesquisa "Comunicação Eleitoral". Autora, entre outros, dos livros "Lula do sindicalismo à reeleição, um caso de comunicação, política e discurso" (2010), "Campanhas eleitorais para mulheres, retos y tendencias (2015) e "Lula del sindicalismo a reelección, un caso de comunicación, política y discurso social" (2015).

Emerson Urizzi Cervi (<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=C461219>)

(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/emerson.jpg>) Professor do Departamento de Ciência Política e Sociologia, do programa de pós-graduação em Ciência Política e do programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Doutorando em Ciência Política pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro- IUPERJ, mestrado em Sociologia pela Universidade Federal do Paraná e graduação em Comunicação Social Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa .

Edgar Esquivel Solis

(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/edgar.jpg>)

Dr. en sociología. Profesor-investigador Titular de la UAM-Cuajimalpa, Ciudad de México. Líder del grupo de Investigación Comunicación Política – UAM-Cuajimalpa. Comunicólogo por la UAM- Xochimilco. Ha colaborado en diversas Instituciones como El Colegio Mexiquense A.C.; el ITESM-CEM; la FES-Acatlán/UNAM y la FLACSO. Sus líneas de investigación son: la participación ciudadana, sociedad civil, los movimientos sociales y la comunicación.

Ary Azevedo (<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4768364D3>)

(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/Jr-Lattes.jpg>) Pós-doutor em Comunicação (ECA/USP), Doutor em Múltiplos (IAR/Unicamp), Mestre em Ciências da Comunicação (ECA/USP) e Bacharel em Publicidade e Propaganda (ECA/USP). Membro da Associação Internacional de Investidores em Branding, Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade e Red Latinoamericana de Investidores em Publicidad (Relaip). Professor Adjunto do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Email: prof.ary.azevedo@uol.com.br

Sérgio Trein (<http://lattes.cnpq.br/8588493824931435>)

(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/Sergio-Trein-2.jpg>)

Publicitário. Pós-Doutorando em Comunicação pela ECA/USP. Doutor em Comunicação Sociopolítica pela PUCRS (2010) e Mestre pela PUCRS (2004). Coordenador do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Vale do Rio do Sinos (UNISINOS), no Rio Grande do Sul. Pesquisador em Comunicação e Propaganda Política. Autor do livro “Comunicação Política no Espaço Urbano” e de capítulos em 10 livros, publicados no Brasil e em Portugal. Áreas de pesquisa: criação publicitária, propaganda política, comunicação política, comunicação governamental, comunicação pública. Atualmente, pesquisa a relação da publicidade externa com a paisagem urbana, utilizando ferramentas de neurociência como metodologia. Como base teórica, são empregados conceitos como o rastreamento ocular, atração e distração, atenção visual, inércia atencional, processos de memorização. Em especial, aplicados na publicidade externa veiculada pelas prefeituras, governos estaduais e federal através de outdoors e placas de obras.

Luiz Ademir de Oliveira (<http://lattes.cnpq.br/8231929995456002>)

(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/luiz.jpg>) É Doutor (2005) e Mestre (1999) em Ciência Política (Ciência Política e Sociologia) pela Sociedade Brasileira de Instrução – SBI/IUPERJ, Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Professor Adjunto III do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, em regime de Dedicação Exclusiva (DE) na Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ). Atualmente, atua como docente, pesquisador do curso de Comunicação Social – Jornalismo, além de integrar o Colegiado e o Núcleo Docente Estruturante (NDE) do curso. É professor colaborador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Em seu pós-doutorado, em curso no âmbito do

PPGCOM/UFJF, desenvolve a pesquisa “A disputa eleitoral de 2014: as estratégias midiáticas e políticas no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) e nas fanpages dos candidatos sob a ótica da narrativa transmidiática”.

Rose Mara Vidal de Souza

Doutora em Comunicação Social (UMESP); MBA em Marketing Político, Jornalista, Professora da Faculdade Estácio de Sá Vitória -ES na graduação em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda e Jornalismo). Membro do grupo de Pesquisa “Comunicação Eleitoral”. Pesquisadora do RENOI (Rede de Observatórios de Imprensa) e JITA /UFES. Autora, entre outros, dos livros “Propaganda Política e Cinema de Resistência” (2013) e “Teorias da Comunicação: Corrente de pensamento e metodologia de Ensino” (2014).

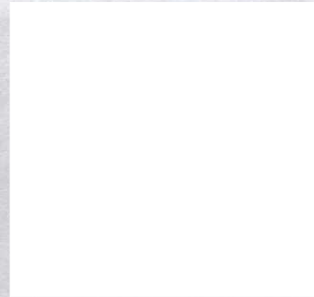
Josemari Poerschke de Quevedo (<http://lattes.cnpq.br/4803029752998318>)

(http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/IMG_2096.jpg)

Jornalista, doutoranda na linha de Regulação, Tecnologia e Sociedade (TRS) no Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas da UFPR. Doutorado sanduíche (2016-2017) na Universidade de Coimbra (Portugal), no Centro de Estudos Sociais (CES). É mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFGRS) com dissertação sobre debate público na área de Comunicação e Política. Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela UFRGS. Experiência profissional em jornalismo impresso e digital e assessoria de imprensa. Tem como interesses de pesquisa estudos na área de Ciência, Tecnologia e Sociedade (CTS); Políticas de C&T; Política Governamental e Pós-Eleitoral; e as interfaces da Comunicação e da Política; Assessoria de Comunicação e Jornalismo. Email:

josemari.quevedo@gmail.com

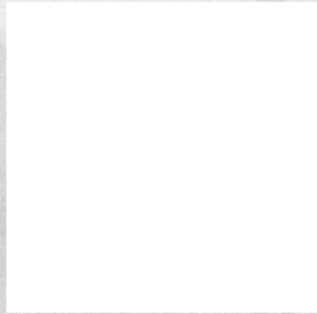
Lucas Gandin (<http://lattes.cnpq.br/6320279073639728>)



(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/foto-divulgacao.jpg>)

Doutor em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná, mestre em Comunicação pela UFPR (2012), graduado em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Paraná (2005) e em Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas pela UFPR (2008). Doutorando sanduíche (2017) na Inglaterra. Tem experiência na área de Comunicação e Política, com ênfase em Análise do Discurso, em Fotografia, Diagramação e Comunicação Organizacional. Atualmente desenvolve pesquisa sobre discurso político governamental. Possui interesse em estudos nas áreas de imagem política e *ethos*, mito e mitologias políticas e representações socioidentitárias no discurso político. E-mail: lucaswlk@yahoo.com.br (mailto:lucaswlk@yahoo.com.br)

Vagner Dalbosco (<http://lattes.cnpq.br/3595053672487727>)



(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/vagner.jpg>) Mestre em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), na área de Gestão da Informação. Graduado em Comunicação Social – Bacharelado em Jornalismo pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó). Atua profissionalmente na área de Comunicação desde 2001, com passagens por veículos de comunicação, agências de publicidade e propaganda e assessorias de comunicação, entre as quais na Câmara dos Deputados (Brasília) e na Assembleia Legislativa de Santa Catarina (Florianópolis). Atualmente é professor titular da Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó), atuando na graduação, pós-graduação, projetos de pesquisa e gestão. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Assessoria de Comunicação, trabalhando principalmente nos seguintes temas: comunicação organizacional; comunicação pública; comunicação política; políticas de comunicação e informação; planejamento de comunicação; jornalismo político; propaganda política; e mídia regional. Presta consultoria nas áreas de comunicação organizacional, pública e marketing político.

Ricardo Tesseroli ([http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?](http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?metodo=apresentar&id=K4247647H7))

(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/Tesseroli.jpg>)Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (2015). Especialista em Comunicação, Política e Atores Social pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (2010), Especialista em Comunicação Política e Imagem pela Universidade Federal do Paraná (2013). Formado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual do Centro Oeste (2005). Depois de responder pelas Assessorias de Imprensa da Casa Civil do Paraná, da Secretaria de Governo e da Secretaria de Estado do Desenvolvimento Urbano é Gerente de Relações Institucionais da Agência Reguladora do Paraná.

Gabriel Bozza (<http://lattes.cnpq.br/9688339380492347>)

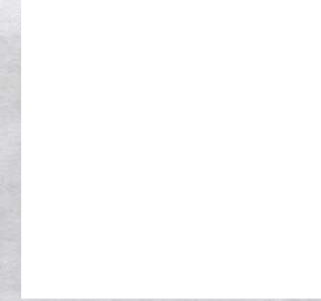
(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/servletrecuperafoto-1.jpg>)Professor Colaborador (Jornalismo e Publicidade e Propaganda) no Centro Universitário Autônomo do Brasil (UniBrasil). Doutorando em Ciência Política na UFPR. Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), com ênfase em comunicação política e eleitoral. Estudos na área de comunicação política e eleitoral, marketing político e eleitoral. Entender o uso das ferramentas de comunicação na construção da identidade de candidatos e de partidos políticos. Estudo do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) no rádio e TV. Estudioso na área de mobilização e movimentos emocionais na articulação com o cenário eleitoral. Autor da dissertação "O uso de redes sociais digitais como processo comunicativo pelo movimento emocional mexicano #YoSoy132 no confronto político durante o período (pós-)eleitoral em 2013.

Jeferson Thauny

(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/jeferson.jpg>)Possui Mestrado em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (2014) e graduação em Publicidade e Propaganda pela UTP/PR (2004). Diretor de Formação e Aprimoramento Profissional do Grupo de Planejamento e Atendimento do Paraná (GPA/PR) e Coordenador da Célula Coletivo Experimental (PUCPR), atua ainda como consultor e professor de especialização, MBA e graduação na Pontifícia Universidade Católica do Paraná e na Universidade Tuiuti do Paraná. Acumula experiência de 14 anos em departamentos de MKT e agências de Publicidade, MKT

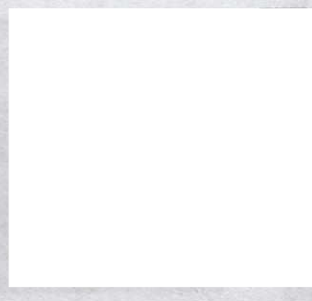
de Guerrilha e Promoção em Curitiba e São Paulo, tendo desenvolvido projetos promocionais para clientes como Petrobras, TIM, Gillette do Brasil, Prefeitura de Curitiba, Coca-Cola, Bosch, Grupo Positivo e Medial Saúde, principalmente no cargo de gerente de projetos promocionais na Master Comunicação.

Fernando Castro



(http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/11705264_10153380405310638_6868575092041718062_n.jpg)Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) com pesquisa na área de comunicação eleitoral. Jornalista do portal de notícias G1. Graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Positivo (UP). Pesquisa a produção de conteúdo de campanhas no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) em televisão. Autor da dissertação: As manifestações brasileiras de 2013 sob a ótica do HGPE dos candidatos a presidente do Brasil em 2014.

Ricardo Philippi (<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4564673H7>)



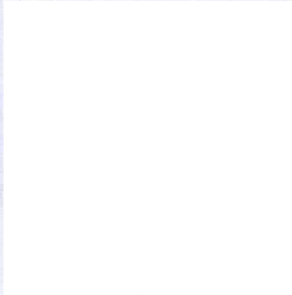
(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/Ricardo-Philippi-1-003.jpg>)Mestre em Comunicação Social pela UFPR dentro da linha Comunicação, Política e Atores Coletivos, desenvolvendo atualmente pesquisa sobre a espetacularização política sob orientação da Dr.^a Luciana Panke. Possui graduação em Relações Públicas (UFPR) e Bacharelado em Artes Cênicas (UNESPAR). É também voluntário na Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da UFPR, atuando principalmente na assessoria de comunicação de empreendimentos incubados. Além disso atua como microempreendedor individual na área de produção cultural. Tem larga experiência em várias funções teatrais/cinema e na área de Comunicação Popular, principalmente nos seguintes temas: comunicação estratégica, produção de projetos e na representação/direção cênica. Email: ricardo_philippi@hotmail.com

Alice Lima (<http://lattes.cnpq.br/8291470356666124>)


(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/foto.jpg>)Jornalista graduada pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e mestre em Comunicação na Universidade Federal do Paraná (UFPR). Desenvolve pesquisas na área de comunicação política, com foco em gênero e campanhas eleitorais. Sob a orientação da professora doutora Luciana Panke, atualmente pesquisa as estratégias eleitorais de candidatas à presidência do Brasil expostas no HGPE, a partir de tipologias criadas por Panke (2015) para análise de campanhas femininas.


Suelen Homrich (<http://lattes.cnpq.br/1766876651882984>)

(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/suelen.jpg>)



Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) na linha de pesquisa em Comunicação, Política e Atores coletivos, onde estudou comunicação política partidária. Possui graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Faculdade União Dinâmica das Cataratas, especialização em Comunicação Audiovisual pela PUC – PR e em Sociologia Política pela UFPR. Linhas de pesquisa: Comunicação política, marketing político, propaganda política e comunicação estratégica.

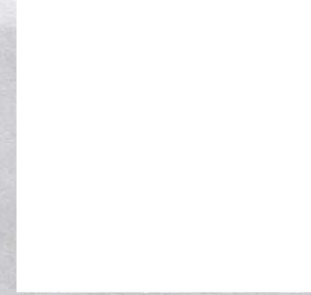
Pedro Chapaval Pimentel (<http://lattes.cnpq.br/9539727131547180>)

(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/PCP.jpg>)Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) na linha de pesquisa Comunicação, Política e Atores Coletivos. Especialista em Relações Internacionais e Diplomacia pelo Centro Universitário Curitiba (2015), bacharel em Administração pela FAE Centro Universitário (2012) e em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas pela UFPR (2009). Possui interesse nos discursos brasileiros em organizações internacionais.

Bruno Washington Nichols

Cientista Social com bacharelado em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná (2015). Integrante desde 2013 do grupo em Comunicação Política e Opinião Pública (CPOP-UFPR) e atualmente é integrante do grupo Comunicação Eleitoral (CEL-UFPR). Mestre no curso de Pós-Graduação em Comunicação pela UFPR (2016) na linha de pesquisa em Comunicação, Política e Atores Coletivos. Sua ênfase está no estudo em comunicação política e opinião pública em televisão e nas redes sociais digitais.

Adriana Cedillo




(http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/13444464_10153802017728845_1993798042_n.jpg)Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (2016) da linha Comunicação, Política e Atores Coletivos. Graduada em Ciências da Comunicação com área de ênfase em Comunicação Política pela Universidad Nacional Autónoma de México (2009). Tem experiência em jornalismo, docência, comunicação interna/externa e assessoria de imprensa em ONG's. Atualmente desenvolve pesquisa em análise do discurso da mídia e em comunicação eleitoral. E-mail adriana.cedillo86@gmail.com

Angieli Maros




(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/angieli4-01.jpg>)Jornalista graduada pela Universidade Federal de Santa Catarina. Cursa mestrado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFPR, na linha de Comunicação e Política. Na dissertação, trabalha a imagem da América Latina nos jornais brasileiros, sob orientação da Prof. Dra. Luciana Panke. Tem experiência como repórter, profissão em que atua desde 2012, e interesse em temas voltados para a interface comunicação, política e América Latina.

Vitor Matheus Beira Machado



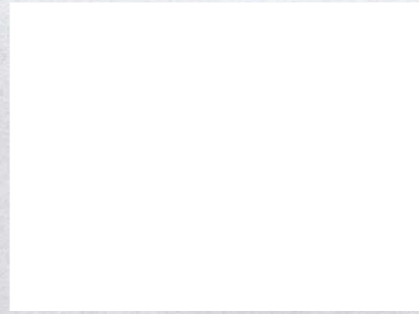
(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/foto1.png>) Estudante da graduação em Comunicação Social (habilitação: Relações Públicas) na Universidade Federal do Paraná. Participa da Iniciação Científica no grupo de pesquisa Comunicação Eleitoral. Possui interesse em no estudo de questões de gênero na comunicação eleitoral.

Daiane Alcía Lohse

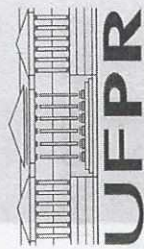


(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/Daiane-01.jpg>) Estudante da graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda na Universidade Federal do Paraná. Interessada por questões de gênero, comunicação e política.

Érica Cristina Verderio Bianco



(<http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2015/05/érica.jpeg>)Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFPR, na linha de Comunicação e Política. Graduada em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (2006). Atualmente, pesquisa mitos políticos e sua relação com a construção da identidade de candidatos a cargos majoritários. Trabalha na área de Assessoria de Imprensa no serviço público desde 2006.



(<https://www.ufpr.br/>)



(<http://www.sacod.ufpr.br/porta/comunicacaomestrado/documentos-ppgcom/>)

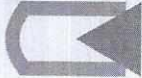


(<http://www.unisinos.br/>)



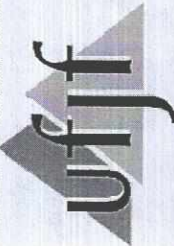
Casa abierta al tiempo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Cuajimalpa

(<http://www.cua.uam.mx/>)



UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SÃO JOÃO DEL-REI

(<http://www.ufsj.edu.br/>)



(<http://www.ufjf.br/>)



UNOCHAPECÓ

(<https://www.unochapeco.edu.br/>)

O MOVIMENTO #YOSOY123 E O SEU IMPACTO NAS ELEIÇÕES DE 2012 NO MÉXICO.

The #Yosoy132 movement and its impact on the 2012 elections in Mexico

El movimiento #Yosoy132 y su impacto en las elecciones de 2012 en México

Edgar Esquivel

Professor da Universidad Autónoma Metropolitana - Cuajimalpa/México.

Email: eesquivel@correo.cua.uam.mx

Gladys Ortiz Henderson

Universidad Autónoma Metropolitana - Lerma

Email: g.ortiz@correo.ler.uam.mx

Resumo

Este trabalho surge de uma pesquisa que se desenvolveu no seminário de Comunicação Política da Universidade Autónoma Metropolitana, unidade de Cuajimalpa. Tem como um dos seus objetivos conhecer e analisar as causas que deram origem ao movimento juvenil #Yosoy132, assim como também, as suas repercussões no plano político, sociocultural e tecnológico. Iniciamos com um estabelecido marco histórico, no qual se analisa o papel que cumprem os jovens no México como agentes da participação política desde os movimentos juvenis dos anos 1960 até chegar a aparição do movimento denominado #Yosoy132. A finalidade é estabelecer um referente sociológico para uma melhor compreensão do fenómeno a partir da sua comparação com outros tipos de manifestações juvenis desde a segunda metade do século XX até o presente. Em seguida, elaboramos uma sessão em que se descreve o clima político e social que se viveu no México ao longo dos anos de 2011 e 2012, temporalidade na qual se desenvolveu o processo prévio às eleições presidenciais, que ocorreram no mês de julho de 2012.

Palavras-chave: Jovens. Participação política. Internet. Processo eleitoral 2012.

Abstract

This work emerges from a research developed in the seminar of Political Communication at the Autónoma Metropolitana University, in Cuajimalpa. One of its objectives is to know and to analyze the causes that gave rise to the youth movement #Yosoy132, and also, its repercussions on the political, socio-cultural and technological fields. The article starts with a limited historical framework in which is analyzed the role played by youth in Mexico as agents of political participation from the youth movements of the 1960s until the emergence of the movement called #Yosoy132, in order to establish a sociological point of reference for a better understanding of the phenomenon from its comparison with other youth demonstrations since the second half of the Twentieth century to the present. Then, we developed a section in which is described the political and social climate experienced in Mexico during the years of 2011 and 2012, prior to the presidential elections, which occurred in July 2012.

Key words: Youth. Political participation. Internet. Electoral process 2012.

Resumen

Este trabajo surge de una investigación que se desarrolló en el seminario de comunicación política de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Cuajimalpa. Tiene como uno de sus objetivos el conocer y analizar las causas que dieron origen al movimiento juvenil #Yosoy132, así como también, sus repercusiones en los planos político, sociocultural y tecnológico. Iniciamos con un acotado marco histórico en el que se analiza el papel que han jugado los jóvenes en México como agentes de participación política desde los movimientos juveniles de los años 60s hasta llegar a la aparición del movimiento denominado #Yosoy132, con la finalidad de establecer un referente sociológico para una mejor comprensión del fenómeno a partir de su comparación con otro tipo de manifestaciones juveniles desde la segunda mitad del siglo XX y hasta el presente. A continuación elaboramos un apartado en el que se describe el clima político y social que se vivió en México a lo largo de los años 2011 y 2012, temporalidad en la que se desarrolló el proceso previo a las elecciones presidenciales que culminarían en el mes de julio del 2012.

Palabras claves: Jóvenes. Participación política. Internet. Proceso electoral 2012.

ANTOLOGÍAS
PARA EL ESTUDIO
Y LA ENSEÑANZA
DE LA CIENCIA POLÍTICA

*Régimen político, sociedad civil
y política internacional*

Volumen II

HERMINIO SÁNCHEZ DE LA BARQUERA Y ARROYO
Editor



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS
MÉXICO, 2017

CAPÍTULO 16

LA SOCIEDAD CIVIL*

Edgar ESQUIVEL SOLÍS
Carlos CHÁVEZ BECKER

SUMARIO: I. *Definición*. II. *Historia, teoría y crítica*. III. *Líneas de investigación y nuevos desafíos*. IV. *Bibliografía*.

I. DEFINICIÓN

Actualmente no existe una definición unívoca y plenamente aceptada por la comunidad académica sobre el concepto de Sociedad Civil (SC en lo sucesivo). Por el contrario, es una noción que enfrenta un importante nivel de polisemia, vaguedad e imprecisión. La falta de consenso en cuanto a su significado puede ser producto de la disputa entre corrientes político-ideológicas históricamente contradictorias, o simplemente, la confrontación de argumentos de diferentes tradiciones académicas. En todo caso, lo importante es reconocer que hoy en día es una categoría en disputa que se encuentra lejos de alcanzar un acuerdo en cuanto a su definición.

Pese a ser un objeto de investigación y análisis muy difuso, dinámico, cambiante, flexible y ubicuo, ha visto multiplicado su uso de manera exponencial hasta colocarse como un concepto de primera importancia tanto en el lenguaje académico de las ciencias sociales como en los discursos y documentos de actores políticos e instituciones a nivel global y nacional.

De las diversas interpretaciones del concepto que surgen a partir de las tradiciones que las postulan, podemos sin embargo, destacar sus coincidencias o puntos mínimos de acuerdo:

1. La noción SC se refiere a un conglomerado heterogéneo, diverso y continuamente divergente de actores y sujetos sociales que actuando

* Este texto fue entregado *ex professo* para su publicación en este volumen (nota del editor).

Fernando Rafael Castañeda Sabido
Laura Baca Olamendi
Alma Imelda Iglesias González
Coordinadores

Léxico de la vida social

Universidad Nacional Autónoma de México
Editores e Impresores Profesionales, S.A. de C.V.



SITESA
Editores e Impresores Profesionales
EDIMPRO, S.A. de C.V.

2016

	Cultura de masas	168		Estado interventor	264
	Regina Crespo			Gabriel Campuzano Paniagua	
D	Deliberación	171	F	Familia	269
	Fernando Castaños Zuno			Fátima Fernández Christlieb	
	Democracia directa	176		Familia y diversidad	273
	Rodrigo Páez Montalbán			Rosario Esteinou	
	Democracia económica	180		Familias e intercambios	280
	Alejandra Salas-Porras			Cecilia Rabell	
	Democracia representativa	186		María Eugenia D'Aubeterre	
	Gerardo Cruz Reyes		G	Género	285
	Democratización política	191		Marta Lamas	
	José Luis Velasco Cruz			Gerencia social	291
	Derechos de los jóvenes	197		Miguel Ángel Márquez Zárate	
	Alma Iglesias González			Globalización	295
	Derechos humanos	203		Ruslan Vivaldi Posadas Velázquez	
	Ariadna Estévez López			Gobernabilidad	301
	Derechos políticos	208		Alfonso Arroyo Rodríguez	
	Alma Iglesias González			Gobernanza	305
	Desigualdad	214		Carlos Chávez Becker	
	María Cristina Bayón			Edgar Esquivel Solís	
	Discurso	218		Gobierno democrático	311
	Fernando Castaños Zuno			Jorge Márquez Muñoz	
E	Ecología política	226	H	Hegemonía del Estado	317
	Mina Lorena Navarro Trujillo			Massimo Modonesi	
	Educación	231		Jesús Suaste	
	Georgina Paulín Pérez			Hermenéutica	321
	Gabriel Siade Paulín			Rosa María Lince Campillo	
	Ejercicio del poder	239		Heteronomía	332
	Fernando Ayala Blanco			Silvana Rabinovich	
	Epistemología social	243		Historia cultural	336
	Adriana Murguía Lores			Mauricio Sánchez Menchero	
	Espacio académico	247		Humanidad	344
	Humberto Muñoz García			Georgina Paulín Pérez	
	Espacio público	252		Julio Horta	
	Ricardo Uvalle Berrones			Gabriel Siade Paulín	
	Estado de bienestar	258	I	Ideología	352
	Rina Marissa Aguilera Hintelholher			Julio Muñoz Rubio	
				Iglesia	355
				Hugo José Suárez	

El encuadre (*framing*) de las propuestas en las campañas políticas de México 2015. Un análisis de los *spots*

Autor anónimo

RESUMEN:

Este trabajo tiene como objetivo el análisis del encuadre (*framing*) de los *spots* en las campañas políticas en México 2015. La elección política de ese año fue intermedia en la gestión del gobierno federal que inició en 2012 y concluye en diciembre de 2018. La importancia de la contienda electoral radicó en que se considera una suerte de referéndum sobre el desempeño del gobierno y perfila los probables escenarios de la elección 2018. En 2015 se renovó el poder ejecutivo en gobiernos estatales, congresos locales, alcaldías y en la Cámara baja en su totalidad. Las estrategias comunicativas plasmadas en los encuadres (*framing*) de los *spots* nos permiten identificar las líneas discursivas y propuestas de campaña de los partidos políticos contendientes del proceso electoral intermedio 2015 en México. El método de análisis utilizado nos permitió identificar los marcos visual, verbal y sonoro, a partir del análisis y clasificación de los *spots* de los partidos políticos mismos que analizamos en su narrativa para identificar los encuadres utilizados para finalmente presentar los hallazgos.

PALABRAS CLAVE: encuadre (*framing*), *spots*, campañas políticas, comunicación política y elecciones.

TITULO: O enquadramento das propostas nas campanhas políticas de México 2015. Uma análise dos *spots*.

RESUMO:

O objetivo deste trabalho é analisar o enquadramento (*framing*) dos *spots* das campanhas políticas no México em 2015. A eleição daquele ano foi intermediária na gestão do governo federal, que começou em 2012 e concluiu em dezembro de 2018. A importância da contenda eleitoral baseou-se no que é considerado uma espécie de referendo sobre o desempenho do governo e delinea os prováveis cenários da eleição de 2018. Em 2015, o poder executivo foi renovado através dos governos estaduais, congressos locais, prefeitos e a totalidade da câmara baixa. As estratégias de comunicação incorporadas nos enquadramento (*framing*) das propagandas permitem identificar as linhas discursivas e as propostas de campanha dos partidos políticos no processo eleitoral intermediário de 2015 em México. O método de análise permitiu identificar os enquadramentos visuais, verbais e sonoros a partir da análise e classificação de spot dos mesmos partidos políticos analisados em sua narrativa para identificar os enquadramentos utilizados e, finalmente, apresentar os resultados.

Palavras-chave: enquadramento (*framing*), *spots*, campanhas políticas e eleições

TITLE: "Framing of proposals in political campaigns in Mexico 2015: An analysis of the spots."

ABSTRACT:

This paper is aimed to analyze the framing of the spots involved in the political campaigns in Mexico in the year of 2015. The political election in 2015 was an intermediate one, since the federal government started governing in 2012, and will conclude the administration in 2018. The importance of this electoral contest, an intermediate one, is based on the assumption that an intermediate election is considered such as a referendum on the federal government performance, and it can outline the probable stage for the 2018 election. In 2015 the executive positions were renovated in state government, local congresses, counties and Chamber of Deputies. The communicative strategies included in the framing of the spots let us identify the discursive lines and campaign proposals of the political parties that contend in the intermediate electoral process in Mexico in 2015. The method of analysis used made possible identify the visual and the verbal framework, as well the sound frame; all those categories were studied from the analysis and classification of each of the political parties spots focused in their narrative in order to identify the framework used and finally show the findings.

KEY WORDS: framing, spots, political campaigns, political communication, elections.



Submissões

Submissões

Fila Arquivos

Ajuda

Minhas Submissões Designadas

Nova Submissão

Q Buscar

5814 **Edgar Esquivel Solís**

Encuadre de las campañas El encuadre (framing) de las propu...

Avaliação

0/0

1 de 1 submissões

Aproximaciones al campo de la Comunicación Política en México

**Edgar Esquivel
(Coordinador)**

Aproximaciones al campo de la Comunicación Política en México

INDICE:

Capítulo 1. “Jóvenes, participación política y usos de internet: reflexiones en torno al movimiento #Yosoy132 y las elecciones de 2012 en México”.

Edgar Esquivel S. y Gladys Ortiz H.

- a. Antecedentes
- b. Participación política y jóvenes en México: un breve recuento histórico
- c. Contexto del proceso electoral 2012 en México
- d. El surgimiento del movimiento #Yosoy132
- e. Internet, redes sociales y el movimiento #Yosoy132.
- f. Reflexiones finales.

Capítulo 2. Comunicación política electoral en México. El uso estratégico del spot en la campaña de Enrique Peña Nieto 2012.

Edgar Esquivel S. y Alicia Portillo

- a. Antecedentes del modelo de comunicación política electoral en México.
- b. El arribo del marketing político y el retorno del PRI.
- c. ¿Quién es EPN?
- d. El spot en la estrategia de campaña de EPN.
- e. A manera de cierre.

Capítulo 3. Elección intermedia en México 2015. Análisis de las propuestas en las campañas políticas.

Edgar Esquivel S.

- a. Del encanto democrático.
- b. Modelo de comunicación política 2015.
- c. Los mensajes de los partidos.
- d.

Capítulo 4. La imagen de los candidatos presidenciales en la elección 2018 México

Edgar Esquivel S.

- a.
- b.