



Datos generales
○ Periodo de Examen Extraordinario: Del 24 al 31 de enero de 2026 ○ Fechas de aplicación: A distancia del 24 al 31 de enero de 2026 ○ Nombre del profesor(a): María del Pilar Schiaffini Hernández ○ Correo electrónico del profesor (a): mpschiaffini@politicas.unam.mx ○ Clave de la materia: 2004 ○ Nombre de la materia: Análisis y Construcción de la Imagen Política ○ Licenciatura: Ciencias de la Comunicación ○ Semestre al que pertenece: 06; 07; 08. ○ Carácter de la materia (obligatoria u optativa): optativa ○ Número de créditos: 8
Características del examen
• Temario • Unidad 1. La comunicación gráfica y sus manifestaciones políticas • Unidad 2. Percepción y representación • Unidad 3. Usos sociales y políticos de la imagen • Unidad 4. Producción del mensaje gráfico Contenidos a evaluar Desarrollo de 4 ensayos, 1 actividad y un ejercicio correspondiente sobre cada una de las temáticas. • Bibliografía básica Ensayo 1. Hernáiz Blázquez, Juan Ignacio, Historia de la comunicación social: de Altamira a Parque Jurásico. España: Editorial Universitas, S.A. 272pp Durandín, 2009.: https://www.academia.edu/37818156/EVOLUCI%C3%93N_DE_LAS_T%C3%89CNICAS_Y_ESTILOS_DE_REPRESENTACI%C3%93N_GR%C3%81FICA Sánchez, J. (2018). Los 10 Conceptos Clave Sobre La #ComPol 2018 De Javier Sánchez Galicia. En: https://politicacomunicada.com/javier-sanchez-galicia-y-sus-10-conceptos-clave-sobre-la-compol-2018/; Reflexiones sobre la comunicación política. En: https://www.redalyc.org/pdf/676/67618934007.pdf



Ensayo 2:

Sulbarán, E. (2001). *Análisis de la imagen y su importancia en la formación del comunicador visual* En http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-00872001000200004

Dondis D. A. (1998). *La sintaxis de la imagen*. México: Gustavo Gilli. pp. 9 - 25 https://ggili.com/media/catalog/product/9/7/9788425229299_inside.pdf

Ensayo 3.

Buenrostro, C. (2018). *La fotografía: de la imagen fiel de la realidad, a la imagen transdimensional*. En: https://www.revista.unam.mx/wp-content/uploads/v19_n2_a4.pdf

García, N. (2008). *La recepción de la imagen de las mujeres en los medios: una aproximación cualitativa*. En: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2008000200005

Ensayo 4.

Teoría y práctica de la propaganda. México: Grijalbo. pp. 29-41 Disponible en <https://es.scribd.com/doc/50336473/Teoria-y-Practica-de-La-Propaganda> electorales. En: https://infotec.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1027/481/1/INFOTEC_MDETIC_EGD_1904_2021.

Screti, F. (2012). *Publicidad y propaganda: terminología, ideología, ingenuidad*. En http://www.razonypalabra.org.mx/varia/N78/2a%20parte/40_Screti_V78.pdf

Bibliografía complementaria:

Castells, M. (2013). *Comunicación y poder*. Oxford, University Press.

- Tufekci, Z. (2017). **Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest**. Yale University Press.



- **Recurso de evaluación**

- Instrucciones para el alumno.

Deberá leer la bibliografía, elaborar un ensayo; una actividad sobre ese ensayo y un ejercicio (las indicaciones de los ejercicios están integradas en su explicación).

- Características de presentación de los trabajos (extensión, tipo de letra, espaciado, formato). Cada uno de los ensayos constará de no más de 5 cuartillas en formato Word en arial 12 y espaciado de 1.5. Igualmente, el material escrito, tanto de las actividades como los ejercicios tendrán formato de arial 12 y espaciado de 1.5.

Examen

El examen extraordinario consistirá en la lectura de toda la bibliografía básica especificada, así como la que se considere conveniente, a fin de desarrollar un ensayo por temática, su actividad y su ejercicio, que responden a las siguientes nominaciones:

Tema de ensayo 1: Estructura sociopolítica de la democracia representativa contemporánea y la importancia de los géneros gráficos en la Comunicación Política mexicana.

Actividad 1: Infografía sobre importancia de Géneros gráficos para la Comunicación Política.

Ejercicio 1: Análisis crítico de campañas políticas en redes sociales.

Descripción: El estudiante seleccionará una campaña política para una elección local reciente que haya utilizado medios tradicionales y redes sociales digitales como principal medio de comunicación. Deberá analizar:

- Estrategias comunicativas empleadas (uso de hashtags, videos, memes, transmisiones en vivo)
- Elementos presentes (polarización, formación de opinión pública, noticias falsas).

Con toda la información se realizará un informe escrito (3-5 páginas).

Tema de ensayo 2: Connotación política de la percepción y representación de los mensajes visuales.

Actividad 2: Infografía sobre los elementos esenciales de la propaganda

Ejercicio 2. Diario reflexivo sobre tendencias actuales en comunicación política digital

Durante una semana, el estudiante registrará observaciones críticas sobre noticias o fenómenos recientes relacionados con el uso político de las redes sociales.



Con la información, elaboración de análisis personal sustentado en la bibliografía teórica del curso en un diario de 7 cuartillas (una cuartilla por día) que contenga los días de la semana de análisis (lo que mostrará la evolución o no, del pensamiento crítico)

Tema de ensayo 3: Los principales tipos de imágenes políticas a través de las mediaciones en la sociedad contemporánea.

Actividad 3: Infografía sobre elementos de la imagen política y su uso en la mercadotecnia política

Ejercicio 3. Cuestionario estructurado sobre ética y manipulación en redes sociales

Descripción. El estudiante contestará las siguientes preguntas en máximo una cuartilla.

a) “Las redes sociales son herramientas neutrales en la comunicación política.”

b) “La desinformación en redes sociales debe ser regulada estrictamente.”

Los argumentos estarán basados en lecturas académicas y un caso real, actual.

Finalmente se redactará una reflexión de una cuartilla con conclusiones personales.

Tema de ensayo 4: Las estrategias de comunicación política en México

Actividad 4: Mapa conceptual con elementos que integren la comunicación política en una propuesta de imagen política.

Ejercicio 4. El estudiante diseñará una campaña ficticia para promover una causa social o política usando formatos propios de redes sociales digitales (infografía, video en tik tok, tweets).

Producto esperado:

Material gráfico/digital acompañado de un documento explicativo sobre la estrategia comunicativa y su fundamentación en términos de la comunicación política.

Evidencia:

Material creado + reflexión escrita en una cuartilla que demuestre aplicación práctica del conocimiento.

Criterios de acreditación

Los cuatro ensayos deben estar bien redactados, sin faltas de ortografía y/o gramaticales, coherentes, analíticos y deben contener un comentario final; mientras que tanto las actividades



como los ejercicios deberán ceñirse a una imagen clara, visible, legible que muestre el conocimiento adquirido.