La campaña presidencial mexicana de 2006

Spots, destinatarios e incitación al voto

Autor
Olga Rodríguez Cruz

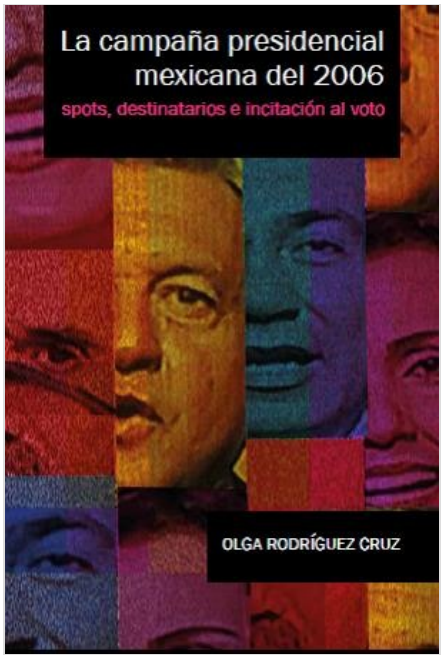
Sinopsis



Sobre el autor

Olga Rodríguez Cruz

OLGA RODRÍGUEZ CRUZ es doctora en Ciencias Sociales con orientación en comunicación y política.



E-Book

Año de publicación: 2023

Presentación: EPUB (Digital: descarga y online)

Tamaño: 4.26 Megabytes (MB)

E-Book

Año de publicación: 2023

Presentación: PDF (Digital: descarga)

Tamaño: 1.303 Megabytes (MB)

ISBN13: 9786078939046

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

Profesora de la UACM en la Academia de Comunicación y Cultura. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores, nivel 1. Imparte cursos en comunicación política, publicidad y propaganda, planeación de la comunicación y comunicación para el desarrollo. Coordinadora del proyecto Comunicación Aplicada para el Desarrollo y Cambio Social (UACM), proponente del Proyecto de Posgrado en Comunicación y Cultura (UACM).Entre sus publicaciones se encuentran: La campaña presidencial mexicana del 2006: spots, destinatarios e incitación al voto, (UACM, 2019); El imaginario social en los spots políticos negativos en México (UACM, 2019); Estrategias y tácticas en los spots políticos televisivos de las campañas presidenciales panistas: 2000 y 2006 (UACM-EdiUnju, 2013); La incidencia de la comunicación social en la esfera de la política (AMIC, 2013); La violencia en los spots de las campañas presidenciales panistas: 2000 y 2006 (AMIC, 2012).

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen