

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN



**PROGRAMA DE ESTUDIOS
HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO**

Elaboró:	Dr. Juan Luis Ramírez Torres	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Dra. Martha Isabel Ángeles Constantino	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Dra. Claudia Elisa López Miranda	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtra. Virginia Mercado Flores	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Lic. Héctor Javier Pérez Monter	Unidad Académica Profesional Huehuetoca

**Fecha de
aprobación:**

H. Consejo Académico

Acta No. 723
28 de agosto de 2020

H. Consejo de Gobierno

Acta No. 802
28 de agosto de 2020

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	5
IV. Objetivos de la formación profesional.	7
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	9
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	10
VII. Acervo bibliográfico.	12



I. Datos de identificación

Espacio académico donde se imparte	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales Unidad Académica Profesional Huehuetoca				
Estudios profesionales	Licenciatura en Comunicación, 2018				
Unidad de aprendizaje	Historia de la Comunicación en México	Clave	LCOM07		
Carga académica	4	0	4	8	
	Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos	
Carácter	Obligatorio	Tipo	Curso	Periodo escolar	Tercero
Área curricular	Humanidades		Núcleo de formación	Básico	
Seriación	Historia de la Comunicación mundial		Ninguna		
	UA Antecedente		UA Consecuente		
Formación común	Licenciatura			No presenta	X



II. Presentación del programa de estudios

La Historia de la Comunicación en México se concibe aquí como un proceso que va de la mano de su devenir constitutivo como nación, es decir, desde la gestación de los pueblos y culturas que han participado de su perfil mexicano, hasta nuestros días. En consecuencia, se inicia con el conocimiento de aquellas formas de comunicación pre-modernas, y cuyas características se instalaron en los órdenes simbólico-ritual, mediadas, no por recursos tecnológicos, sino por el cuerpo mismo y textos que hoy se ubican más en el concepto de arte, ello corresponde a los periodos precolombino y novohispano.

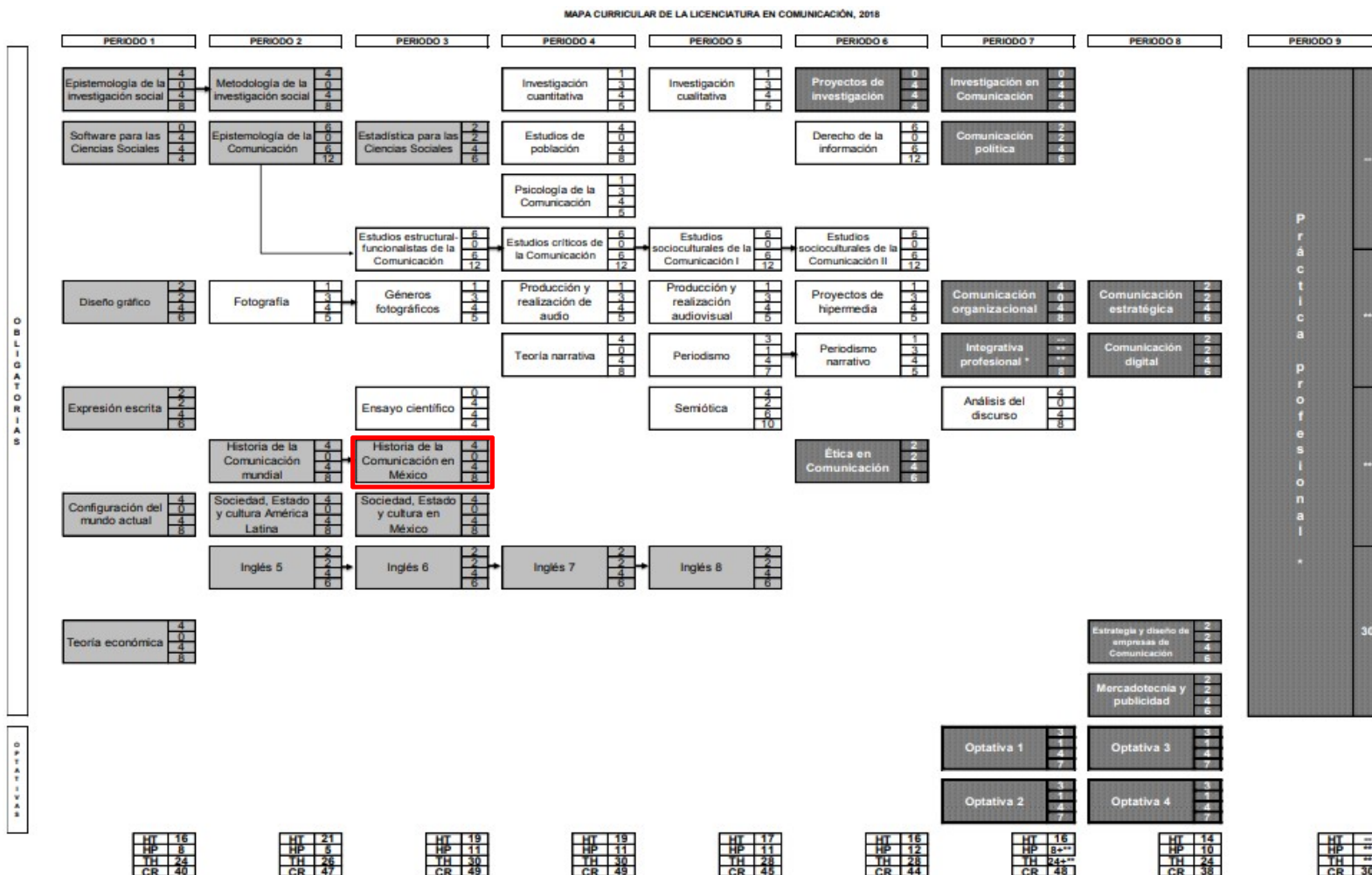
Posteriormente, se observa la etapa decimonónica y la preocupación por la definición identitaria nacional, ya ubicada en el marco de la modernidad e industrialización. Se continúa con el siglo XX, caracterizado por los movimientos sociales ocurridos en ese lapso, que repercutieron en las expresiones ideológicas que hallaron en los medios sus canales de difusión masiva. Finalmente, el curso atiende las circunstancias contemporáneas con las innovaciones tecnológicas que imprimen otros lenguajes a los procesos comunicativos.

El recorrido desde las formas de comunicación premodernas, hasta los procesos de interacción atravesados por las más recientes innovaciones tecnológicas, permite al estudiante comprender la amplitud y complejidad del fenómeno comunicativo. Entender a la comunicación no como una práctica que se reduce a los medios masivos, sino como un elemento fundamental de las formaciones sociales habilita a los alumnos para investigar procesos de comunicación y generar prospectivas. Por otro lado, brinda herramientas para diseñar, implementar y evaluar planes y programas de comunicación, así como diseñar, desarrollar y evaluar productos comunicativos y publicitarios.

Conocer la historia de la comunicación, además, aporta recursos muy importantes para la práctica periodística: la investigación y comprensión de la situación presente, demanda un conocimiento profundo del devenir histórico de las sociedades. Comprender las características y el desarrollo de las relaciones comunicativas en el pasado permite una mirada más profunda y compleja de la sociedad actual.



III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular





Proyecto curricular de la Licenciatura en Comunicación
Reestructuración, 2018
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS							
PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8
						Guionismo 3 1 4 7	
						Producción editorial 3 1 4 7	Periodismo digital 3 1 4 7
						Comunicación y cambio social 3 1 4 7	Comunicación y educación 3 1 4 7
						Relaciones públicas 3 1 4 7	Estrategias de Comunicación política 3 1 4 7
							Derechos de autor 3 1 4 7
							Intercultural communication ¹ 3 1 4 7
						Arte y Comunicación 3 1 4 7	Estudios sobre cine 3 1 4 7
						Economía política de la Comunicación 3 1 4 7	

SIMBOLOGÍA

Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas
	HP: Horas Prácticas
	TH: Total de Horas
	CR: Créditos

→ 11 líneas de seriación

Créditos mínimos 22 y máximos 49 por periodo escolar.

* Actividad académica.

** Las horas de la actividad académica.

¹ UA optativa que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés.

	Núcleo básico obligatorio.
	Núcleo sustantivo obligatorio.
	Núcleo integral obligatorio.
	Núcleo integral optativo.

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 17 UA	52 18 70 122
---	-----------------------

Total del núcleo básico: acreditar 17 UA para cubrir 122 créditos

Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 20 UA	58 34 92 150
---	-----------------------

Total del núcleo sustantivo: acreditar 20 UA para cubrir 150 créditos

Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 9 UA + 2 *	18 20** 36** 90
--	--------------------------

Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 4	12 4 16 28
--	---------------------

Total del núcleo integral: acreditar 13 UA + 2 * para cubrir 118 créditos

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

UA obligatorias	4R + 2 Actividades académicas
UA optativas	4
UA a acreditar	50 + 2 Actividades académicas
Créditos	390



IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Son objetivos generales de los estudios profesionales de la Licenciatura en Comunicación, formar profesionales críticos y creativos en materia de procesos comunicativos mediáticos y no mediáticos con la finalidad de favorecer la opinión pública, el acceso y uso de los medios de comunicación, y de esta manera considerar a la información como base de la formación de modelos elementales de orden y de la comunicación como única posibilidad de generación de vida cultural y de esta manera contribuyan al progreso social, económico, y cultural del país.

Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y de apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base de la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas en una segunda lengua.
- Tomar decisiones y formular soluciones racionales, éticas y estéticas.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y la justicia.

Particulares

- Analizar procesos comunicativos desde diferentes perspectivas teóricas de la comunicación, a través de metodologías cuantitativas y cualitativas para realizar investigaciones que expliquen fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos que inciden a nivel local, regional, nacional e internacional y que contribuyan al desarrollo social y cultural.



- Evaluar proyectos de comunicación en grupos sociales focalizados como: etnias, grupos rurales, urbanos y de segmentos sociales específicos desde la teoría de sistemas, estructural funcionalista, e interaccionismo simbólico, a través de la identificación de sistemas de comunicación estructurados por componentes mediáticos, no mediáticos, híbridos, propios de los contextos culturales para preservar el tejido social, la solidaridad, la corresponsabilidad y potenciar los vínculos sociales así como coadyuvar en el acceso, diálogo y participación en el cambio social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica desde la teoría de sistemas, a través de la revisión del proceso de comunicación interpersonal e institucional para la elaboración de modelos de análisis y contenidos comunicativos, mejorar la calidad y pertinencia de sus servicios y contribuir al desarrollo económico-social-político.
- Evaluar productos comunicativos de orden material y/o discursivos claros y críticos para organizaciones y medios de comunicación y cultura mediante la aplicación de la teoría del discurso, la teoría de la narración, teorías de la comunicación, sociotecnología y técnicas fotográficas y creativas para la producción de audio y audiovisual, para promover la diversidad en los medios de comunicación y garantizar el derecho a la información en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular contenidos periodísticos en distintos géneros y soportes mediáticos a través del análisis de las características narrativas y argumentativas de los géneros informativos como: nota informativa, entrevista, la crónica y el reportaje; e interpretativos: artículo, columna, editorial y cartón, y su intencionalidad comunicativa para favorecer la formulación de la opinión pública respecto a problemáticas, actores sociales o cuestiones públicas y promover el reconocimiento y garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación
- Evaluar campañas publicitarias y propagandísticas de productos, servicios, marcas, ideas o causas sociales específicas a través de técnicas de la mercadotecnia y de la administración, sistemas científicos de argumentación, para contribuir al desarrollo político, social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.



Objetivos del núcleo de formación:

Promoverá en el alumno el aprendizaje de las bases contextuales, teóricas y filosóficas de sus estudios, la adquisición de una cultura universitaria en las ciencias y las humanidades, y el desarrollo de las capacidades intelectuales indispensables para la preparación y ejercicio profesional, o para diversas situaciones de la vida personal y social.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Valorar los procesos sociales, políticos, económicos y culturales nacionales, regionales y mundiales; y las bases jurídicas que rigen el ejercicio de la profesión a través del análisis socio histórico y la identificación de actores y procesos sociales para favorecer el pensamiento crítico y reflexivo y promover la pluralidad y diversidad en los medios de comunicación para el acceso, diálogo y participación en el cambio social y cultural.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Valorar el origen y desarrollo de dispositivos, técnicas y medios infocomunicacionales en México en los ámbitos nacional, regional y local; así como las condiciones y lógicas de producción mediática a través de la comprensión sociohistórica para explicar su impacto en el fenómeno de la comunicación y en el desarrollo de la sociedad, en los ámbitos político, económico y cultural.



VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

Unidad temática 1. Comunicación en la Pre-Modernidad mexicana
Objetivo: Analizar las formas de comunicación durante los periodos Pre-Hispánico y Novohispano como etapas pre-modernas que permita comprender al cuerpo humano como primera instancia comunicativa.
Temas: 1.1 El cuerpo como primera instancia mediática. 1.2 Lenguaje y signo: comunicación y simbolismo en el mundo pre-colombino. 1.2.1 La cosmovisión indígena como narrativa del orden social. 1.2.2 Los ritos: sistemas de comunicación. 1.2.3 Teotihuacán y la pintura mural como medio de comunicación de susistema social. 1.2.4 La cultura maya y su comunicación política a través de las estelas. 1.3. Lenguaje y signo: comunicación y simbolismo en la Nueva España. 1.3.1 Sentido y sinsentido durante la “Conquista”. 1.3.2 Los procesos de resignificación significante-significado en la convergencia indígena, hispana y africana: la semántica novohispana. 1.3.3. Eventos de corrupción, abuso y poder detrás de algunas “leyendas” de la época colonial.

Unidad temática 2. México en el siglo XIX. La identidad nacional
Objetivo: Analizar el periodo histórico del surgimiento de nuevos medios de comunicación y su transformación en instrumentos para las masas en el México decimonónico, a partir de los procesos de modernización e industrialización, a fin de explicar su papel en la construcción de la identidad de la sociedad mexicana independiente.
Temas: 2.1 La visita de Alexander Von Humboldt a las colonias españolas y el fenómeno de la difusión editorial de México en París y el “deseo” despertado en Francia por esta tierra. 2.2 La gesta independentista y el papel de la prensa en la conformación de los idearios políticos. 2.3 Hacia la construcción del federalismo, la canción popular y la prensa liberal y conservadora ante las agresiones extranjeras. 2.4 Ferrocarril, telecomunicaciones y el arribo de la prensa de masas al México Porfirista. 2.5 Atisbos de transformación: la llegada del cinematógrafo y el ocaso de la dictadura.



Unidad temática 3. México posrevolucionario. Movimientos sociales y comunicación

Objetivo: Analizar el uso de los medios de comunicación en la difusión de las ideologías en el México posrevolucionario, a través de la identificación de los movimientos sociales que han caracterizado al país, a fin de comprender la naturaleza de la relación entre el poder político y el poder mediático.

Temas:

- 3.1 El periodo de la Revolución mexicana. De 1910 a 1917. Cambio, gobierno y sociedad.
- 3.2 El periodo posrevolucionario. De 1917 a 1940. La formación y la legitimación del estado mexicano moderno. Las alianzas entre medios de difusión y el gobierno.
- 3.3 El periodo contrarrevolucionario. De 1940 a 1999. Los movimientos sociales como parte de los desacuerdos entre la sociedad, los medios de comunicación y el Estado.

Unidad temática 4. México actual

Objetivo: Analizar las transformaciones de la comunicación en México a partir de la emergencia del siglo XXI y la llamada 'transición democrática', para comprender por un lado, las consecuencias de los cambios de épocas anteriores, y por otro, las formas y dispositivos actuales de comunicación.

Temas:

- 4.1 La 'transición democrática' y los medios de comunicación.
 - 4.1.1 Prensa, comunicación gráfica, expresiones artísticas y gobierno. Una relación compleja.
 - 4.1.2 La radio del siglo XXI.
 - 4.1.3 El cine y la televisión del nuevo milenio.
- 4.2 Los inicios de internet en México.
 - 4.2.1 TIC's y usos de internet.
- 4.3 La redefinición del mundo digital.
 - 4.3.1 Redes y algoritmos en México.
 - 4.3.2 Una economía y una sociedad basadas en plataformas digitales.



VII. Acervo bibliográfico

Básico:

Artopoulos, A. (2011). *La Sociedad de las Cuatro Pantallas: Una mirada latinoamericana*. Buenos Aires: Ariel.

Asociación de Internet.mx. (2017) "13° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017, México [www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/HabitosdeInternet/13-Estudio-sobre-los-Habitos-de-los-Usuarios-de-InternetenMéxico]

Ayala Blanco, Jorge. *La aventura del cine mexicano. En la época de oro y después*. Ed. Grijalbo, México, 1993.

Barrera, Carlos (Coord.) *Historia del periodismo Universal*. Ed. Ariel, España, 2004.

Bohman, Karin. *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. Alianza Editorial, México, 1997.

Bravo, Jorge, *Medios de comunicación en México: entre el autoritarismo de Estado y el autoritarismo de mercado* Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, vol. L, núm. 204, septiembre-diciembre, 2008, pp. 57-75 Universidad Nacional Autónoma de México Distrito Federal, México

Briggs, A. y Burker, P. (2002). *De Gutenberg a Internet, una historia social de los medios de comunicación*. Madrid, Taurus.

Castells, M. (1999) *La era de la información: economía, sociedad y cultura. En La Sociedad Red*. México: Siglo Veintiuno Editores.

Ceballos González, A., & Marreno Santana, L. (2016). De los medios masivos a las plataformas de comunicación en red. *Razón Y Palabra*, 92, 1–30.

CEPAL (2018) *Datos, algoritmos y políticas: la redefinición del mundo digital*, Santiago, Naciones Unidas.

Colegio de México. *Historia General de México*, versión 2000.

Coudart, Laurence. *Función de la prensa en el México independiente: El correo de lectores del sol (1823-1832)*. Revista Iberoamericana, Vol. LXXII, Núm. 214, Enero-Marzo 2006.

Cuna Pérez, Enrique (2014), *México entre siglos. Medios de comunicación y democracia*, en: Enrique Pérez Cuna, Miguel González Madrid y Javier Santiago Castillo (Coords.), *México entre siglos. Contexto, balance y agenda*, México: UAM-Iztapalapa.

De la Selva, A. (2001). *La investigación en radio. Avances y asignaturas pendientes*, en *La Comunicación en la sociedad mexicana, reflexiones temáticas*, México, AMIC.

De los Reyes, Aurelio. *Los orígenes del cine en México (1896-1900)*, FCE, México, 2013.



- Esteinou, J. (2002) "Televisión Nacional y Globalización" en: *Razón y palabra* 28, México.
- Fonseca Mantilla, O. G. (2015) "Redes sociales y juventud: uso de Facebook por jóvenes de México, Argentina y Colombia" Universidad de Málaga.
- Islas, O. (2015) "Cifras sobre jóvenes y redes sociales en México", en: *Entretextos*, 1–16.
- Francisco José Zamudio Sánchez, Roxana Ivette Arana Ovalle, Waldenia Cosmes Martínez, Javier Santibáñez Cortés y Margoth Laredo Rojas (2015), Análisis de los microdatos del censo de 1930: a 80 años del México posrevolucionario, En: Realidad, datos y espacio. Revista Internacional de Estadística y Geografía, Vol. 6, Núm. 3, septiembre-diciembre 2015. México: INEGI https://www.inegi.org.mx/rde/rde_16/doctos/rde_16_art3.pdf
- Garrido, Javier (1985), La revolución, la posrevolución y la contrarrevolución, En: Historias 08-09. Revista de la Dirección de Estudios Históricos del Instituto Nacional de antropología e Historia, enero-junio de 1985, México, D.F. Gilly, Adolfo (1971), La revolución interrumpida, México: 1971
- Gutiérrez, S. y Cuevas, Y. (2012) "Representaciones sociales de Enrique Peña Nieto, candidato a la presidencia de México 2012-2018, en la prensa escrita", en: *Cultura y Representaciones Sociales año 7, núm. 13*.
- Instituto Federal de Comunicaciones (2017) "Adopción de las TIC y usos de internet en México" [<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/adopciondelasticyusosdeinternetenmexico.pdf>]
- Igler, S. y Thomas S. (2008) "Negociando identidades, traspasando fronteras. Tendencias en la literatura y el cine mexicanos en torno al nuevo milenio" Frankfurt y Madrid: Vervuert.
- Koenigsberger, G. (2014) *Los inicios de Internet en México*, México, UNAM.
- Le Breton, David (1995). *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires, Argentina, Ediciones Nueva Visión.
- López Austin, Alfredo (1990). *Cuerpo humano e ideología. Las concepciones de los antiguos nahuas*. México, Universidad Nacional Autónoma de México: Instituto de Investigaciones Antropológicas.
- Monsiváis, C. Bonfil, C. (1994) "A través del espejo: el cine mexicano y su público", México, Ediciones el Milagro Instituto Mexicano de Cinematografía.
- Niblo, Stephen R. (2008). *México en los cuarenta: modernidad y corrupción*. México, Océano.
- Ochoa Campos, Moisés. *Reseña Histórica de Periodismo Mexicano*. Ed. Porrúa, México, 1968.
- Ortiz Madrid, M. A. (2005) "Televisión, Globalización y cambio social", en: *Comunicar* 25.



Quiñones León (2008), Para una lectura histórica de los medios de comunicación en México, Cuadernos de trabajo 32, México: Instituto de Investigaciones Histórico-Sociales. Universidad Veracruzana.

Rebolledo Kloques, Octavio Bernardo, México: Posrevolución, Nacionalismo y Política Inmigratoria, Diálogos Revista Electrónica de Historia, vol. 18, núm. 2, 2017, pp. 83-102 Universidad de Costa Rica San Pedro de Montes de Oca, Costa Rica Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43952197004>

Redacción Animal Político (2011) "Sexenio de Calderón, el peor para la prensa mexicana: periodistas [<https://www.animalpolitico.com/2011/05/sexenio-de-calderon-el-peor-para-la-prensa-mexicana-periodistas/>]

Riva Palacio, R (1990) "Los medios y la antidemocracia". En *Revista Mexicana de Comunicación. Número 11. Mayo-junio*, México.

Rodríguez Castañeda, R. (1992) *Prensa vendida. Los periodistas y los presidentes: 40 años de relaciones*. México. Grijalbo.

Romo, Cristina. Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la Radio en México. ITESO, México, 1993.

Santillán, María Luisa. A 166 años de la llegada del telégrafo a México, Disponible en:

http://ciencia.unam.mx/leer/561/A_166_anos_de_la_llegada_del_telegrafo_a_Mexico.

Silva Escobar, Juan Pablo. La Época de Oro del cine mexicano: la colonización de un imaginario social Culturales, vol. VII, núm. 13, enero-junio, 2011, pp. 7-30 Universidad Autónoma de Baja California Mexicali, México

Sosa Plata, G. (2001) "La radio en el 2000", en: *Revista Mexicana de Comunicación, no. 68*.

Sosa Plata, G. (2004). Innovaciones tecnológicas de la radio en México. México: Fundación Manuel Buendía.

Todorov, Tzvetan (2009). *La conquista de América: el problema del otro*. México, Ediciones Gandhi.

Toussaint Alcaráz, F. (2010) "Historia y Políticas de Televisión Pública", en: *Redes.com, núm. 5*.

Trejo Delarbre Raúl. Las agencias de Información en México, Ed. Trillas, 1989.

Tussaint, Florence. ¿Televisión pública en México? CONACULTA, México, 1993.

Torres Rogelio, A. (2002) "Recorre Fox al cómic para difundir logros". *El Universal* [10 de julio A [10 de julio A9]

Complementario:

Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial

De la Fuente, Beatriz, coordinadora. La pintura mural prehispánica en México. I Teotihuacán. Instituto de Investigaciones Estéticas, Universidad Nacional Autónoma de México. México 2006.



Glantz, Margo. Revista de la Universidad de México. Entrevista en video, disponible en:
<http://www.revistadelauniversidad.unam.mx/9211/glantz/92glantz.html#>

González Torres, Yolotl (2006). *El sacrificio humano entre los mexicas*. México, Fondo de Cultura Económica, Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Heyden, Doris (1985). *Mitología y símbolos de la flora en el México Prehispánico*. México. UNAM.

Félix-Baez, Jorge y Johanna Broda (2001), *Cosmovisión, ritual e identidad de los pueblos indígenas de México*, México, Fondo de Cultura Económica.

Foster, George M. (1985), *Cultura y conquista. La herencia española de América*, Xalapa, México, Universidad Veracruzana.

Kubler, George (1983), *Arquitectura mexicana del siglo XVI*, México, Editorial Fondo de Cultura Económica. LEÓN-PORTILLA, Miguel (2005). *Visión de los vencidos. Relaciones indígenas de la conquista*, México, Universidad Nacional Autónoma de México.

Le Breton, David (1995). *Antropología del cuerpo y modernidad*, Buenos Aires, Argentina, Ediciones Nueva Visión.

León-Portilla, Miguel (2005). *Visión de los vencidos. Relaciones indígenas de la conquista*, México, Universidad Nacional Autónoma de México.

López Austin, Alfredo y LÓPEZ LUJÁN, Leonardo (2011), *Monte sagrado-Templo mayor: el cerro y la pirámide en la tradición religiosa mesoamericana*, México, Instituto Nacional de Antropología e Historia – Universidad Nacional Autónoma de México, 626 pp.

López Austin, Alfredo (1990). *Cuerpo humano e ideología. Las concepciones de los antiguos nahuas*. México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Antropológicas.

López Austin, Alfredo y López Luján, Leonardo (1996), *El Pasado Indígena*. Fondo de Cultura Económica. Colegio de México.

Onnis, Luigi (1997), *La palabra del cuerpo. Psicósomática y perspectiva sistémica*, Barcelona, Editorial Herder.

Ramírez Torres, Juan Luis (2000), *Cuerpo y dolor. Semiótica de la anatomía y la enfermedad en la experiencia humana*, Cuadernos de Investigación 10, Toluca, Universidad Autónoma del Estado de México.

Todorov, Tzvetan (2009). *La conquista de América: el problema del otro*. México, Ediciones Gandhi.

Tovar, y de Teresa, Guillermo (1992), *La utopía mexicana del siglo XVI*, México, Editorial Grupo Azabache.