

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

TÍTULO DEL CURSO	:	Seminario de cultura visual
CODIFICACIÓN	:	MCC 724
PRERREQUISITOS	:	CMU 601, CMU 790
CRÉDITOS	:	1 crédito (15 horas, una sesión)

DESCRIPCIÓN DEL CURSO:

Este curso graduado analiza la cultura contemporánea a través de los productos comunicativos con énfasis en la percepción visual. Se exploran diversas perspectivas teóricas [fenoménica, (post)estructuralista, (de)constructivista, semiótica] y metodológicas [análisis textual, análisis de contenido] para el análisis de productos visuales tales como filme, vídeo, fotografía, pintura, escultura y arquitectura.

JUSTIFICACIÓN DEL CURSO:

Este curso permite al estudiante graduado el examen crítico de la cultura contemporánea y los productos comunicativos (visuales). Además le brinda la oportunidad, como comunicador social, de enfrentar y entender la proliferación de imágenes y de comprender cómo se codifica la mirada en una cultura cuyo énfasis recae en la producción visual.

OBJETIVOS:

Al finalizar el curso, los estudiantes podrán:

1. Discutir las principales teorías que analizan la cultura contemporánea como una cultura visual.
2. Establecer la relación entre cultura y productos comunicativos de corte visual.
3. Analizar productos comunicativos contemporáneos del contexto puertorriqueño.
4. Examinar los aspectos éticos del análisis de los productos comunicativos de corte visual.

CONTENIDO:

- I. Perspectivas teóricas en torno a la cultura visual
 - A. Teorías sociales de lo visual: apariencia, imagen, dato
 - B. Estructuralismo y post estructuralismo: formas visuales en oposición más allá de la dicotomía
 - C. (De)constructivismo: planteando la paradoja visual
 - D. Semiótica o teoría del signo
- II. Perspectivas metodológicas para el análisis de la cultura visual
 - A. Análisis textual
 - B. Análisis de contenido
 - C. Constricciones y consecuencias éticas

METODOLOGÍA/ACTIVIDADES:

Discusión, presentaciones orales y escritas, análisis de productos comunicativos.

EVALUACIÓN:

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

BIBLIOGRAFÍA:

Almela, R. (localizado en julio de 2003). Imagen alegórica: estrategia en la cultura contemporánea.

<http://www.criticarte.com/Page/file/expOct01/ImagenAlegorica.html>

Barnard, M. (2001) Approaches to Understanding Visual Culture. Inglaterra: Palgrave Macmillan.

Correa, F. G. (localizado en agosto de 2003). Visibilidad-Tecnología de la visión.
http://www.antroposmoderno.com/antro-articulo.php?id_articulo=230

Darley, A. (2002). Cultura visual digital: espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación. España: Ediciones Paidós Ibérica.

Fernández Martínez, D. (2002). Mutación de memes: Cultura visual y estética de la violencia en las imágenes de los medios de comunicación de masas. Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado, 5(4). Universidad de Alcalá de Henares
<http://www.aufop.org/publica/reifp/articulo.asp?pid=211&docid=963>

Gómez M, C. (localizado en julio de 2003). POST-DISEÑO: El análisis crítico del discurso visual. Universidad de Chile. Facultad de arquitectura y urbanismo (Conferencia)
<http://www.uchile.cl/cultura/visual/conferencia.html>

Hall, S. & Evans, J. (Eds) (2000). Visual Culture: The Reader. Seattle, WA: Sage Publications.

Howells, R., Gill, R. (2002). Visual Culture: An Introduction. Reino Unido: Polity Press.

Mirzoeff, N. (2003). Una introducción a la cultura visual. España: Ediciones Paidós Ibérica.

Razón y palabra (localizado en julio de 2003). La seducción de la imagen.
<http://www.razonypalabra.org.mx/seducccion/pres.html>

Rose, G. (2001). Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials. Seattle, WA: Sage Publications.

Sartori G. (1998). Homo videns. La sociedad teledirigida. Madrid:Taurus.

Sturken, M. & Cartwright L. (2001). Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture. Oxford: Oxford University Press.

