

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.**

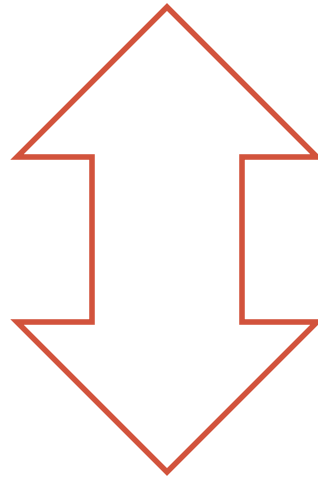
Esto nos dará pie para armar las clases del 24 y 26.

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



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 **comunidad y hermandad**.
- ❖ **Pone el acento en los enemigos comunes**, en las costumbres ajenas 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”

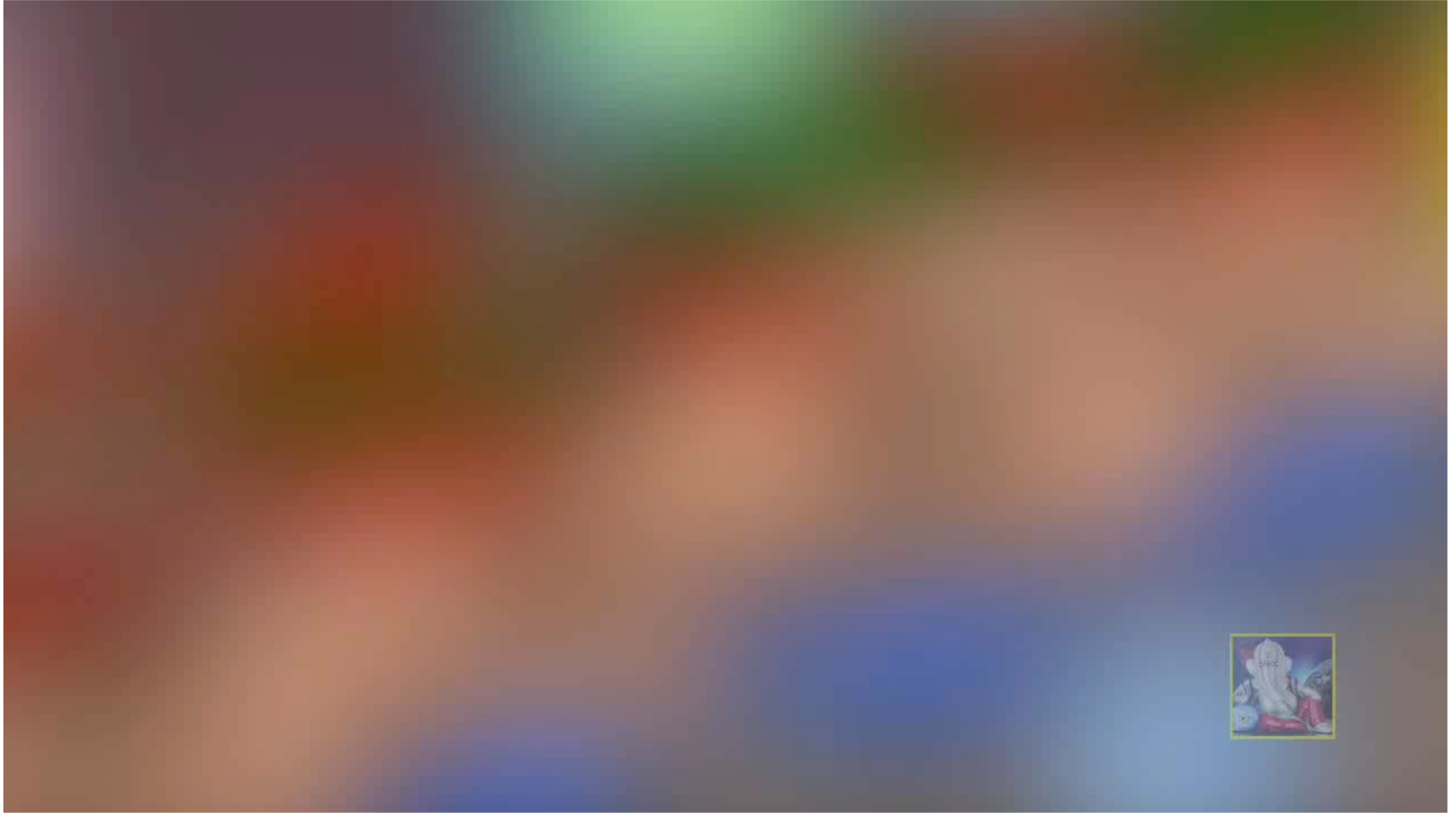
GUERRA DE *AUDIOS* Y CANCIONES

VER EJEMPLOS EN
CARPETA ANEXA “AUDIOS”



GUERRA DE *MEMES*

VER EJEMPLOS EN
CARPETA ANEXA “MEMES”



GUERRA DE *CARTELES*

VER EJEMPLOS EN CARPETA
ANEXA “CARTELES”





1968

AÑO DE LA
PRENSA VE

LA DEMOCRACIA SE COMBATE CON DEMOCRACIA

REPRESIÓN
CENSURA
TORTURA
COACCIÓN
INTIMIDACIÓN
VIOLENCIA

LA DICTADURA
SE COMBATE CON EL PUEBLO EN LA CALLE

E VAYAN!



SEGUNDO BLOQUE

ANIMACIONES

VER EJEMPLOS EN CARPETA
ANEXA “ANIMACIONES”



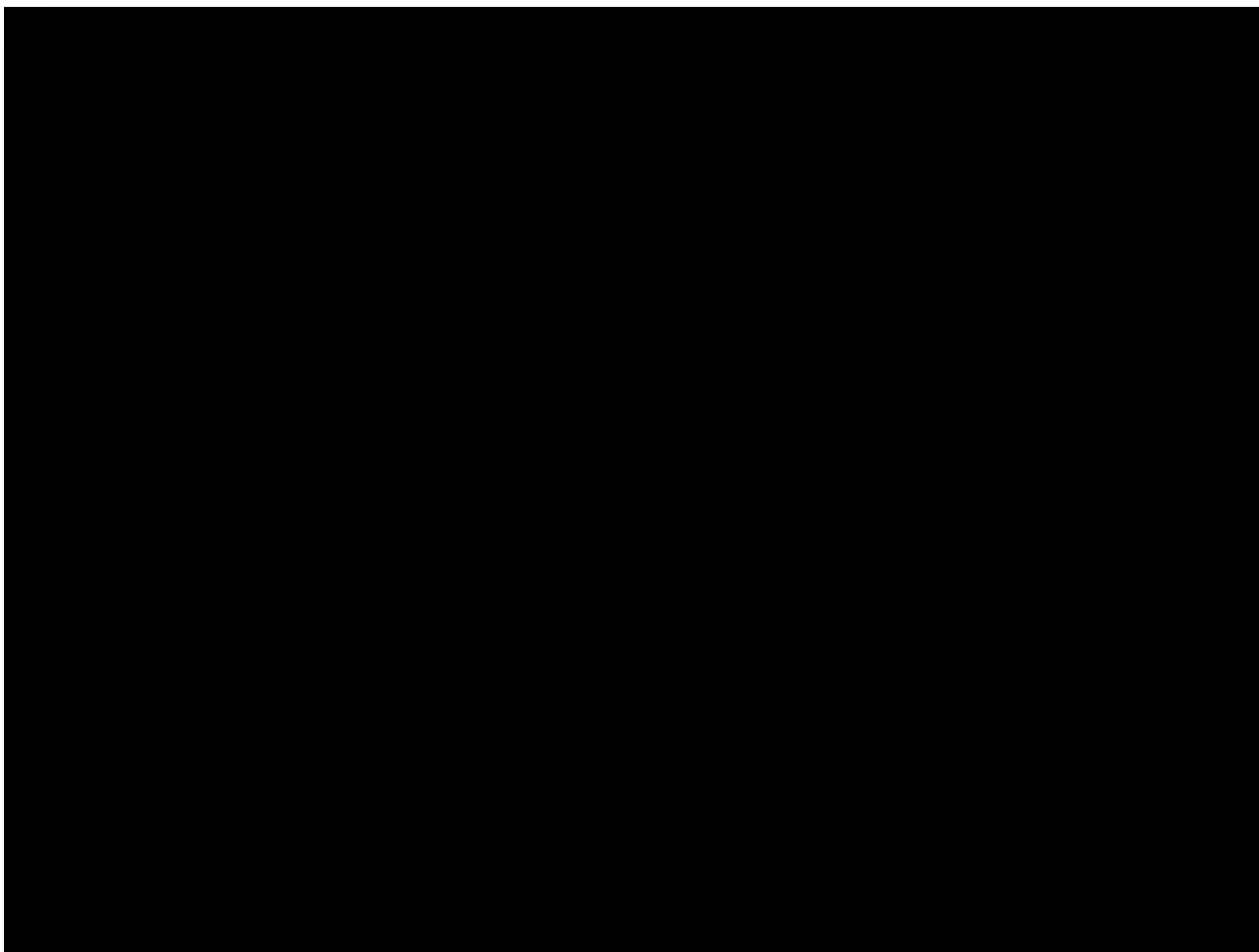
CANCIONES

VER EJEMPLOS EN CARPETA
ANEXA “CANCIONES”



CINE

VER EJEMPLOS EN
CARPETA ANEXA “CINE”



FIN DEL REPASO
