

UNIVERSIDAD DEL SAGRADO CORAZÓN
DECANATO ASOCIADO DE ESTUDIOS GRADUADOS
PROGRAMA GRADUADO DE COMUNICACIÓN

TÍTULO DEL CURSO	:	Seminario de sistemas de representación
CODIFICACIÓN	:	MCC 722
PRERREQUISITOS	:	CMU 601, CMU 790
CRÉDITOS	:	1 crédito (15 horas, una sesión)

DESCRIPCIÓN DEL CURSO:

Se explora el concepto de representación desde diferentes perspectivas teóricas. Análisis de productos comunicativos desde la producción, circulación e interpretación de la representación.

JUSTIFICACIÓN DEL CURSO:

Dada la complejidad de nuestro momento contemporáneo es imperativo que los comunicadores profesionales puedan analizar críticamente los productos culturales de corte comunicativo. Este curso capacita al estudiante para que entienda cómo se produce, se pone en circulación y se interpreta la representación.

OBJETIVOS:

Al finalizar el curso, los estudiantes podrán:

1. Reconocer las diferentes propuestas teóricas en torno al concepto de representación.
2. Establecer y entender las formas de representación en el ámbito de los productos culturales/comunicativos.
3. Desarrollar estrategias de análisis crítico de productos comunicativos en general y del contexto puertorriqueño, a la luz de algunas de las teorías discutidas.
4. Analizar los aspectos éticos del análisis de los productos culturales/comunicativos.

CONTENIDO:

- I. Concepciones de representación
 - A. Definición conceptual y discusión de las perspectivas filosóficas
 - B. Teorías sociales y políticas en torno a la representación

- II. Formas de representación
 - A. Producción: Construcción social del significado por medio de las representaciones
 - B. Implicaciones éticas
 - C. Puesta en escena o circulación de la representación en los medios de comunicación y productos comunicativos
 - D. Interpretación y análisis de *'audiencia-ción'*

METODOLOGÍA/ACTIVIDADES:

El curso se desarrolla mediante el análisis y discusión de productos comunicativos, presentaciones orales y escritas y trabajo grupal.

EVALUACIÓN:

Presentaciones y/o ensayos críticos	30%
2. Asistencia y participación en clases y actividades del curso	10%
3. Investigación	30%
4. Trabajo final	<u>30%</u>
	100%

BIBLIOGRAFÍA:

Andrejevic, M. (2003). Reality TV: The Work of Being Watched. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.

Barbero, J. M. & Rey, G. (localizado en julio de 2003). Imágenes y política. <http://www.google.com/search?q=cache:FbZNWJt1sQcJ:www.cholonautas.edu.pe/pdf/barbe1.pdf+%22la+representaci%C3%B3n+en+los+medios%22&hl=en&ie=UTF-8>

Chandler, D. (localizado en Julio de 2003). Media Representation. <http://www.aber.ac.uk/media/Modules/MC30820/represent.html>

Chermak, S., Bailey, F. Y. & Michelle Brown (Editores) (2003). Media Representations of September 11th. Westport, CT: Greenwood Publishing Group, Incorporated.

Gauntlett David (2002). Media Gender and Identity: An Introduction. Reino Unido: Taylor & Francis, Inc.

Lewis, B.A. (2003). Media Representation of Rap Music; The Vilification of Hip Hop Culture. Thesis. Washington, D.C.: Georgetown University.
<http://cct.georgetown.edu/thesis/AutumnLewis.pdf>

Manovick, L.(2002). The Language of New Media. Cambridge, Mass: MIT Press.

Murphy, P. & Kraidy, M. (Editores) (2003). Global Media Studies: Ethnographic Perspectives. New York: Routledge.

Opel A. & Pompper, D. (2003). Representing Resistance: The Media, Civil Disobedience, and the Global Justice Movement. Greenwood Publishing Group, Incorporated.

Strinati, D. (2000). An Introduction to Studying Popular Culture. New York: Routledge.

Tubert, S. (2001). Deseo y representación: Convergencias del psicoanálisis y teoría feminista. Argentina: Síntesis Editorial.

Revisado en agosto de 2003