

Propuesta de Seminario Optativo Monográfico.

Título: Estructura de los medios de comunicación en América Latina.

Campo de conocimiento: cultura.

Responsable, Dra. Florence Toussaint Alcaráz.

Día: jueves.

Horario: 10-14 hrs.

Lugar: Edificio de Posgrado.

Programa del curso.

Objetivos: Conocer la estructura de los medios de comunicación en América Latina con el fin de elaborar un mapa de las principales empresas y de los grupos trasnacionales que operan en la región. A partir de dicho mapa inferir la oferta de contenidos y la audiencia.

Temática:

- I. Teoría de las industrias culturales. Los conceptos de estructura, grupos y mapa.
- II. Teorías de la economía política de la comunicación y la cultura.
- III. Teorías de los estudios culturales.
- IV. Metodología. Análisis comparativo estadístico. Desarrollo histórico, semejanzas y diferencias.
- V. Muestra de países para el trabajo empírico.

Bibliografía:

- Bolaño, César (2004) *Mercado brasileiro de televisao*, EDUC, São Paulo.
- Bolaño, César (2013) *Industria cultural, información y capitalismo*, Gedisa, Barcelona.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2009) *Los dueños de la palabra*, Prometeo, Buenos Aires.
- Bustamante, E. (coord.) (2003) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Gedisa, Barcelona.
- Cruz Brittos, Valerio y Bolaño, César (2009) *Rede Globo, 40 anos de poder e hegemonia*. Paulus, São Paulo.

- M. Ferguson y P. Golding(eds) (1997) *Economía política y estudios culturales*, Bosch, Barcelona.
- Getino, O. (1984) *Cultura, comunicación y desarrollo en América Latina*, Edimédicos, Buenos Aires.
- Mastrini G. y Bolaño, C. (1999) *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*, Biblos, Buenos Aires.
- Mastrini G. y Becerra M. (2006) *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Prometeo, Buenos Aires.
- Orozco G. (2002) *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona.
- Portos, I. (2013) *Televisa y Globo en la convergencia digital*, IIE-UNAM, México.
- Zallo, R. (1988) *Economía de la comunicación y la cultura*, Akal/Comunicación, Madrid.