



DATOS GENERALES

- o Fechas de aplicación: 14 de diciembre
- o Nombre del profesor(a): Katya Itzel Hernández Zavala
- o Correo electrónico del profesor (a): katyahernandez@politicas.unam.mx
- o Clave de la materia: 2004
- o Nombre de la materia: Análisis y construcción de la imagen política
- o Licenciatura: Ciencias de la comunicación
- o Semestre al que pertenece: 6, 7, 8
- o Carácter de la materia: optativa
- o Número de créditos: 8

TEMARIO

- **UNIDAD 1. LA COMUNICACIÓN GRÁFICA Y SUS MANIFESTACIONES POLÍTICAS**

TEMARIO

- 1.1 Política, democracia, mensajes políticos y opinión pública: medios y expresión política.
- 1.2 Clasificación de la expresión gráfica en la comunicación política: libro, prensa, cartel, caricatura y cómic, fotografía y fotomontaje, imagen digital.
- 1.3 Orígenes y evolución histórica de la expresión gráfica.
- 1.4 Filosofía y arte en la expresión gráfica

BIBLIOGRAFÍA UNIDAD 1:

- Pizarroso Quintero, Alejandro. (1999). La historia de la propaganda: una aproximación metodológica. Madrid: Historia y Comunicación Social nº 4. 145-171.
- Vico Sánchez, M; Lepe, J. C. (2019). El género del cartel político: sus principales características. Brazilian Journal of Information Design. 296-308
- Espino Sánchez, G. (2014). La política en internet: ¿de la mediatización a la convergencia digital. Revista de Ciencias Sociales. UAQ. Pp. 39-63
- Paulo Carlos López-López, Paloma Castro Martínez y Pablo Oñate. (2020) Agenda melding y teorías de la comunicación: la construcción de la imagen de los actores políticos en las redes sociales

- **UNIDAD 2. PERCEPCIÓN Y REPRESENTACIÓN**

TEMARIO



- 2.1 Factores de la percepción.
- 2.2 Estructura visual y funciones de la imagen: Humor, sátira constructiva y destructiva.
- 2.3 Trasgresión y censura.
- 2.4 Usos frecuentes y formas de propaganda política.

BIBLIOGRAFÍA UNIDAD 2:

- Orejuela, Sandra. (2009). Personalización política: la imagen del político como estrategia electoral. Revista de comunicación p. 60-83.
- Amador Cardona, Paula. (2017) ¿Todo entra por los ojos? Comunicación visual para la política. En Manual de Marketing Político. Colombia: Ediciones USTA
- Arias Mejía, Claudia. (2017) Identidad de marca en campañas políticas. En Manual de Marketing Político. Colombia: Ediciones USTA
- García Virginia (2014), Estereotipos de género y liderazgo femenino. VI Congreso Internacional de investigación y práctica profesional en psicología. Bs. As. Argentina.
- Cuadrado Isabel, (2011). Perspectivas psicológicas sobre la implicación de la mujer en política.

- **UNIDAD 3. USOS SOCIALES Y POLÍTICOS DE LA IMAGEN**

TEMARIO

- 3.1 Epistemología de análisis: empirismo, positivista, dialéctico, fenomenológico, hermenéutico, pragmatismo.
- 3.2 Relación entre la realidad y los estilos de la imagen política: Testimonio o cliché
- 3.3 Carácter artístico, ideológico y político de la imagen política.
- 3.4 Calidad y contenido en la fotografía política.
- 3.5 La imagen política como instrumento de lucha, denuncia o Folclore.

BIBLIOGRAFÍA UNIDAD 3:

- Uriarte, E. (2001). La crisis de la imagen de la política y de los políticos y la responsabilidad de los medios de comunicación. Revista de Estudios Políticos. Pp 45-65.
- Ana Aymá (2020) Imagen, política y género. Los retratos de Cristina Fernández y Mauricio Macri en las tapas de Noticias
- Soler, L; Gómez, M. (2018). #makeamericahateagain. Análisis del discurso político de Donald Trump en Twitter. Alcance Revista Cubana de Información y Comunicación. PP 153-172.
- Dixon Vladimr Olaya. (2020). Las imágenes de las víctimas del conflicto armado en la revista Semana: políticas, significados culturales y visibilización
- Gutiérrez, Silvia. (2007). La construcción de la imagen de López Obrador en los medios.



- **UNIDAD 4. PRODUCCIÓN DEL MENSAJE POLÍTICO**

TEMARIO

- 4.1 Rasgos característicos de los mensajes políticos.
- 4.2 Estrategias en la realización de la comunicación política.
- 4.3 Diseño y producción para medios impresos.
- 4.4 Diseño y producción para medios electrónicos.

BIBLIOGRAFÍA UNIDAD 4:

- Bryan McLaughlin, John A. Velez & Joshua A. Dunn (2019) The political world within: how citizens process and experience political narratives, Annals of the International Communication Association, 43:2, 156-172,
- Calderón Sánchez, Dulfary. (2017). Guía para la planificación de la campaña. En Manual de Marketing Político. Colombia: Ediciones USTA

ENSAYO Y PRESENTACIÓN EJECUTIVA

Ensayo: El alumno debe entregar un ensayo crítico en el que aborde las primeras tres unidades.

En el ensayo el alumno deberá ser capaz de explicar y reflexionar sobre:

1. El desarrollo histórico y la estructura de los géneros gráficos en la Comunicación política
2. Identificar las diferentes funciones de la imagen política y cómo se construye el mensaje político
3. Analizar la respuesta que tienen los medios masivos de comunicación y la opinión pública en la construcción de la imagen política.

- **INSTRUCCIONES PARA EL ALUMNO**

Ensayo: Mínimo 10 y máximo 12 cuartillas; en éste se deben citar mínimo seis lecturas de la clase. No hacer caratula, sólo colocar nombre completo y correo en la esquina superior derecha. Tomar en cuenta que las referencias no se contabilizan en la extensión.

- **Formato:** Times New Roman, 12 puntos, interlineado 1.5, justificado. Citas y referencias en Formato APA 7ma generación.

Presentación: el alumno deberá elegir a una institución o programa públicos que considere necesita mejorar su comunicación. En la presentación se desarrollarán los siguientes rubros:



1. Descripción de la institución o programa público (¿quién es y qué hace?)
2. Describir su necesidad comunicativa (¿por qué y en qué aspectos debe mejorar?)
3. Definir objetivo general comunicativo (1) y objetivos particulares (3) (estos responden a la pregunta ¿qué voy a comunicar?)
4. Definir líneas de acción comunicativa (mínimo 3) (éstas responden a la pregunta: ¿cómo lo comunicaré?)
5. Definir público al que va dirigido; tono y lenguaje de la comunicación (justificar elección)
6. Propuesta gráfica (mínimo 3 piezas de comunicación, una por cada objetivo comunicativo; puede ser imagen fija, infografía, vídeo, reel o historia de Instagram, video de tik tok). *Justificar elección

- **INSTRUCCIONES PARA EL ALUMNO**

Formato de la presentación: Tipo ejecutiva, es decir, clara, breve y concisa. No más de dos diapositivas por rubro. Realizar en canva: descargar en PDF y, además, adjuntar el link. Es importante conceder los permisos necesarios para su visualización. Las propuestas gráficas deberán estar dentro de la presentación y, además, enviarse como archivos adjuntos al correo.

***EL ENSAYO Y LA PRESENTACIÓN DEBERÁN SERÁN ENVIADOS ANTES DEL 14 DE DICIEMBRE AL CORREO: katyahernandez@politicass.unam.mx**

CRITERIOS DE ACREDITACIÓN

- El ensayo vale 50% y la presentación 50% de la evaluación
- **EL ENSAYO NO DEBERÁ SER UN RESUMEN DE LAS LECTURAS**
- Es muy importante destacar que en ambos casos se busca la reflexión del estudiante, por lo que, un trabajo carente de reflexión disminuirá considerablemente la evaluación.
- Asimismo, la ortografía y redacción en ambos trabajos será un rubro por evaluar, por lo que los errores en esta área podrían causar una disminución en la calificación.