



## TALLER “COMO GESTIONAR LA COMUNICACIÓN ANTE UNA CRISIS DIGITAL”

**COORDINACIÓN:** Lic. Beatriz Rocha Cárdenas

Este taller lo imparten docentes y consultores en temas especializados de consultoría, comunicación digital y comunicación política. Egresados de la Universidad Autónoma de Querétaro y con experiencia en los temas de comunicación.

**DIRIGIDO A:** Comunidad estudiantil de las carreras afines a Ciencias Sociales y Humanidades. Profesionistas, empresarios, comerciantes, etc. Dedicados a los rubros de la iniciativa privada, gobierno, organizaciones de la sociedad civil. Consultores que brindan servicio de asesoría a la iniciativa pública y privada.

**OBJETIVO GENERAL:** El participante del taller será capaz de realizar un análisis de la organización o proyecto en el que participa, con el fin de detectar situaciones de riesgo, internas y externas, que puedan convertirse en una crisis. Aprenderá a identificar cualquier situación de crisis que se presente en un ámbito local y regional y tendrá la capacidad de actuar ante esa crisis, para desarrollar una intervención precisa, con las herramientas correctas de modo que no afecte a la reputación de la institución que representa.

### OBJETIVOS PARTICULARES:

- Aplicar herramientas de monitoreo que permitan conocer el panorama local y regional a fin de detectar una posible crisis.
- Detectar riesgos potenciales de la organización inherentes a su actividad, a través de técnicas de análisis organizacional.
- Identificar que es una crisis, los tipos existentes y cuáles son sus orígenes.
- Gestionar, mediante un modelo estructurado el manejo de una crisis.
- Planear, diseñar, ejecutar y evaluar el protocolo de actuación de crisis digitales a través de un diagrama de flujo.

**FECHAS:** Inicia: 24 de septiembre 2022 / Finaliza: 17 de diciembre 2022

### HORARIOS:

Trabajo en plataforma durante la semana  
Sábado 10:00 a 13:00 hrs. (sesión presencial)

**HORAS TOTALES:** 40 Hrs.

**MODALIDAD:** Híbrido

**NÚMERO DE PARTICIPANTES (MÍNIMO PARA ABRIR EL GRUPO):** 10 estudiantes

\*La apertura del taller/diplomado/curso está sujeta al número de participantes

**OPCIÓN A TITULACIÓN:** No aplica

**COSTO:** \$9,500 (público en general) / \$8,000 (comunidad UAQ)





- Opciones de pago PÚBLICO EN GENERAL
  - Pago en dos exhibiciones
  - Fecha límite del primer pago y cierre de inscripciones: 21 de septiembre / \$4,750
  - Fecha límite del segundo pago: 31 de octubre / \$4,750
  
- Opciones de pago COMUNIDAD UAQ
  - Pago en dos exhibiciones
  - Fecha límite del primer pago y cierre de inscripciones: 21 de septiembre / \$4,000
  - Fecha límite del segundo pago: 31 de octubre / \$4,000

\*Las fichas de pago se descargan directamente en: <https://fcps.uaq.mx/index.php/educon>

## TABLA DE CONTENIDOS

Unidades o Módulos	Dinámicas o Actividades
<b>Unidad 1:</b> ¿Qué es y qué no es una crisis?	-Lecturas. -Investigación de definición. -Participación en clase.
<b>Unidad 2:</b> Fake News: el latente riesgo de generar crisis digitales	-Lecturas. -Investigación de ejemplos. -Participación en clase.
<b>Unidad 3:</b> 8 pasos efectivos para la gestión de crisis	-Lecturas. -Avances de trabajo final. - Participación en clase
<b>Unidad 4:</b> Estudios de caso en la gestión de una crisis digital	-Lecturas. -Exposición de un estudio de caso por equipos. -Participación en clase

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Almansa-Martínez, Ana y Ponce, Damián G. (2021): Comunicación de crisis en entornos digitales. Revista Más Poder Local, 46: 14-24., <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8095683.pdf>
- Alonso, M. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación. 29-52. 10.12795/Ambitos.2019.i45.03.
- Bobbio, N., (1996), Estado, gobierno y sociedad, Fondo de Cultura Económica.
- Castells, M. (2009) Comunicación y Poder, Alianza Editorial.



- Congope, (Diciembre, 2020) Comunicación política y gestión de crisis, herramientas para enfrentar los desafíos pos pandemia, Territorio. <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2021/01/Revista-Territorios-12-baja-calidad-6.pdf>
- Calderón, P., (2009), Teoría de conflictos de Johan Galtung, Revista de Paz y Conflictos, núm. 2, Universidad de Granada, pp 60-81, <https://www.redalyc.org/pdf/2050/205016389005.pdf>
- Calleja-Reina, M. A., Paniagua Rojano, F. J., & Victoria Mas, J. S. (2018). Herramientas digitales y Comunicación de Crisis: El papel de las redes sociales según la voz de los expertos (2015). Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 24(2), 1147-1167. <https://doi.org/10.5209/ESMP.62206>
- García Carpintero, G. (1). La crisis desde la teoría de sistemas. Claridades. Revista De Filosofía, 1(1), 100-106. <https://doi.org/10.24310/Claridadescrf.v1i0.3944>
- De Andreal, F. (2021), Las noticias falsas (fake news): su impacto en los sistemas políticos contemporáneos y algunos de los mecanismos jurídicos y mediáticos para su control, UNAM, <https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/hechos-y-derechos/article/view/16498/17165>
- Galarza Molina, R. (2021). Percepciones y estrategias ciudadanas ante las fake news en Nuevo León, México. Virtualis, 12(22), 137-164. doi:<https://doi.org/10.2123/virtualis.v12i22.339>
- Islas, O., Hernández, G., (2013), Investigando la comunicación en crisis, Razón y Palabra, <http://www.razonypalabra.org.mx/LibroCrisis/Crisis.pdf>
- Juárez, R., Adame, C., y Palacios, C., (2019) Reporte sobre las campañas de desinformación, "Noticias Falsas (Fake News)" y su impacto en el derecho a la libertad de expresión, CNDH, <https://www.cndh.org.mx/sites/default/files/documentos/2019-11/Reporte-Noticias-Falsas-Impacto.pdf>
- Mucito, E. Fischer, L. (2018), MANEJO DE CRISIS DE MARCA EN REDES SOCIALES CASO: LA COSTEÑA, UNAM, <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2018/14.06.pdf>
- Observatorio de crisis, (2020), "Definiendo el concepto de crisis" Universidad de Santiago de Chile, [https://www.fahu.usach.cl/sites/fahu/files/paginas/articulo\\_concepto\\_de\\_crisis\\_2021.pdf](https://www.fahu.usach.cl/sites/fahu/files/paginas/articulo_concepto_de_crisis_2021.pdf)
- Parente, G., (2016) Teoría de la crisis, Universidad de San Pablo, [https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/12754/CC-84\\_art\\_10.pdf?sequence=1](https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/12754/CC-84_art_10.pdf?sequence=1)





- Pérez, G., (2019) Manejo de Crisis Digitales: ¿Por Qué Contratar Especialistas En Manejo De Crisis?, Facultad, <https://www.andreselias.com/2019/10/24/manejo-de-crisis-digitales-por-que-contratar-especialistas-en-manejo-de-crisis/>
- Riorda, M. (2011) “Gestionando certidumbres: la comunicación de crisis no es comunicación gubernamental, electoral ni de riesgo” en Elizalde, Luciano, Fernández Pedemonte, Damián y Riorda, Mario (2011) La gestión del disenso: la comunicación gubernamental en problemas, La Crujía.
- Rodríguez-Ferrándiz, Raúl (2019). “Posverdad y fake news en comunicación política: breve genealogía”. El pro-fesional de la información, v. 28, n. 3, e280314. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.14>
- Universidad Pontificia, (2021) LA GESTIÓN DE LAS CRISIS DE REPUTACIÓN: EL CASO ‘BARÇAGATE’  
[https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/46744/TFG\\_201606124.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/46744/TFG_201606124.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

#### CRITERIOS DE ACREDITACIÓN:

Cumplir con más del 80% de asistencia a las sesiones

Obtener una calificación final mínima de 8.0 para la acreditación

- 10% Tareas
- 10% Asistencia
- 30% Participación en Clase
- 50% Trabajo Final

#### INFORMES E INSCRIPCIONES:

<https://fcps.uaq.mx/index.php/educon>

Correo de Educación Continua: [educacioncontinua.fcps@uaq.mx](mailto:educacioncontinua.fcps@uaq.mx)

Tel. (442) 1 92 12 00 /Ext. 5472 (L-V de 9:00 a 15:30 hrs.)

Facebook: <https://www.facebook.com/EDUCACONFCPSUAQ>

