

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**



**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

**Plan de Estudios**

**de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**

**Análisis y construcción de la imagen política**

<b>Clave</b>	<b>Semestre</b>  06, 07, 08	<b>Créditos</b>  08			
			<b>Campo de conocimiento</b>		
			<b>Etapa</b>	<b>Profundización</b>	
<b>Modalidad</b>	<b>Curso (x) Taller ( ) Lab ( ) Sem ( )</b>	<b>Tipo</b>	<b>T (x)</b>	<b>P ( )</b>	<b>T/P.</b>
<b>Carácter</b>	<b>Obligatorio ( ) Optativo (x) Obligatorio E ( ) Optativo E ( )</b>		<b>Horas</b>		
			<b>Semana</b>		<b>Semestre</b>
			Teóricas 4		Teóricas 64
			Prácticas 0		Prácticas 0
			Total 4	Total	<b>64</b>
<b>Seriación</b>					
<b>Ninguna ( x )</b>					
<b>Obligatoria ( )</b>					
<b>Asignatura antecedente</b>					
<b>Asignatura subsecuente</b>					
<b>Indicativa ( )</b>					

<b>Asignatura antecedente</b>			
<b>Asignatura subsecuente</b>			
<b>Objetivo generales:</b> El alumno conocerá, dominará y reproducirá las teorías, técnicas y metodología en la construcción de la imagen política. Producirá imágenes políticas en cualquier forma gráfica y digital como: caricaturas, carteles, historietas o cómic, fotografía y fotomontaje.			
<b>Objetivos específicos:</b> Que el alumno:			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analice el desarrollo histórico así como la estructura de los géneros gráficos en la comunicación política.</li> <li>• Reconozca en la producción gráfica y digital la construcción del mensaje político conforme a las diferentes funciones de la imagen política.</li> <li>• Identifique la propuesta y respuesta que tienen los medios masivos de comunicación y la opinión pública. Analizar el impacto de los en cualquier manifestación de la comunicación.</li> <li>• Projete y produzca imágenes políticas de acuerdo a las necesidades de la comunicación política.</li> </ul>			
<b>Índice temático</b>			
	<b>Temas</b>	<b>Horas Semestre</b>	
		Teóricas	Prácticas
1	La comunicación gráfica y sus manifestaciones políticas.	16	0
2	Percepción y representación.	16	0
3	Usos sociales y políticos de la imagen.	8	0
4	Producción del mensaje gráfico.	24	0
	<b>TOTAL</b>	64	0
<b>Contenido Temático</b>			
<b>Temas</b>	<b>Subtemas</b>		
1. La comunicación gráfica y sus manifestaciones políticas.	1.1 Política, democracia, mensajes políticos y opinión pública: medios y expresión política. 1.2 Clasificación de la expresión gráfica en la comunicación política: libro, prensa, cartel, caricatura y cómic, fotografía y fotomontaje, imagen digital. 1.3 Orígenes y evolución histórica de la expresión gráfica. 1.4 Filosofía y arte en la expresión política.		
2. Percepción y representación.	2.1 Factores de la percepción. 2.2 Estructura visual y funciones de la imagen, 2.2 Humor, sátira constructiva y destructiva. 2.3 Trásgresión y censura. 2.4 Usos frecuentes y formas de propaganda política.		

3. Usos sociales y políticos de la imagen.	3.1 Epistemología de análisis: empirismo, positivista, dialéctico, fenomenológico, hermenéutico, pragmatismo. 3.2 Relación entre la realidad y los estilos de la imagen política: Testimonio o cliché 3.3 Carácter artístico, ideológico y político de la imagen política. 3.4 Calidad y contenido en la fotografía política. 3.5 La imagen política como instrumento de lucha, denuncia o folclore.
4. Producción del mensaje gráfico.	4.1 Rasgos característicos de los mensajes políticos. 4.2 Estrategias en la realización de la comunicación política. 4.3 Diseño y producción para medios impresos. 4.4 Diseño y producción para medios electrónicos.
<b>Estrategias didácticas</b>	
<b>Evaluación del aprendizaje</b>	
Exposición (x)	Exámenes parciales ( x )
Trabajo en equipo (x)	Examen final ( x )
Lecturas (x)	Trabajo y tareas (x)
Trabajo de investigación (x)	Presentación de Temas (x)
Prácticas (taller o laboratorio) ( x )	Participación en clase (x)
Prácticas de campo ( )	Asistencia (x)
Aprendizaje por proyectos ( x )	Rúbricas ( )
Aprendizaje basado en problemas ( x )	Portafolios ( )
Casos de enseñanza ( )	Listas de cotejo ( )
Otras: Cuestionario ( )	Otras: Ensayo Final (x)
Y Comentarios en Grupo Cerrado de Facebook	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
Título o grado	Licenciado en Ciencias de la Comunicación y disciplinas afines
Experiencia docente	Experiencia docente de dos años en Ciencias de la Comunicación
Otra característica	Haber cursado la Opción terminal de Comunicación Política
<b>Bibliografía básica:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>González Ochoa, César (1997) <i>Apuntes acerca de la representación</i>. México: Colección de bolsillo n°2 Instituto de Investigaciones Filológicas. UNAM. 91pp</li> </ul>	

- Gubern, Román (2004) *Patologías de la imagen*. Barcelona: Anagrama.
- Aumont, Jacques (1992) *La Imagen*. Barcelona: Paidós

### **Bibliografía complementaria:**

#### **Unidad 1**

- Hernáiz Blázquez, Juan Ignacio (1999) *Historia de la comunicación social: de Altamira a Parque Jurásico*. España: Editorial Universitas, S.A. 272pp Durandín, Guy.
- Barnicoat John(1997) *Los carteles. Su historia y su lenguaje*. Cuarta edición. Barcelona: Gustavo Gili. S.A. España. ISBN: 84-252-0779-7.
- Cushing Lincoln (2003) *¡Revolución!* cuban poster art. San Francisco: Chronicle Books. ISBN: 0-8118-3582-0
- Soler Claudín Víctor coord. (2012) *La gráfica política en México*. México: Cámara de diputados, LXI legislatura. Primera edición.
- Acaso, María (2006) *El lenguaje visual*. Barcelona: Paidós, colección Arte y Educación, nº 11. ISBN10: 84-493-1911-0.
- Mattelart Armand (1995) *La invención de la comunicación*. México: Siglo XXI Editores, Sociología y Política. Primera edición en español. ISBN 968-23-1979-9

#### **Unidad 2**

- Bartlett F. C. (1941) *La propaganda política*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Cohen Jozef. (1982) *Sensación y percepción visuales*. México: Temass de psicología. Editorial Trillas. Quinta reimpresión.
- Ernest H. Gombrich, Hochbere Julian; Black Max (1983) *Arte, percepción y realidad*. . Barcelona-Buenos Aires: Paidós Comunicación
- Gibbson James J. (1974) *La percepción del mundo visual*. Buenos Aires: Biblioteca de Diseño y Artes Visuales. Ediciones Infinito.
- Gombrich Ernst H. (1998) *Arte e ilusión*. Estudio sobre la psicología de la representación pictórica. Madrid: Editorial Debate S.A..
- Lizarazo Arias Diego. *Interpretaciones Icónicas*. Estética de las imágenes. Diseño y comunicación, Siglo XXI editores. México. Primera edición, 2007.
- De la Peña, Ieri. *Ética, poética y prosodia*. Ensayos sobre fotografía documental. Diseño y comunicación, Siglo XXI editores. México. Primera edición, 2008.
- Lizarazo Arias Diego. *Iconos, figuraciones, sueños*. Hermenéutica de las imágenes. Diseño y comunicación, Siglo XXI editores. México. Primera reimpresión, 2009.
- Lizarazo Arias Diego. *Semántica de las imágenes*. Figuración, fantasía e iconicidad. Diseño y comunicación, Siglo XXI editores. México. Primera edición, 2007.
- Sánchez Martínez, José Alberto. *Figuras de la presencia*. Cuerpo e identidad en los mundos virtuales. Diseño y comunicación, Siglo XXI editores. México. Primera edición, 2013.
- Fló, Juan. *Imagen, icono, ilusión*. Investigación sobre algunos problemas de la representación visual. Diseño y comunicación, Siglo XXI editores. México. Primera edición, 2010.
- Durandín, Guy. **La mentira en la propaganda política y en la publicidad**. Paidós

Comunicación. 1983. España.

- Cruz Revueltas, Juan Cristóbal. *Imagen: ¿signo, icono, ídolo? De la imagen a la representación política*. Diseño y comunicación, Siglo XXI editores. México. Primera edición, 2009.

### **Unidad 3**

- Cassirer, Ernst. *El mito del estado*. Colección Popular. Fondo de Cultura Económica. México, primera reimpression, 1972. ISBN s/n.
- Bourdieu, Pierre. *La fotografía: un arte intermedio*. Segunda reimpression. Editorial Nueva Imagen S. A. México D. F. 1989 ISBN 968-429-153-1.
- Costa Joan. *La fotografía. Entre sumisión y subversión*. Primera edición junio de 1991. editorial Trillas SA de CV. Distrito Federal, México. ISBN 968-24-4294-X.
- Heartfield, Jhon. *Guerra en la paz*. Fotomontajes sobre el período 1930-1938. Editorial Gustavo Gilli. Colección punto y línea. Barcelona, España 1976. ISBN 84-252-0614-6.
- Lara, Klahr Flora y Hernández, Marco Antonio, otros. *El poder de la imagen y la imagen del poder*. Universidad Autónoma de Chapingo. Primera Edición, 1985. México. ISBN 968-884-004-1.
- Renau, Josep. *Fotomontador*. Colección Río de Luz, Fondo de Cultura Económica S.A de C.V. Primera edición 1985. México. ISBN 968-16-2115-8.
- Renau, Josep. *The American Way of Life*. Colección Punto y Línea, Gustavo Gili S.A. Barcelona, España. 1977 ISBN 84-252-0658-8.
- Renau, Josep. *The American Way of Life. Fotomontajes: 1952-1966*. Ed. Gustavo Gilli. Colección punto y línea. Barcelona, España 1976. ISBN 84-252-0658-8.
- Renau, Joseph. *Fata Morgana USA. The American Way of Life*. IVAN, Centre Julio González-Fundació Josep Renau. 1ª edición 1989, Valencia, España. ISBN 84-7579-687-7.
- Tibol Raquel. *Episodios fotográficos*. Primera edición. Libros de Proceso. México.

### **Unidad 4**

- El Fisgón, Hernández y Helguera. *El Sexenio Se Me Hace Chiquito*. Grijalbo. 2ª reimpression 2004. México. ISBN 970-05-1622-9.
- Gallo, T. Miguel Ángel. *La sátira política Mexicana*. Primera edición 1976. Edición del autor. México. Sin ISBN.
- Cruz Revueltas, Juan Cristóbal. *Imagen: ¿signo, icono, ídolo? De la imagen a la representación política*. Diseño y comunicación, Siglo XXI editores. México. Primera edición, 2009.