

MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN  
MÁSTER UNIVERSITARIO EN TEORÍA CRÍTICA DE LA CULTURA

**GEPOLÍTICAS DEL AUDIOVISUAL**

**CURSO 2023-2024**

Profesor: Dr. Luis A. Albornoz

Día y horario: miércoles, 10:00 a 11:30 – 11:45 a 13:15 horas.

Aula: 18.0.A04.

Se celebrarán 24 sesiones (de 1:30 horas de duración cada una), a lo largo de 12 semanas consecutivas (excluyendo los festivos). Durante la primera sesión, el docente a cargo presentará los aspectos más sobresalientes de las problemáticas a abordar; la segunda sesión se abrirá a la discusión de todos los participantes a partir de las lecturas obligatorias.

Sesión	Fecha	Temario
<b>1</b>	31/01	<b>Introducción</b>
<b>2</b>	07/02	<b>Transnacionalización de las industrias culturales</b>
<b>3</b>	14/02	<b>Imperialismo cultural I</b>
<b>4</b>	21/02	<b>Imperialismo cultural II</b>
<b>5</b>	28/02	<b>Imperialismo de plataformas</b>
<b>6</b>	06/03	<b>Netflix: ¿nuevo agente del imperialismo?</b>
<b>7</b>	13/03	<b>Netflix en América Latina</b>
<b>8</b>	20/03	<b>Netflix como actor político</b>
Semana Santa 2024		
<b>9</b>	03/04	<b>Estudios de caso – presentaciones a cargo de estudiantes*</b>
<b>10</b>	10/04	<b>Estudios de caso</b>
<b>11</b>	17/04	<b>Estudios de caso</b>
<b>12</b>	24/04	<b>Estudios de caso</b>
<b>13</b>	08/05	<b>Recuperaciones y tutorías</b>
Exámenes ordinarios: 22/05 entrega de trabajo final (entre 1.500 y 2.000 palabras).		
Exámenes extraordinarios: 19/06.		

\*Estudios de caso: expansión internacional de servicios audiovisuales (operadores de servicios de televisión, servicios de video-on-demand)

## Sesión 1. Introducción: Geopolítica y cultura

Presentación de la asignatura.

Presentación de las líneas de investigación del grupo de investigación Diversidad Audiovisual:  
[www.diversidadaudiovisual.org](http://www.diversidadaudiovisual.org).

## Sesión 2. Transnacionalización de las industrias culturales

Lecturas:

**Schiller, Herbert** (1977). 'La comercialización internacional de la radiodifusión'. En *El imperialismo U.S.A. en la comunicación de masas*. Madrid: Akal Editor. Pp. 109–124.

**Nordstreng, Kaarle y Varis, Tapio** ([1974] 1976). *¿Circula la televisión en un único sentido? Examen y análisis de la circulación de los programas de televisión en el mundo*. París: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134279>

**Guback, Thomas y Varis, Tapio** (1982). *Transnational communication and cultural industries*. París: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000052539>

## Sesión 3. Imperialismo cultural I

Lecturas:

**Boyd-Barret, Oliver** ([1977] 1981): 'El imperialismo de los medios: hacia un marco internacional para el análisis de los sistemas de medios'. En James Curran, (eds.): *Sociedad y comunicación de masas*. Ciudad de México: FCE.

**Mattelart, Armand** (2002). '¿Hacia la mundialización de la cultura?'. En A. Mattelart: *Geopolítica de la cultura*. Bogotá: Ediciones desde abajo. Pp. 85–103.

## Sesión 4. Imperialismo cultural II

Lecturas:

**Straubhaar, Joseph** (1991). 'Beyond Media Imperialism: Assymetrical Interdependence and Cultural Proximity', *Critical Studies in Media Communication*, 39–59.  
<https://doi.org/10.1080/15295039109366779>

**Schiller, Herbert I.** (1991). 'Not yet the post-imperialist era', *Critical Studies in Mass Communication*, 8(1): 13–28.

## Sesión 5. Imperialismo de plataformas

Lecturas:

**Srnicek, Nick** (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra. Capítulo 2, págs. 39–86.

**Jin, Dal Yong** (2017). 'The Evolution of Imperialism in the 21st Century'. En D.Y. Jin: *Digital Platforms, Imperialism and Political Culture*. Londres/Nueva York: Routledge. Capítulo 2, págs. 22–45.

**Boyd-Barrett, Oliver** (2024). 'Media Imperialism in Global Context'. En L. Artz (ed.): *Global Media Dialogues. Industry, Politics, and Culture*. Routledge.

## Sesión 6. Netflix: ¿nuevo agente del imperialismo?

Lecturas:

**Lobato, Ramon** (2019). 'Content, Catalogs, and Cultural Imperialism'. En R. Lobato: *Netflix Nations. The Geography of Digital Distribution*. New York: NYU Press. Pp. 135–161.

- Park, Ji Hoon; Kim, Kritin April y Lee, Yongsuk** (2023). 'Netflix and Platform Imperialism: How Netflix Alters the Ecology of the Korean TV Drama Industry', *International Journal of Communication*, 17: 72–91. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/18468/3985>.
- Lotz, Amanda. D; Eklund, Oliver y Soroka, Stuart** (2022) 'Netflix, library analysis, and globalization: rethinking mass media flows', *Journal of Communication*, 511–521.

### **Sesión 7. Netflix en América Latina**

Lecturas:

- Albornoz, Luis A. y Krakowiak, Fernando** (2023). 'Netflix's first decade of presence in Latin America'. En C. Ithurbide, P. Bouquillion y T. Mattelart (eds.). *Digital Platforms in the Global South: Shaping a Critical Approach*. Londres: Routledge. Pp. 128–146.
- Penner, Tomaz Affonso y Straubhaar, Joseph D.** (2020). 'Títulos originais e licenciados com exclusividade no catálogo brasileiro da Netflix: um mapeamento dos países produtores', *MATRIZES*, 14(1): 125-149. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v14i1p125-149>
- Cornelio-Marí, Elia Margarita** (2020). 'Melodrama mexicano en la era de Netflix: algoritmos para la proximidad cultural', *Comunicación y Sociedad* (Universidad de Guadalajara), e7481: 1–27. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7481>

### **Sesión 8. Netflix como actor político**

- Elkins, Evan** (2021). 'Streaming diplomacy: Netflix's domestic politics and foreign policy'. En D. Y. Jin (ed.): *The Routledge Handbook of Digital Media and Globalization*, New York: Routledge. Pp. 150–57.
- Asmar, Axelle; Raats, Tim y Van Audenhove, Leo** (2022), 'Streaming difference(s): Netflix and the branding of diversity', *Critical Studies in Television*, 18(1), 24-40. <https://doi.org/10.1177/17496020221129516>
- Fernandes, Marina R. y Albornoz, Luis. A.** (2023). 'Netflix as a policy actor: shaping policy debate in Latin America', *Journal of Digital Media & Policy*, 14(2): 249–268 (special issue: Emerging Debates on Internet Platform Policy and Regulation in Latin America).

### **Sesión 9 – 12. Presentación de estudios de caso (estudiantes)**