



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO**

**MATERIAL DIDÁCTICO PARA LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:  
Cultura y Comunicación  
UNIDAD 2: LA IMAGEN EN EL DISCURSO DE LOS MEDIOS**

**TÍTULO DEL MATERIAL:**

**CONSIDERACIONES SOBRE LA IMAGEN PÚBLICA E  
IMAGEN PERSONAL**

**Presenta:  
Diana Elisa González Calderón  
Septiembre 2018**

# GUIÓN EXPLICATIVO PARA EL USO DEL MATERIAL

(2 láminas)

## GUÍA DE USO:

- Se sugiere que el material sea un recurso de información y apoyo.
- Desde la perspectiva de la unidad de aprendizaje, se considera importante compartir con el alumno algunos ejemplos que clarifiquen, por lo que al final de la exposición, puede abrirse la dinámica de ejemplificar.
- La información sustenta la comprensión del tema, por lo que se ha incorporado información básica, pero es necesario, promover la discusión con los alumnos para estructurar el conocimiento.
- El material didáctico es una guía de información lo suficientemente clara y precisa para complementar la experiencia en clase sobre este medio.

# GUIÓN EXPLICATIVO PARA EL USO DEL MATERIAL (2 láminas)

## EL MATERIAL SE USA DE LA SIGUIENTE MANERA:

- Se da a conocer la información básica referente al tema.
- Mostrar el material para detonar ejemplos que apoyen la información
- Cuestionar el concepto
- Identificar características sustantivas del ejemplo
- Identificar ejemplos similares en la cultura inmediata del alumnado.

## VENTAJAS Y LIMITACIONES:

- Esta guía, ayudará al docente a preparar y complementar la clase con rapidez y claridad. La experiencia visual genera un aprendizaje significativo que debe reforzarse con otras dinámicas de interacción y reflexión con el alumno.
- Si bien es cierto que sólo es una guía que puede ser complementada con otra información y está limitada en su uso al equipo técnico necesario.

# INTRODUCCIÓN

El presente documento, hace una revisión al concepto de imagen pública e imagen personal.

Se plantea la importancia de entender que somos un paquete informacional que se conforma por diversos elementos que codifican todo un discurso de emisión y que es percibido por externos, construyendo lo que con el paso del tiempo y ante la repetición del estímulo se llama: reputación.

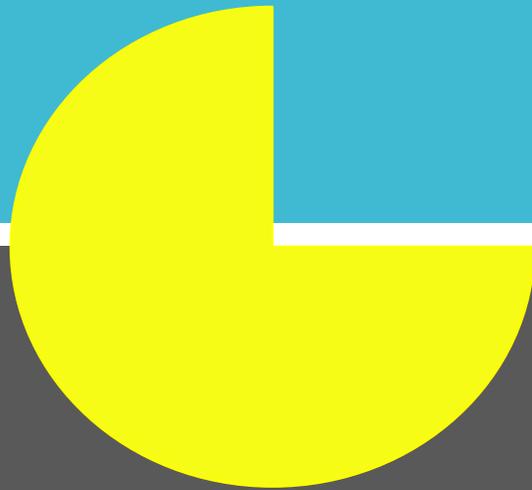
# Imagen pública





La imagen pública se asocia a la palabra percepción.

La **PERCEPCIÓN** deriva de  
una experiencia de los  
sentidos





Por lo tanto, la **IMAGEN PÚBLICA** será:  
"La **percepción compartida** que provoca una **respuesta colectiva unificada**".



Por diferentes causas, la **imagen** es **resultado y producto** de un efecto psíquico





Es un **efecto** causado en  
**la mente del individuo**

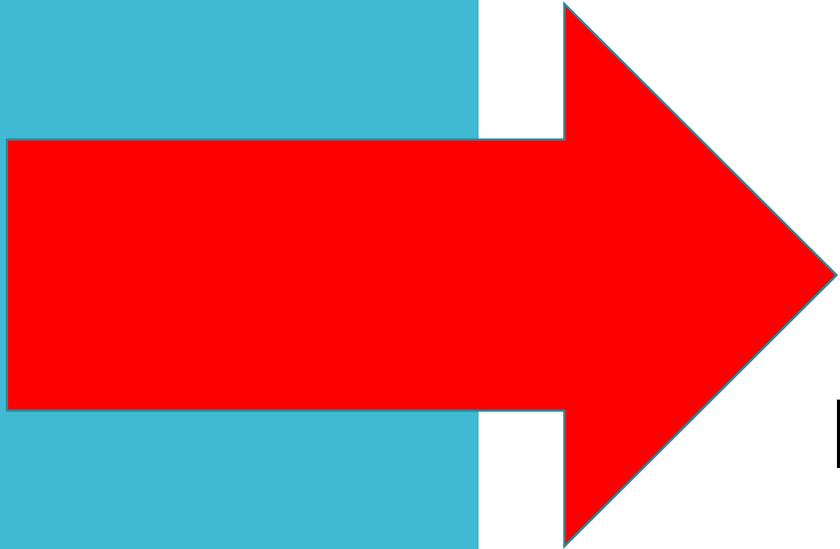
Por consecuencia, se genera un juicio de valor. Y afectará la comprensión de lo que creemos es real. Es decir, lo dotamos de verdad





Un juicio de valor  
provoca rechazo o  
a aceptación a un  
hecho o persona.

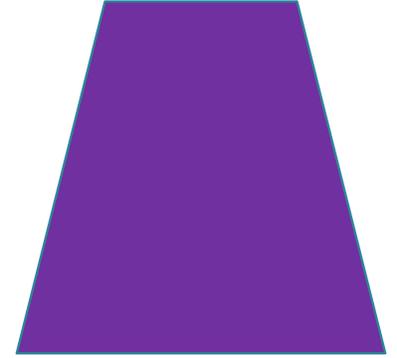
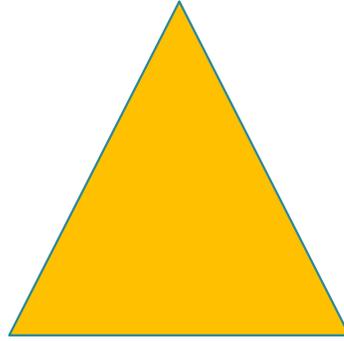
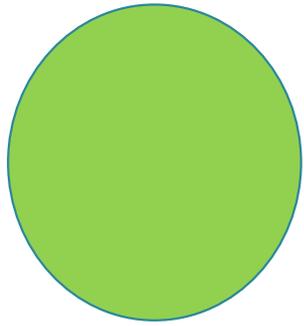
# **Ecuación de la imagen pública**



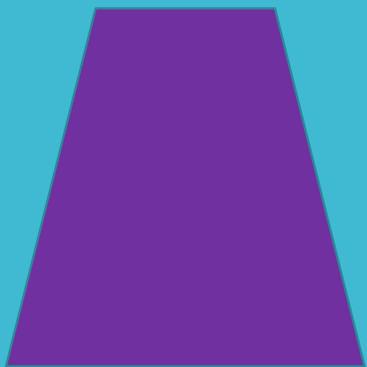
**Se trata de una  
ecuación, que es una  
secuencia de ideas,  
llamada ECUACIÓN DE  
LA IMAGEN.**

La imagen es **la percepción** que se convierte en la identidad y con el tiempo **en reputación.**

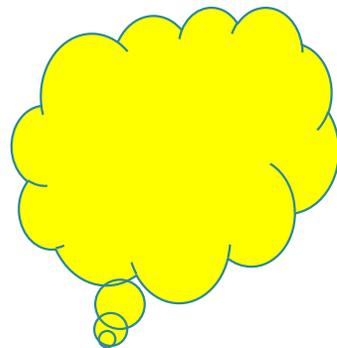




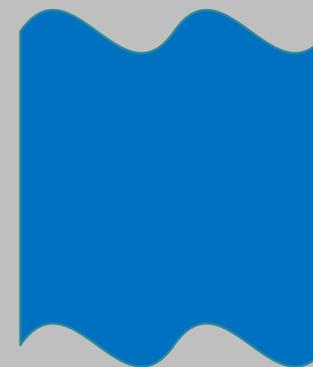
**Estímulo + Receptor = Percepción**



Percepción



+ **Mente** =



**Imagen**

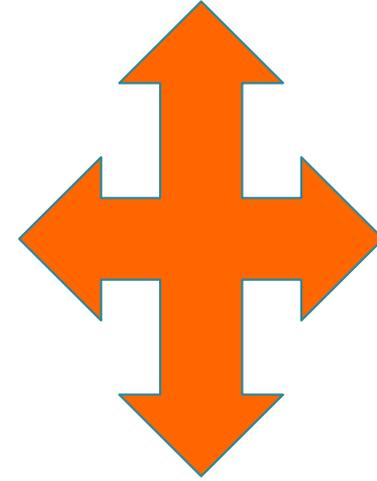
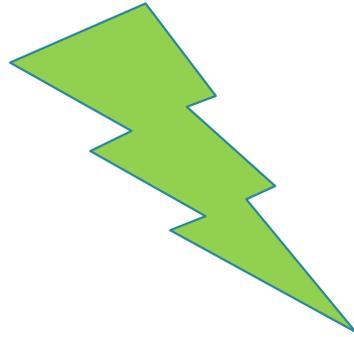
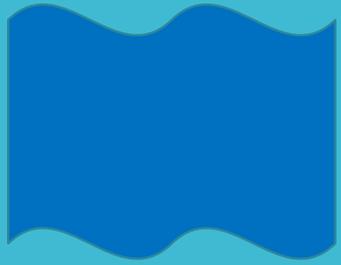
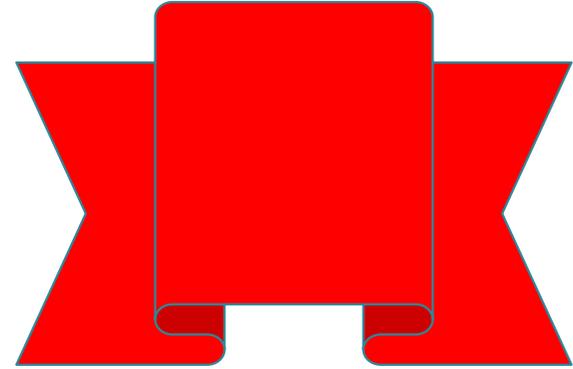
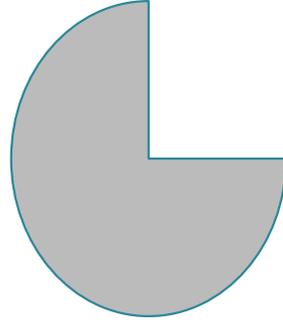
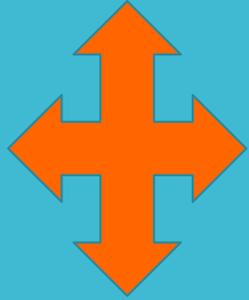
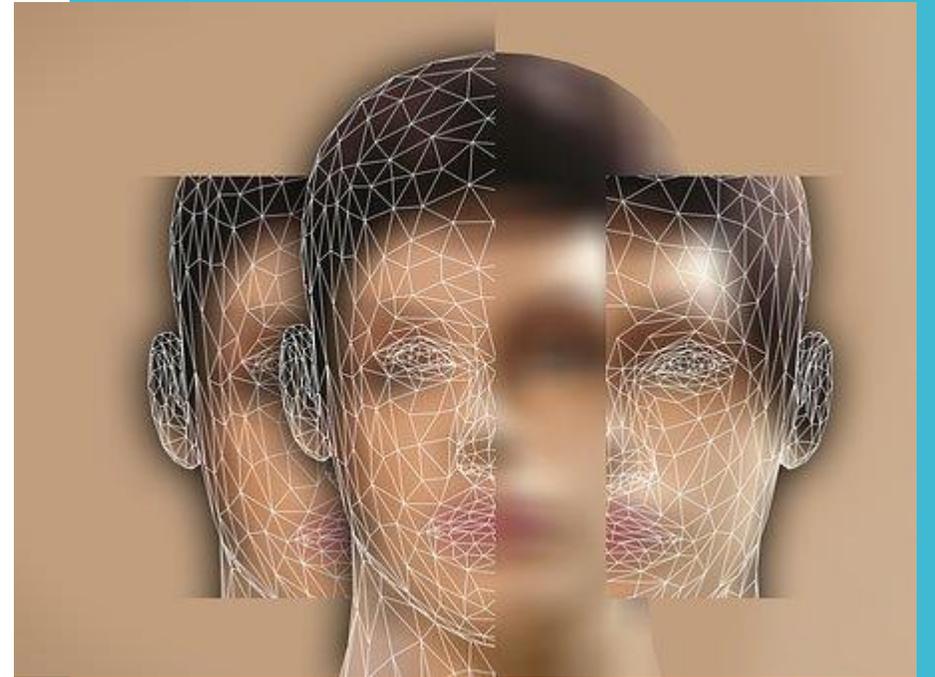


Imagen + Opinión = Identidad



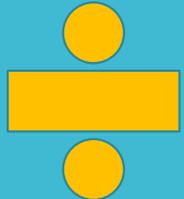
**Identidad** + **Tiempo** = **Reputación**

La **IDENTIDAD** se forma  
entonces por la **esencia y la  
apariencia'**





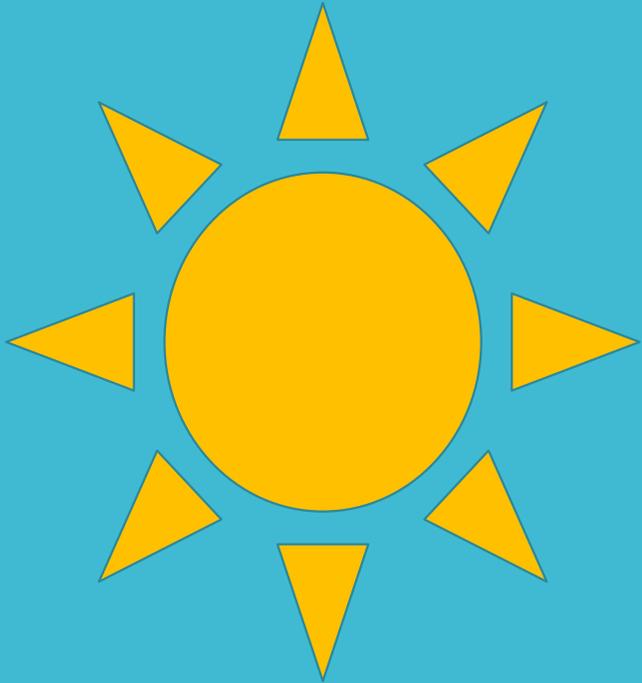
La **REPUTACIÓN** se  
da entonces por una  
serie de estímulos y la  
decodificación que hace  
un **receptor**



Al percibir ciertos estímulos, el receptor crea una imagen, emite su opinión y da paso a la reputación, que se ve fortalecida por el lapso de tiempo donde se generó la misma identidad.

**Ninguna opinión surge de la nada.**

Todo deriva de un proceso de comunicación que se fue estableciendo a través de diversos mensajes enviados



**Mujeres y hombres, están  
expuestos al constante  
escrutinio del medio. Los  
juicios que se establecen, se  
convierten en opiniones.**

# Imagen Personal





La **imagen personal** es la **identidad** que, a través de cierto tipo y uso de la vestimenta, así como del físico, y manera de ser, una persona **construye una idea de sí misma** ante la sociedad.

Construimos una idea de nosotros mismos, a través de lo que hacemos.





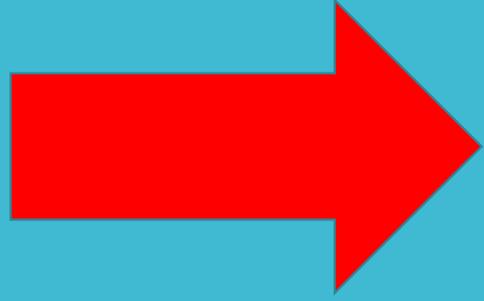
shutterstock · 461317267

Su función se ha prestado para segmentar a los individuos. Son una serie de detalles que marcan un rango o posicionamiento social del individuo, influyendo incluso, en su realización personal.



Ejemplo de ello, es el uso de guantes o sombreros en las cortes de la monarquía.

Elementos que preservaban el rostro y las manos, como señal de que no realizaban trabajos físicos y por lo tanto, marcaban su posición social.



## CONCLUSIONES

- **Somos un paquete de información, que se establece a partir de una serie de signos que codificamos con total consciencia y sin querer.**
- **Todo ello, provoca en estímulo y una idea de nosotros mismos.**
- **Es importante, ser conscientes de esto, pues puede jugar a nuestro favor o en nuestra contra.**

# BIBLIOGRAFÍA

Gordoa Gil, Víctor. (2002). El Poder de la Imagen Pública. México: Grijalbo. Gordoa, Gil, Víctor. ( 2003). Imagología. México: Editorial Grijalbo.

Hernández Rivera, Natalie (2014). Teoría De La Imagen Pública De La Empresa en *Gestiópolis*. En línea. Disponible en <https://www.gestiopolis.com/imagologia-teoria-de-la-imagen-publica-de-la-empresa/#autoBarquero>

TIPS DE IMAGEN PÚBLICA. (2014). ¿Qué es la imagen pública? En línea. Disponible en <https://tipsdeimagen.wordpress.com/2014/01/20/que-es-la-imagen-publica/>

Imágenes de uso gratuito y abierto en Pixabay.

