

Formato para proyectos de investigación profesional

Asignatura	Análisis de Contenido para Comunicación y el Entretenimiento	Semestre 5°	
Nombre del Profesor	Ruth Ildebranda López Landeros		

Datos generales:

Nombre completo del investigador responsable	Ruth Ildebranda López Landeros
Nombre completo de los colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> •Dra. Aleida Tello Divicino/UAGRO –(OMERO-UAGro) •Dr. Javier Martínez (ULP) •Dra. Rosa María Alonzo González (UABC) •Mtra. Ma. del Roció Castro Luna. (ULP) •Mtra. Mónica Violeta Morales Jiménez (UAGRO) Mtra. Rocío Zac-Nicté Cupul Aguilar (IC) Mtra. Yanahui Guadalupe. Gómez Xuffi (IC) <p>Estudiantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Perla Abigail Romero flores (UAGRO) Ximena Reus (ULP) Ana Gabriela Castro Salmerón

Título del proyecto

Describe específicamente el contenido del proyecto. Debe de evitar palabras ambiguas, jerga, anglicismos y abreviaturas. Máximo 15 palabras.
<p>-Estilo del discurso está en la narrativa de los spots televisivos de las campañas electorales de quienes contienden a la Presidencia de México en el 2024.</p> <p>-Calidad informativa en los contenidos de los spots televisivos de las campañas electorales de quienes contienden a la Presidencia de México en el 2024</p>

--

Palabras clave

Escribe cinco palabras clave que permitan clasificar su trabajo en los sistemas de índices y bases de datos y que faciliten su recuperación.

Campaña presidencial mexicana, Spots, Comunicación Responsable con perspectiva de género.

Características del Proyecto

Duración del proyecto

Fecha de inicio (dd/mm/aa)	28/11/2022	Fecha de terminación (dd/mm/aa)	En proceso	Duración (en meses)	24 meses
----------------------------	------------	---------------------------------	------------	---------------------	----------

Naturaleza del proyecto (Marque con una "x")

Trabajo final		Ejercicio de curso	X	Administrativo - empresarial		Social		Mediático	
En colaboración institucional o interinstitucional			X	Interdisciplinario					
En el caso de que alguna Escuela distinta a la de Comunicación o alguna institución ajena a la Universidad Anáhuac Mayab esté involucrada en el proyecto, escriba el nombre.			Universidad Loyola del Pacífico	En el caso de que alguna disciplina además de la comunicación se esté retomando para la elaboración de este proyecto, escriba el nombre.					

Cuerpo del proyecto

1. Diagnóstico de la situación

Describe la situación problemática que pretendes solucionar, modificar o mejorar con tu proyecto

Los contenidos mediáticos pueden promover la desigualdad, la falta de equidad. Y en materia política no es ajeno encontrar comentarios

sexista, misóginos o plagados de estereotipos que pueden dañar el ejercicio crítico de la ciudadanía.

Particularmente en esta contienda electoral de 2024, dos de las personas que estaban buscando la presidencia son mujeres. Esta variable hace suponer que la redacción y narrativa en los mensajes de la propaganda política estarán atento a cuidar la incursión, el lenguaje y los discursos con perspectiva de género.

2. Objetivos

Enlista un objetivo central y de tres a cinco objetivos específicos por orden lógico, derivado del objetivo central.

Caracterizar el estilo de la narrativa en los contenidos de los spots televisivos de las campañas electorales de quienes contienden a la Presidencia de México en el 2024.

Identificar la calidad informativa en los contenidos de los spots televisivos de las campañas electorales de quienes contienden a la Presidencia de México en el 2024.

Clasificar los elementos de la Comunicación Responsable con perspectiva de género en los Podcast políticos durante la Campaña electoral 2024.

Comparar los discursos narrativos en los spots de la campaña electoral mexicana 2024.

Clasificar los temas de las propuestas en los spots de la campaña electoral mexicana 2024.

3. Métodos y técnicas

Describe los métodos, técnicas y procedimientos que implementarás en el desarrollo de tu proyecto. Puedes incluir también una descripción de la muestra, público meta, sector de la población, grupo o comunidad que fungirá como destinatario.

Las técnicas empleadas fueron:

- a) Análisis de contenido cuantitativo. (Primera etapa)
- b) Análisis discursivo (Segunda etapa)

Fueron analizados el 98 de los spots de la contienda electoral donde la figura de las personas aspirantes a la presidencia estaba presente, es decir el 100% de los spots.

Las unidades de análisis para la primera técnica fueron los mensajes en los spots. Para la segunda parte se trabajó con proposiciones. Dividiendo cada anuncio en unidades mínimas de sentido.

El periodo de captura de la información: 1 de marzo al 29 de mayo 2024.

Tras obtener los spots, codificaron la información para interpretar los resultados.

En el caso de la segunda técnica, en este momento el proceso está en el armado del corpus y su codificación.

4. Análisis de la información

Presenta sistemáticamente la información recabada tras aplicar los métodos y las técnicas. Te puedes apoyar en categorías, tablas, esquemas, cuadros y gráficos.

Actualmente se están realizando las interpretaciones teóricas del instrumento cuantitativo, para su posterior publicación.

Las principales categorías de este análisis son:

1. Apelación al espectadores
2. Metas y promesas políticas
3. Argumentos del mensaje
4. Tematización
5. Finalidad del spot
6. Personalización de la campaña

7. Privatización (Referencias personales, características no políticas.
8. Comunicación Responsable
9. Comunicación Responsable con perspectiva de género.

En la segunda etapa:

1. Utilización de mitos
2. Roles simbólicos
3. Relaciones retóricas y discursivas con perspectiva de género.
4. Argumentación

5. Conclusiones

Realiza una interpretación que se derive del análisis de la información que presentaste en el cuadro anterior.

En este momento el estudio está en proceso.

6. Propuesta

Explica claramente un plan de comunicación, programa, estrategia, taller o cualquier otro producto de carácter comunicativo que puede incidir positivamente en la situación problemática diagnosticada

Una propuesta que se ha planteado derivada de este tema es realizar talleres con las personas encargadas de las campañas políticas para desarrollar habilidades de Comunicación Responsable con Perspectiva de Género.

De igual forma se diseñarán piezas comunicativas que se difundirán a través de los medios de comunicación de la Vocalía Golfo Sureste de CONEICC.

Sugerencias generales

1. Si utilizas citas y/o referencias bibliográficas, se recomienda consultar el material disponible en la sección CICAM del sitio oficial de la Escuela
<https://merida.anahuac.mx/comunicacion/cicam>
2. Asegúrate de ajustar la presentación del documento a la extensión y otros criterios establecidos por el profesor de la asignatura
3. Recuerda que la correcta redacción y ortografía es imprescindible en cualquier trabajo profesional