



**Universidad Autónoma del Estado de México  
Secretaría de Docencia  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



**PROGRAMA DE ESTUDIOS POR COMPETENCIAS**

**I. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

ESPACIO ACADÉMICO: FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES							
<b>PROGRAMA EDUCATIVO:</b> Licenciatura en Comunicación Licenciatura en Ciencia Política y Administración Pública				<b>ÁREA DE DOCENCIA:</b> Acentuación de Ciencia Política y Administración Pública Acentuación de Comunicación			
<b>APROBACIÓN POR LOS CONSEJOS ACADÉMICOS 456 Y DE GOBIERNO 504</b>		<b>Fecha de elaboración:</b> 14 de Diciembre de 2007		<b>Programa Elaborado por:</b> Mtra. Cristina Reyes Montes, Mtro. José Antonio O'Quinn Parrales, Mtro. José Antonio Licea Cadena y Mtro. Alejandro Macedo García			
<b>APROBACIÓN ACTUALIZACIÓN POR LOS HH. CONSEJOS ACADÉMICO (534) Y DE GOBIERNO (587)</b>		<b>Fecha de actualización:</b> 23 de junio de 2011		<b>Actualizado por:</b> Mtro. José Luis Estrada Rodríguez			
<b>APROBACIÓN ACTUALIZACIÓN POR LOS HH. CONSEJOS ACADÉMICO (588) Y DE GOBIERNO (644)</b>		<b>Fecha de actualización:</b> 30 de Agosto 2013		<b>Actualizado por:</b> Mtra. Karina Sánchez García			
<b>APROBACIÓN ACTUALIZACIÓN POR LOS HH. CONSEJOS ACADÉMICO (635) Y DE GOBIERNO (704)</b>		<b>Fecha de actualización:</b> 27 de Enero de 2016		<b>Actualizado por:</b> Mtra. Karina Sánchez García			
<b>APROBACIÓN ACTUALIZACIÓN POR LOS HH. CONSEJOS ACADÉMICO (686) Y DE GOBIERNO (763)</b>		<b>Fecha de actualización:</b> 27 de Septiembre de 2018		<b>Actualizado por:</b> Mtra. Karina Sánchez García, Mtra. Karla Ivonne Brito Gómez y Mtro. Eduardo Garduño Campa			
<b>NOMBRE DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:</b> Poder y medios de comunicación							
CLAVE	HORAS DE TEORÍA	HORAS DE PRÁCTICA	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS	TIPO DE UNIDAD DE APRENDIZAJE	CARÁCTER DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE	NÚCLEO DE FORMACIÓN
L42859	4	0	4	8	Curso	Optativa	Áreas de acentuación
<b>PRERREQUISITOS:</b> Conocimientos básicos sobre Comunicación, Medios de Comunicación, Ciencia Política y Derecho de la Información				<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE ANTECEDENTE:</b> Se sugiere haber cursado: Sistema Político Mexicano Derecho de la Información		<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE CONSECUENTE:</b> Comunicación Política Opinión Pública	
<b>PROGRAMAS ACADÉMICOS EN LOS QUE SE IMPARTE:</b> Licenciatura en Comunicación Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública							



## II. PRESENTACIÓN

La unidad de aprendizaje *Poder y medios de comunicación*, permitirá al estudiante conocer y comprender la discusión en torno al poder que los medios de comunicación masiva pueden detentar sobre los individuos, así como analizar la relación que se ha generado entre los medios de comunicación y los grupos de poder en el mundo y en México, a partir del conocimiento de las causas y consecuencias (políticas, económicas y sociales) de ésta relación.

Para ello se considera que el poder de los medios de comunicación masiva no es inexistente ni exorbitante, sino de carácter variable, dependiente de las circunstancias, de la clase de medios y del público al cual se dirigen. Los medios de comunicación masiva constituyen uno de los referentes a partir de los cuales los individuos conceptualizan su entorno y pueden establecer la agenda de un país, en virtud de que el público obtiene la mayor parte de la información de aquellos (véase Carpizo 1999). En este sentido, en una democracia liberal, de éstos se esperaría que pudieran llevar a cabo, sobre todo, tres funciones esenciales: a] informar a la ciudadanía y a la población en general sobre los asuntos públicos más relevantes de forma contextualizada, analítica e imparcial; b] servir como arena abierta de debates sobre los temas de la vida pública, de modo que se pueda reflejar en ella el mayor número de puntos de vista, y c] ser vigilantes — *watchdogs*— a favor de la ciudadanía y de una sociedad abierta contra los abusos del poder, los actos de corrupción y los excesos en el uso de la autoridad (Guerrero, 2006).

No obstante, la implementación de medidas tendientes a la privatización y desregulación de los medios de comunicación masiva, así como las transformaciones que en el ámbito tecnológico han tenido las industrias de la información y la comunicación han favorecido la concentración de las empresas de comunicación a nivel mundial (conformando *holdings* y *tusts*), con repercusiones poco favorables al interior de los Estados-nación. Muchos medios en pocas manos, significa restricciones para alcanzar la diversidad de perspectivas que los ciudadanos tienen derecho a recibir acerca de los asuntos públicos (Trejo, 2010:21).



**III. NORMAS DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

<b>DEL PROFESOR</b>	<b>DEL ALUMNO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cubrir con el programa al 100%</li> <li>▪ Asistencia al 100% de las sesiones programadas</li> <li>▪ Establecer el sistema de evaluación en la primera sesión del curso</li> <li>▪ Otorgar calificación al alumno</li> <li>▪ Retroalimentación y evaluación oportuna de los temas abordados</li> <li>▪ Promover el trabajo en equipo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cubrir la asistencia mínima del 80%</li> <li>▪ Puntualidad</li> <li>▪ Presentarse a las evaluaciones programadas puntualmente</li> <li>▪ Leer la bibliografía indicada por el profesor e investigar el tema por clase</li> <li>▪ Disposición para el trabajo en equipo e integración académica</li> <li>▪ Entrega de trabajos en tiempo y forma</li> </ul>

**IV. PROPÓSITO GENERAL**

Contar con elementos teórico-prácticos para identificar, analizar y evaluar las relaciones que se establecen entre los grupos de poder políticos y económicos con los medios de comunicación y la forma como estos pueden condicionar su funcionamiento.

Formar un criterio analítico y propositivo tanto en el ámbito político como el mediático; comprendiendo los procesos políticos y su relación con los medios de información para generar propuestas políticas viables, así como analizar las relaciones de poder entre los actores políticos, los medios informativos y su impacto social tomando en cuenta los actores involucrados en el quehacer público desde la perspectiva mediática.

**V. COMPETENCIAS GENÉRICAS**

- Para conocer, entender, analizar y aplicar los fundamentos de la filosofía y de la teoría política, y así tener una visión totalizadora de la realidad que posibilite comprender la dinámica del ejercicio del poder político; así como contar con la capacidad de examinar los fenómenos políticos y de sistemas políticos en México y el mundo.
- Para conocer, comprender y analizar la importancia que revisten los medios de comunicación en el ejercicio del poder político y su vinculación con la acción social, sin perder de vista el papel que debe asumir la ética en el campo de la comunicación política
- Para conocer y comprender críticamente el entorno mundial, nacional, estatal y regional con un enfoque pluralista, integrador y democrático.



- Para la búsqueda, organización, aprovechamiento, procesamiento, análisis, interpretación de datos e información relevante respecto a casos, proyectos y problemas específicos.
- Aptitud para la toma de decisiones
- Conciencia clara y comprometida con los problemas y las necesidades regionales, nacionales y mundiales, sin perder de vista el papel que debe asumir la ética en el campo de la comunicación.

#### VI. ÁMBITO DE DESEMPEÑO

- Asesoría en análisis sobre medios de comunicación
- Estudios sobre seguimiento de medios y análisis de contenido

#### VII. ESCENARIOS

- Aula
- Biblioteca y hemeroteca
- Uso de medios digitales (internet)

#### VIII. NATURALEZA DE LA COMPETENCIA

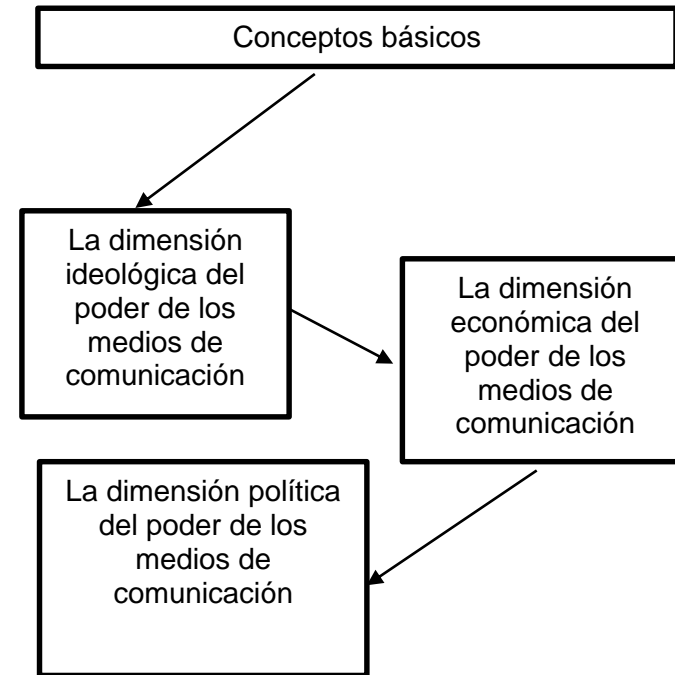
Complejidad creciente y ámbito diferenciado al ser una unidad de aprendizaje de carácter de acentuación. Debido a ser multidisciplinaria con diversas unidades de aprendizaje como: ciencia política, computación y comunicación, principalmente; además de conocimiento de sociología y estadística. La unidad de aprendizaje *Poder y Medios de Comunicación* permitirá su aplicación en el ejercicio profesional y/o investigativo otras áreas de la ciencia social.



**IX. ESTRUCTURA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE SECUENCIA DIDÁCTICA**

**X. SECUENCIA DIDÁCTICA**

- 1. Conceptos básicos.** La discusión en torno al poder con énfasis en la distinción entre entender al poder como un recurso o bien como una capacidad relacional.
- 2. La dimensión ideológica del poder de los medios de comunicación**  
Las aportaciones de las teorías sobre los efectos de los medios de comunicación masiva permitirán contar con las bases para determinar de forma objetiva el *poder de los medios de comunicación masiva* en la sociedad actual.
- 3. La dimensión económica del poder de los medios de comunicación.**  
A partir de la identificación de los diferentes procesos de concentración de las empresas de comunicación a nivel mundial, sus causas y consecuencias, se busca ubicar a los medios de comunicación como uno de los actores centrales en la toma de decisiones democrática
- 4. La dimensión política del poder de los medios de comunicación.** En el marco de la discusión en torno a los medios de comunicación y democracia, se busca identificar las funciones que éstos deben desempeñar así como las transformaciones que su uso han generado en las sociedades democráticas (la desacralización de lo político, la fragmentación de la escena pública, etc.) y la incidencia de los medios como actores en la toma de decisiones pública.





**XI. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DE COMPETENCIA**

UNIDAD DE COMPETENCIA I	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
<p>Conceptos básicos</p> <p>La discusión en torno al poder con énfasis en la distinción entre entender al poder como un recurso o bien como una capacidad relacional.</p>	<p>Definición de Poder</p> <p>El poder como recurso</p> <p>Tipos de poder</p> <p>El poder como resultado de una relación</p>	<p>Análisis de información</p> <p>Capacidad de crítica</p> <p>Habilidad para el diálogo</p> <p>Búsqueda de información</p>	<p>Participación en las discusiones de grupo</p> <p>Interés por la investigación</p> <p>Postura crítica</p>	<p>Equidad</p> <p>Honestidad</p> <p>Respeto</p> <p>Tolerancia</p>
<b>ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS</b>		<b>RECURSOS REQUERIDOS</b>		<b>TIEMPO DESTINADO</b>
<p>Discusión dirigida por el docente</p> <p>Lectura previa por parte de los estudiantes</p>		<p>Laptop y cañón</p> <p>Pintarrón</p>		10 hrs. Teóricas
<b>EVIDENCIA</b>				<b>PONDERACIÓN</b>
<b>PRODUCTOS</b>	<b>CRITERIOS DE DESEMPEÑO</b>			
<p>Ensayo</p>	<p>Elaboración de un texto académico corto (1000 a 1500 palabras) en el que los estudiantes, a partir de la discusión en torno al poder, responda a la pregunta ¿Los medios de comunicación tienen poder?</p>			
<p>Controles de lectura</p>	<p>Elaboración de controles de lectura, tareas y participación en clase a partir de la lectura previa.</p>			10 % (Calificación total)



**Universidad Autónoma del Estado de México**  
**Secretaría de Docencia**  
**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



UNIDAD DE COMPETENCIA II	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
<p><b>La dimensión ideológica del poder de los medios de comunicación</b></p> <p>Las aportaciones de las teorías sobre los efectos de los medios de comunicación masiva permitirán contar con las bases para determinar de forma objetiva el <i>poder de los medios de comunicación masiva</i> en la sociedad actual.</p>	<p>Consumo mediático</p> <p>Teorías sobre los efectos de los medios de comunicación</p> <p>De la aguja hipodérmica al establecimiento de la agenda</p>	<p>Análisis de información</p> <p>Capacidad de crítica</p> <p>Habilidad para el diálogo</p> <p>Búsqueda de información</p>	<p>Participación en las discusiones de grupo</p> <p>Interés por la investigación</p> <p>Postura crítica</p>	<p>Equidad</p> <p>Honestidad</p> <p>Respeto</p> <p>Tolerancia</p>
<b>ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS</b>		<b>RECURSOS REQUERIDOS</b>		<b>TIEMPO DESTINADO</b>
<p>Discusión dirigida por el docente</p> <p>Lectura previa por parte de los estudiantes</p>		<p>Laptop y cañón</p> <p>Pintarrón</p>		10 hrs. Teóricas
<b>EVIDENCIA</b>				<b>PONDERACIÓN</b>
<b>PRODUCTOS</b>	<b>CRITERIOS DE DESEMPEÑO</b>			
Cuadro comparativo	Elaboración de un cuadro comparativo sobre las distintas teorías de comunicación que tienen por objeto el análisis de los efectos de los medios			10% (Calificación total)
Controles de lectura	Elaboración de controles de lectura, tareas y participación en clase a partir de la lectura previa			10 % (Calificación total)



**Universidad Autónoma del Estado de México**  
**Secretaría de Docencia**  
**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



UNIDAD DE COMPETENCIA III	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
<p><b>La dimensión económica del poder de los medios de comunicación</b></p> <p>A partir de la identificación de los diferentes procesos de concentración de las empresas de comunicación a nivel mundial, sus causas y consecuencias, se busca ubicar a los medios de comunicación como uno de los actores centrales en la toma de decisiones democrática</p>	<p>¿Qué es la concentración?</p> <p>Tipos de concentración</p> <p>Causas y consecuencias de la concentración en industrias culturales en un contexto de mundialización y formas neoliberales.</p>	<p>Análisis de información</p> <p>Capacidad de crítica</p> <p>Habilidad para el diálogo</p> <p>Búsqueda de información</p>	<p>Participación en las discusiones de grupo</p> <p>Interés por la investigación</p> <p>Postura crítica</p> <p>Análisis y manejo de información</p>	<p>Equidad</p> <p>Honestidad</p> <p>Tolerancia</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Responsabilidad</p>
<b>ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS</b>		<b>RECURSOS REQUERIDOS</b>		<b>TIEMPO DESTINADO</b>
<p>Discusión dirigida por el docente</p> <p>Lectura previa por parte de los estudiantes</p> <p>Exposición de casos (trabajo en equipo)</p>		<p>Laptop y cañón</p> <p>Periódicos</p> <p>Lecturas</p>		10 hrs. Teóricas
<b>EVIDENCIA</b>				<b>PONDERACIÓN</b>
<b>PRODUCTOS</b>	<b>CRITERIOS DE DESEMPEÑO</b>			
Estructura de negocios	Entrega por escrito y exposición de la estructura de negocios de un grupo radiofónico o relevante en el sector de telecomunicaciones o las industrias culturales, que contenga: nombre de las empresas que conforman el grupo organizadas según el mercado en el que participan, datos de identificación de los accionistas principales o dueños de los medios e identificación de otras empresas con las que se encuentran vinculados los dueños de medios.			10% (Calificación total)
Controles de lectura y participación en clase	Elaboración de controles de lectura, tareas y participación en clase a partir de la lectura previa			5 % (Calificación total)
Exposición de casos	Presentación de casos: internacionales, regionales, nacionales o locales para estudiar las implicaciones económicas y sociales de la concentración de los medios de comunicación			10% (Calificación total) Los estudiantes elegirán un solo caso en todo el curso





**Universidad Autónoma del Estado de México**  
**Secretaría de Docencia**  
**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



UNIDAD DE COMPETENCIA IV	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
<p><b>La dimensión política del poder de los medios de comunicación.</b></p> <p>En el marco de la discusión en torno a los medios de comunicación y democracia, se busca identificar las funciones que éstos deben desempeñar así como las transformaciones que su uso han generado en las sociedades democráticas (la desacralización de lo político, la fragmentación de la escena pública, etc.) y la incidencia de los medios como actores en la toma de decisiones pública.</p>	<p>Medios de comunicación y democracia [Teoría Acción comunicativa]</p> <p>Funciones de los medios de comunicación</p> <p>Videopoder</p> <p>Proceso de toma de decisiones: Interacción entre diferentes actores y Arenas de discusión</p>	<p>Análisis de información</p> <p>Capacidad de crítica</p> <p>Habilidad para el diálogo</p> <p>Búsqueda de información</p>	<p>Participación en las discusiones de grupo</p> <p>Interés por la investigación</p> <p>Postura crítica</p> <p>Análisis y manejo de información</p>	<p>Equidad</p> <p>Honestidad</p> <p>Tolerancia</p> <p>Trabajo en equipo</p>
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		RECURSOS REQUERIDOS		TIEMPO DESTINADO
<p>Discusión dirigida por el docente</p> <p>Lectura previa por parte de los estudiantes</p> <p>Exposición de casos</p>		<p>Laptop y cañón</p> <p>Pintarrón</p> <p>Periódicos</p> <p>Lecturas</p>		<p>10 hrs. Teóricas</p>
EVIDENCIA				PONDERACIÓN
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO			
Proyecto	Realizar un seguimiento de medios en torno a algún tema que permita ejemplificar la relación entre medios y actores políticos en equipos de máximo 3 integrantes.			20% (Calificación total)
Controles de lectura	Elaboración de controles de lectura, tareas y participación en clase a partir de la lectura previa			5 % (Calificación total)
Exposición de casos	Presentación de casos sobre la importancia de los medios de comunicación y su participación para consolidar la vida política democrática; o bien sobre la interacción de los diferentes actores participantes en la toma de decisiones.			10% (Calificación total) Los estudiantes elegirán un solo caso en todo el curso



**XII. EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN**

UNIDAD DE APRENDIZAJE	PRODUCTO	PORCENTAJE	TOTAL
I	Ensayo sobre “¿los medios de comunicación tienen poder?”	10%	10%
II	Cuadro comparativo sobre teorías sobre los efectos de los medios de comunicación	10%	10%
III	Estructura de negocios	10%	10%
IV	Proyecto (seguimiento de medios)	20%	20%
I – IV	Controles de lectura	30%	30%
I - IV	Exposición de casos	20%	20%

**XIII. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA**

No.	Título	Unidades	Clasificación/ Localización
1.	CASTELLS, Manuel (2009): “¿Qué es el poder?”, en Comunicación y poder, Alianza Editorial.	1	HM1206 .C3718 2012
2.	WEBER, Max “Poder y dominación”, en Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva, FCE, México, pp. 43-44.	1	HB 175 W42 1964
3.	FOUCAULT, Michel (2007) El dispositivo de la sexualidad, en Historia de la sexualidad I. La voluntad de saber. México S. XXI. Págs. 93-161.	1	Disponible en: <a href="http://ccemx.org/wp-content/uploads/2016/06/Michel-Foucault.-Historia-de-la-sexualidad-I.-La-voluntad-de-saber.-Siglo-XXI-Editores.-M%C3%A9xico.-2007.pdf">http://ccemx.org/wp-content/uploads/2016/06/Michel-Foucault.-Historia-de-la-sexualidad-I.-La-voluntad-de-saber.-Siglo-XXI-Editores.-M%C3%A9xico.-2007.pdf</a>
4.	VALLÉS, Josep (2000) “¿Qué es poder político?”, en Ciencia política: una introducción, Barcelona, Alianza Editorial, pp. 31-43.	1	JA69.S6 .V35 2003



Universidad Autónoma del Estado de México  
Secretaría de Docencia  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



No.	Título	Unidades	Clasificación/ Localización
5.	FREEDMAN, Des (2013) “The Puzzle of Media Power: Notes Toward a Materialist Approach”, en International Journal of Communication, No. 8 pp. 319-334. Disponible en: <a href="http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2081">http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2081</a>	1	En línea: <a href="http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2081">http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2081</a>
6.	LUCAS MARÍN, Antonio, Carmen García Galera y José Antonio Ruíz (1999) “Estudios generales sobre los efectos de los medios de comunicación”, “Teorías sobre los efectos de los medios de comunicación de masas”, en Sociología de la comunicación, Valladolid, Trotta, pp. 201-260.	2	HM258 L83 2003
7.	BECERRA, Martín y Guillermo Mastrini (2010) “Concentración de los medios en América Latina: tendencias de un nuevo siglo”, en Contexto Digital, no. 18, Universidad de Lima.	3	En línea: <a href="http://fresno.ulima.edu.pe/sf/sf_bdfde.nsf/OtrosWeb/CONT18BECERRA/\$file/03-contratexto18%20BECERRA.pdf">http://fresno.ulima.edu.pe/sf/sf_bdfde.nsf/OtrosWeb/CONT18BECERRA/\$file/03-contratexto18%20BECERRA.pdf</a>
8.	BIRKINBINE, Benjamin J., Rodrigo Gómez y Janet Wasco (2017), Global Media Giants, Routledge, NY.	3	Por adquirir
9.	SARTORI, Giovanni (1999 [1992]) “Videopoder”, en Elementos de teoría política, Alianza Editorial, Madrid, 351-364 pp.	4	JC11 S27
10.	SCARTASCINI, Carlos, Pablo Spiller, Ernesto Stein y Mariano Tomasi (Editores) (2010) El juego político en América Latina: ¿cómo se deciden las políticas públicas?, BID.	4	En línea: <a href="https://publications.iadb.org/handle/11319/332">https://publications.iadb.org/handle/11319/332</a>
11.	GUERRERO, Manuel Alejandro (2010) “Los medios de comunicación y el régimen político”, en Soledad Loaeza y Jean François Prud’homme (coords.) Los grandes problemas de México XIV Instituciones y procesos políticos, México, El Colegio de México, pp. 231-300.	4	En línea: <a href="https://2010.colmex.mx/16tomos/XI V.pdf">https://2010.colmex.mx/16tomos/XI V.pdf</a>
12.	HUGHES, Sallie “The Latin American News Media and the Policymaking Process”, en How Democracy Works. Political Institutions, Actors, and Arenas in the Latin American Policymaking, BID.	4	En línea: <a href="https://issuu.com/idb_publications/docs/book_en_34665">https://issuu.com/idb_publications/docs/book_en_34665</a>



Universidad Autónoma del Estado de México  
Secretaría de Docencia  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



**Bibliografía complementaria**

No.	Título	Unidades	Clasificación/ Localización
1.	BOURDIEU, Pierre (1997), Sobre la televisión, Anagrama, Barcelona.	1	PN4784.T4 B68 2007
2.	GUINSBERG, Enrique, Acerca de los medios de comunicación y construcción de la realidad, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 1994.	1	Por adquirir
3.	NÖELLE NEUMANN, Elizabeth, La espiral del silencio, opinión pública nuestra piel social, España, Paidós, 1995.	1	HM261 .N6 2010
4.	THOMPSON, John B. (1998) “Comunicación y contexto social”, en Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación, Paidós, pp.25-68.	1	HM 258.T465
5.	MINELLO, Nelson (1999). A modo de silabario: para leer a Michel Foucault. México, El Colegio de México.	1	B 2430 F724 A56
6.	CANTÚ, María Elena (2005) Medios y Poder: el papel de la Radio en la Democracia Mexicana. México. Norma.	2	Por adquirir
7.	SARTORI, Giovanni, Homo videns, la sociedad teledirigida, México, Paidós, 2002.	2	QA76.9.C57 S27 2006
8.	MORAES, Dênis (2013) “Sistema midiático, mercantilização cultural e poder mundial”, en Mídia, poder e contrapoder, Boi Tempo editorial. Págs.19-49.	2	Por Adquirir
9.	FERGUSON, Robert (2007) Los Medios Bajo Sospecha: Ideología y Poder en los Medios de Comunicación. España. Gedisa	3	P91.3 .F4718 2007
10.	TREJO Delabre, Raúl (2010) “Muchos medios en pocas manos: concentración televisiva y democracia en América Latina”, en Intercom Revista Brasileña de Ciências da Comunicação, Vol. 33 No. 1, pp. 17-51	3	JA85.2.M6 T75 2005
11.	VILLAMIL, Jenaro (2007) La Guerra Sucia del 2006: Los Medios y los Jueces. México. Grijalbo.	2 y 4	F1236.7 V55 2007
12.	STEIN VELASCO, José Luis F., Democracia y Medios de Comunicación. México. UNAM.	2 y 4	P95.8 .S85 2005



### Filmografía

No.	Título	Unidades
1.	Borchiver, Richard (productor) y Petrie, Daniel (director) (1995), Kissinger and Nixon [De Nixon a Kissinger], [Cinta cinematográfica], Estados Unidos: TNT.	1
2.	Lara, Gerardo (productor y director), (1991), El año perdido, [Cinta cinematográfica], México: Gobierno del Estado de México-UAEM-Consejo para la Cultura y las Artes	1
3.	Larraín, Juan de Dios y Pablo Larraín (productores) y Larraín, Pablo (director), (2012), No, [Cinta cinematográfica] Chile: Fábula.	2
4.	Estrada, Luis (productor y director), (2014), La dictadura perfecta, [Cinta cinematográfica], México: Bandidos Film	2
5.	Heslov, Grant (productor) y Clooney, George (director), (2005) Good Night and Good Luck [Buenas noches y buena suerte], [Cinta cinematográfica] Estados Unidos: 2929 Entertainment.	3
6.	Coblentz, Walter (productor) y Pakula, Alan J. (director), (1976) All the President's Men [Todos los hombres del presidente], [Cinta cinematográfica], Estados Unidos: Wildwood.	4
7.	Levinson, Barry y Robert De Niro (productores) y Levinson, Barry (director), (1997), Wag the dog [Escándalo en la casa blanca], [Cinta cinematográfica] Estados Unidos: New Line Cinema.	4
8.	Renner, Jeremy et al. (Productor) y Cuesta, Michael (director), (2014) Kill the Messenger [Maten al mensajero], [Cinta cinematográfica], Estados Unidos: Bluegrass Films y The Combine.	4
9.	Golin, Steve (productor) y McCarthy, Tom (director), (2015), Spotlight [En primera plana], [Cinta cinematográfica], Estados Unidos: Anonymous Content-Participant Media-First Look Media-Rocklin/Faust.	4
10.	Spielberg, Steven; Kristie Macosko Krieger y Amy Pascal (prouctores) y Spielberg, Steven (director), (2017), The Post [Los archivos del Pentágono], [Cinta cinematográfica], Estados Unidos: Amblin Entertainment, DreamWorks, Amblin Partners, 20th Century Fox, Participant Media, Pascal Pictures, Star Thrower Entertainment.	4
11.	Poitras, Laura; Mathilde Bonnefoy y Dirk Wilutzky (productores) y Poitras Laura (directora) (2014) Citizen four [Documental], Estados Unidos-Alemania: Praxis Films-Participant Media-HBO Films.	4