



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

PROGRAMA DE ESTUDIOS

UNIDAD	CUAJIMALPA	DIVISION	CIENCIAS DE LA COMUNICACION Y DISEÑO	1 / 3
NOMBRE DEL PLAN LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION				
CLAVE	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE		CRED.	8
4501024	GEPOLITICA Y GEOCULTURA DE LA COMUNICACION		TIPO	OBL.
H.TEOR. 4.0	SERIACION		TRIM.	
H.PRAC. 0.0			VII AL XII	

OBJETIVO(S) :

General:

Que al final de la UEA el alumno sea capaz de:
Identificar y comprender la relación entre la geopolítica, geocultura y comunicación en el marco del desarrollo histórico y el análisis del capitalismo global.

Específicos:

Que al final de la UEA el alumno sea capaz de:

1. Entender los conceptos claves y directrices de análisis de la geopolítica contemporánea.
2. Identificar el nuevo mapa mundial, moldeado a partir de la cambiante geografía cultural, consecuencia de las migraciones, las comunidades diaspóricas y las industrias culturales.
3. Identificar el papel económico de las industrias culturales, de las grandes empresas de telecomunicaciones y de tecnologías digitales.
4. Introducirse en el conocimiento de la normatividad internacional y regional, de la comunicación y la cultura, para pensar el nuevo orden comunicativo internacional.

CONTENIDO SINTETICO:

1. Introducción a la geopolítica y a la geocultura.
 - 1.1 Conceptos de la geopolítica contemporánea.
 - 1.2 La geopolítica y la geocultura en las dinámicas históricas internacionales del poder.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

ADECUACION
... PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 461

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

NOMBRE DEL PLAN	LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	2/ 3
CLAVE	4501024	GEOPOLITICA Y GEOCULTURA DE LA COMUNICACION

2. Geopolítica de la información.
 - 2.1 La aparición de las redes técnicas.
 - 2.2 Información y lógicas de guerra.
 - 2.3 La dependencia e imperialismo cultural.
3. Los retos del nuevo orden internacional de la comunicación y la diversidad cultural.
 - 3.1 ¿Un solo mundo voces múltiples?.
 - 3.2 La Unesco y la diversidad cultural.
 - 3.3 Las políticas de comunicación y cultura.
4. Las industrias culturales y capitalismo global.
 - 4.1 Industrias culturales y nuevas tecnologías.
 - 4.2 Dinámicas y tendencias de las empresas globales de la comunicación, tecnología y las telecomunicaciones.
 - 4.3 Roles socioculturales de las Industrias Culturales y su relación con las identidades nacionales y diaspóricas.

MODALIDADES DE CONDUCCION DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:

- Exposición temática del profesor.
- Investigación documental.
- Exposición grupal.
- Reportes de lectura.
- Participación de los alumnos.
- Entrega de trabajos escritos.
- Uso de la tecnología para el aprendizaje.


MODALIDADES DE EVALUACION:

Evaluación Global:

- Reportes escritos de los trabajos realizados durante las sesiones de clase.
- Tareas individuales.
- Evaluaciones periódicas.
- Participación en las discusiones.
- Evaluación final.

Evaluación de Recuperación:

- El alumno deberá presentar una evaluación que contemple todos los contenidos de la UEA.
- No requiere inscripción previa a la UEA.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

ADECUACION
PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 461

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

BIBLIOGRAFIA NECESARIA O RECOMENDABLE:

1. Albornoz, L.A. y Leiva, M.T.G. (2017). Diversidad e industrias audiovisuales: El desafío cultural del siglo XXI. México: Fondo de Cultura Económica.
2. Albornoz, L.A. y Leiva M.T.G. (Eds.) (2017). El audiovisual en la era digital: políticas y estrategias para la diversidad. Madrid: Cátedra.
3. Birkinbine, B., Gómez, R. & Wasko, J. (Eds.) (2017) Global media giants. New York: Routledge.
4. Bustamante, E., (coor.) (2003) Hacia un nuevo sistema de comunicación mundial. Las industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa.
5. Friedman, G. (2010) The next 100 years: a forecast for the 21st century. New York: Anchor.
6. García Canclini, N. (2004) Diferentes, desiguales y desconectados. Barcelona: Gedisa.
7. Giddens, A. (2000) Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas. Madrid: Taurus.
8. Harvey, D. (2007) Breve historia del neoliberalismo. Madrid: Akal.
9. Mattelart, A. (2002) Geopolítica de la cultura. Bogotá: Desde Abajo.
10. MacBride S. et al (1993) Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. México: FCE.
11. Miller, T. y Yúdice, G. (2004) Política cultural. Barcelona: Gedisa.
12. Nogué, F. y Rufi J. (2001) Geopolítica, identidad y globalización. Madrid: Ariel.
13. Ortiz R. (2005) Mundialización: Saberes y creencias. Barcelona: Gedisa.
14. O'tuathail, G. (2001) The geopolitics reader. London: Routledge.
15. Ruiz, E.E.S. (2003) Hollywood y su hegemonía planetaria: Una aproximación histórico estructural (Vol.28) México: Universidad de Guadalajara.
16. Schiller, H. (1999) Mass Communications and American Empire. Boulder: Westview Press.
17. Schiller, H. (1993) Cultura, S.A. La apropiación corporativa de la expresión pública. México: Universidad de Guadalajara.
18. Smith, A. (1989) La geopolítica de la información. Cómo la cultura occidental domina al mundo. México: FCE.
19. Throsby, D. (2001) Economía y Cultura. Madrid: Cambridge University Press.
20. Wallerstein, I. (2007) Geopolítica y Geocultura. Ensayos sobre el moderno sistema mundial. Barcelona: Kairós.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

ADECUACION
PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 461

EL SECRETARIO DEL COLEGIO