

UNIDAD: <b>Cuajimalpa</b>		DIVISIÓN <b>Ciencias de la Comunicación y Diseño</b>	
NIVEL: <b>Licenciatura</b>		EN <b>Ciencias de la Comunicación</b>	
CLAVE: <b>450124</b>	UNIDAD DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE: <b>Geopolítica y geocultura de la comunicación</b>		TRIM: <b>VII al XII</b>
HORAS TEORÍA: <b>4</b>	SERIACIÓN		CRÉDITOS: <b>8</b>
HORAS PRÁCTICA: <b>0</b>			OPT/OBL: <b>OBL.</b>

## OBJETIVOS

### GENERAL:

Que al final del curso, el alumno sea capaz de:

Identificar y comprender la relación entre geopolítica, geocultura y comunicación en el marco del desarrollo histórico y el análisis del Capitalismo Global.

### PARCIALES:

Que al final del curso, 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 SINTÉTICO

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
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 imperielismo cultural
3. Los retos del nuevo orden internacional de la comunicación y la diversidad cultural
  - 3.1 ¿Un solo mundo voces múltiples?

NOMBRE DEL PLAN <b>Licenciatura en Ciencias de la Comunicación</b>		<b>2/3</b>
CLAVE <b>450124</b>	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE <b>Geopolítica y geocultura de la comunicación</b>	

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 CONDUCCIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

### MODALIDADES DE EVALUACIÓN

#### 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 del curso.

### BIBLIOGRAFÍA NECESARIA O RECOMENDABLE

Albornoz, L. A., y Leiva, M. T. G. (2017). *Diversidad e industrias audiovisuales: El desafío cultural del siglo XXI*. México: Fondo de Cultura Económica.

Albornoz, L. A., y Leiva, M. T. G. (Eds.). (2017). *El audiovisual en la era digital: políticas y estrategias para la diversidad*. Madrid: Cátedra.

Birkinbine, B., Gómez, R., & Wasko, J. (Eds.). (2017). *Global media giants*. New York: Routledge.

Bustamante, E., (coor.) (2003). *Hacia un nuevo sistema de comunicación mundial. Las industrias*

NOMBRE DEL PLAN <b>Licenciatura en Ciencias de la Comunicación</b>		<b>3/3</b>
CLAVE <b>450124</b>	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE <b>Geopolítica y geocultura de la comunicación</b>	

*culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.

Friedman, G. (2010). *The next 100 years: a forecast for the 21st century*. New York: Anchor.

García Canclini, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados*. Barcelona: Gedisa.

Giddens, A. (2000). *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid: Taurus.

Harvey, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo*. Madrid: Akal.

Mattelart, A. (2002). *Geopolítica de la cultura*. Bogotá: Desde Abajo.

MacBride, S., et al (1993). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México: FCE.

Miller, T. y Yúdice, G. (2004). *Política cultural*. Barcelona: Gedisa.

Nogué, F. y Rufi J. (2001). *Geopolítica, identidad y globalización*. Madrid: Ariel.

Ortiz R. (2005). *Mundialización: Saberes y creencias*. Barcelona: Gedisa.

O'tuathail, G. (2001). *The geopolitics reader*. London: Routledge.

Ruiz, E. E. S. (2003). *Hollywood y su hegemonía planetaria: Una aproximación histórico-estructural* (Vol. 28). México: Universidad de Guadalajara.

Schiller, H (1999). *Mass Communications and American Empire*. Boulder: Westview Press.

Schiller, H. (1993) *Cultura, S.A. La apropiación corporativa de la expresión pública*. México: Universidad de Guadalajara.

Smith, A. (1989). *La geopolítica de la información. Cómo la cultura occidental domina al mundo*. México: FCE.

Throsby, D. (2001). *Economía y Cultura*. Madrid: Cambridge University Press.

Wallerstein, I. (2007). *Geopolítica y Geocultura. Ensayos sobre el moderno sistema mundial*. Barcelona: Kairós.