

COMUNICACIÓN POLÍTICA

REPASO GENERAL A DISTANCIA

Dr. Miguel Ángel Sánchez de Armas

Comentario

Dada la situación extraordinaria que vivimos, hasta nuevo aviso de las autoridades universitarias vamos a trabajar a distancia. La naturaleza de nuestra materia nos permite trabajar mediante lecturas y textos que ustedes me harán llegar. De ser necesario, programaremos una clase virtual en una plataforma de video. Les informaré en su momento.

Como asignatura general, **relean** los textos titulados “Reflexiones sobre la comunicación política” y “Apuntes para el estudio de la comunicación política” que se encuentran en la carpeta “**14 y 16 de enero**”.

Esta semana daremos un repaso general a la materia. En las siguientes láminas encontrarán un resumen temático tal

Comentario

como lo desarrollamos a lo largo del semestre. En carpetas separadas van los materiales audivisuales y gráficos para su consulta.

En las secciones respectivas incluyo avisos que refieren a las carpetas. Para algunos casos, como el cuadro de la Última Cena, por el nivel de abstracción, les pido que recurran a sus apuntes.

Para la clase del jueves 19 les haré llegar por correo una batería de cinco preguntas que ustedes responderán a **más tardar el sábado 21**.

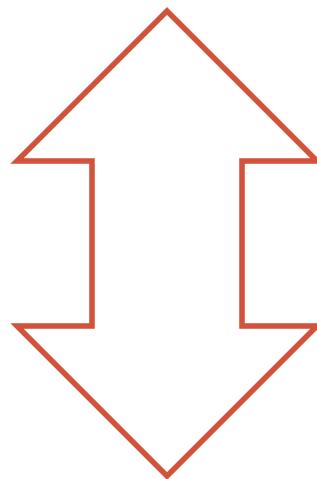
Esto nos dará pie para armar las clases del 24 y 26.

COMENZAR CON LAS LECTURAS:

- *Reflexiones sobre la comunicación política*
- *Apuntes para el estudio de la comunicación política*

La comunicación política

- ❖ Puente entre los objetivos del candidato y el comportamiento electoral de los ciudadanos ...



- ❖ ... y entre los intereses / esperanzas **del votante** y las acciones del candidato

Imperativo conceptual



- Definida
- Conducida
- Evaluada



Estamos hablando de propaganda

Y la propaganda es...

... una muy buena palabra...

¡con muy mala suerte!

Hay un denso bagaje teórico para el estudio de la propaganda, pero su meta es:

Apropiarse de *la mente y el corazón de los hombres*, para comunicar valores sociales y políticos con la esperanza de influir sobre el pensamiento, las emociones y las conductas de sectores determinados de una población.

- ❖ Recurre a **estereotipos** y **elementos emotivos**.
- ❖ Busca crear un sentido de **comunión y hermandad**.
- ❖ **Pone el acento en los enemigos comunes**, en las costumbres ajena y en la inferioridad de los valores de los otros.

La última cena. Cuzco, Perú



FOTO: CORTESÍA DEL CIRCUITO RELIGIOSO

PROPAGANDA ELECTORAL MODELO MÉXICO

**Hubo más de 59 millones
de spots políticos
durante la elección del
2018...**

**Y un *tsunami* informativo
más intenso que el del
Océano Índico en 2004.**

**La causa eficiente es una
clase política ruidosa y en
permanente confrontación,
que se disputa el poder en un
clima social de creciente
desencanto, enojo y
frustración.**

En materia de
propaganda política
no podemos decir
que **todo tiempo**
pasado fue mejor.

Pareciera que
cíclicamente
entramos a guerras
en donde los
ciudadanos somos la
presa a conquistar.

GUERRA DE SPOTS

**VER EJEMPLOS EN
CARPETA ANEXA “SPOTS”**

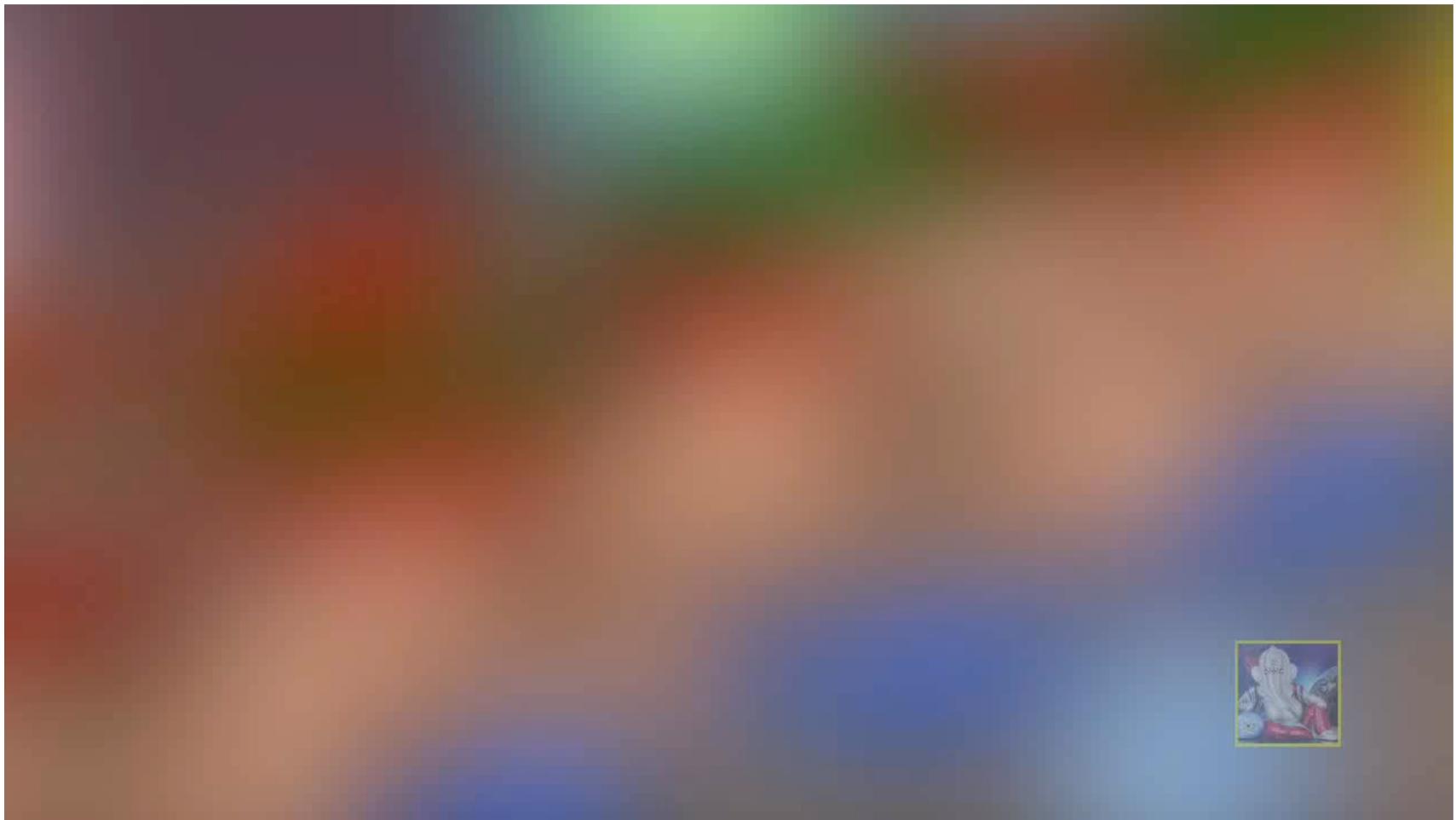
GUERRA DE AUDIOS Y CANCIONES

**VER EJEMPLOS EN
CARPETA ANEXA “AUDIOS”**



GUERRA DE MEMES

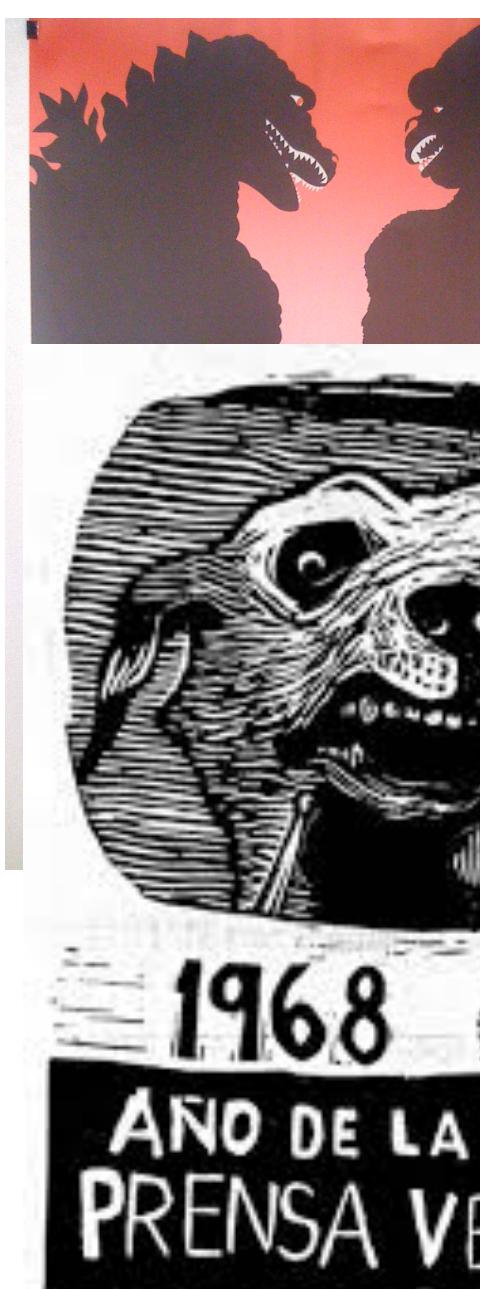
**VER EJEMPLOS EN
CARPETA ANEXA “MEMES”**



GUERRA DE CARTELES

**VER EJEMPLOS EN CARPETA
ANEXA “CARTELES”**





SEGUNDO BLOQUE

ANIMACIONES

**VER EJEMPLOS EN CARPETA
ANEXA “ANIMACIONES”**



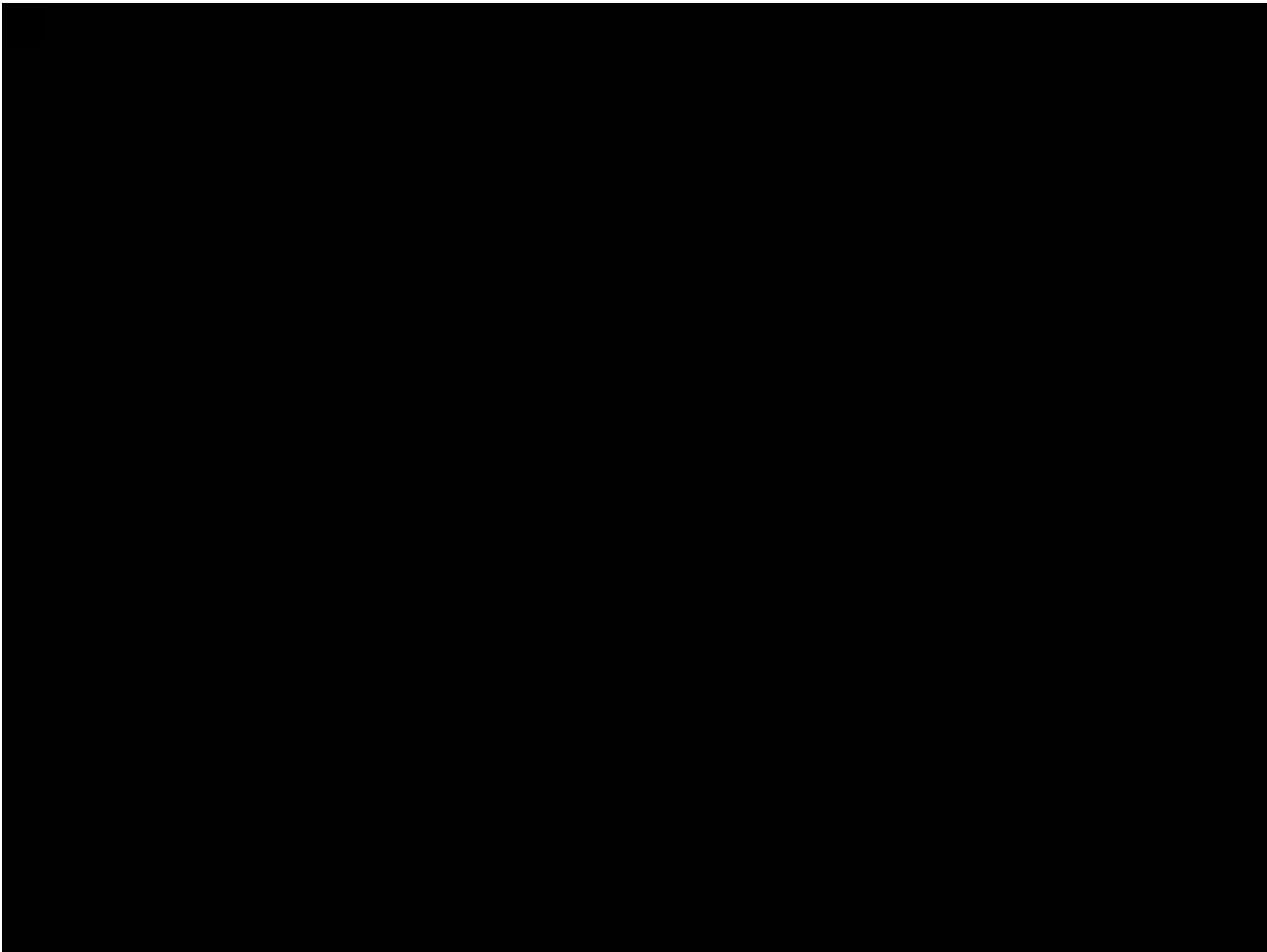
CANCIONES

**VER EJEMPLOS EN CARPETA
ANEXA “CANCIONES”**



CINE

**VER EJEMPLOS EN
CARPETA ANEXA “CINE”**



FIN DEL REPASO
