

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN



PROGRAMA DE ESTUDIOS  
ANÁLISIS DEL DISCURSO

<b>Elaboró:</b>	Dra. Guadalupe Isabel Carrillo Torea	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtra. Judith Damaris Martínez Tapia	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Lic. José Luis Cardona Estrada	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtro. Alejandro Sampedro Mendoza	Unidad Académica Profesional de Huehuetoca
	Dr. Carlos González-Domínguez	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

<b>Fecha de aprobación:</b>	<b>H. Consejo Académico</b>	<b>H. Consejo de Gobierno</b>
	27 de junio 2022	27 de junio 2022

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



## Índice

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



**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 **Análisis del discurso**

Carga académica	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>8</b>
	Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos

Carácter **Obligatoria** Tipo **Curso** Periodo escolar **Séptimo**

Área curricular **Comunicación** Núcleo de formación **Sustantivo**

Seriación **Ninguna** **Ninguna**  
UA Antecedente UA Consecuente

Formación común  
Licenciatura  
No presenta **X**



## II. Presentación del programa de estudios.

El presente programa de la unidad de aprendizaje pretende ser un espacio de experiencia en el estudiantado alrededor del objeto de estudio conocido como análisis del discurso. Para el plan de estudios resulta novedoso encontrar esta unidad de aprendizaje, ya que el abordaje del análisis del discurso es difícil encontrarlo en el ámbito universitario. De aquí que aporta al egresado conceptos y marcos epistemológicos que le permitirán enfrentarse a las sutilezas del lenguaje y el discurso, como parte de su responsabilidad social y laboral, al conocer las implicaciones sociopolíticas del discursar. El egresado sabrá entonces identificar y desplegar en su actuar enunciativo, distinguiendo las dimensiones del lenguaje, de la lengua, del enunciado y, ciertamente, del discurso como vínculo del tramado social en cualquier ámbito de lo humano. A través de un conjunto de lecturas y discusión de éstas en clase, el estudiante deberá comprender que es por la generación del discurso, como práctica social del lenguaje, que el hombre vive en sociedad. Asimismo, deberá reconocer los roles de las instancias de enunciación dispositivo de legitimidad del discurso, para finalmente aproximarse a teorías generativas, en donde las ciencias del lenguaje y de la comunicación convergen para comprender las dinámicas socio-comunicativas de las sociedades.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno

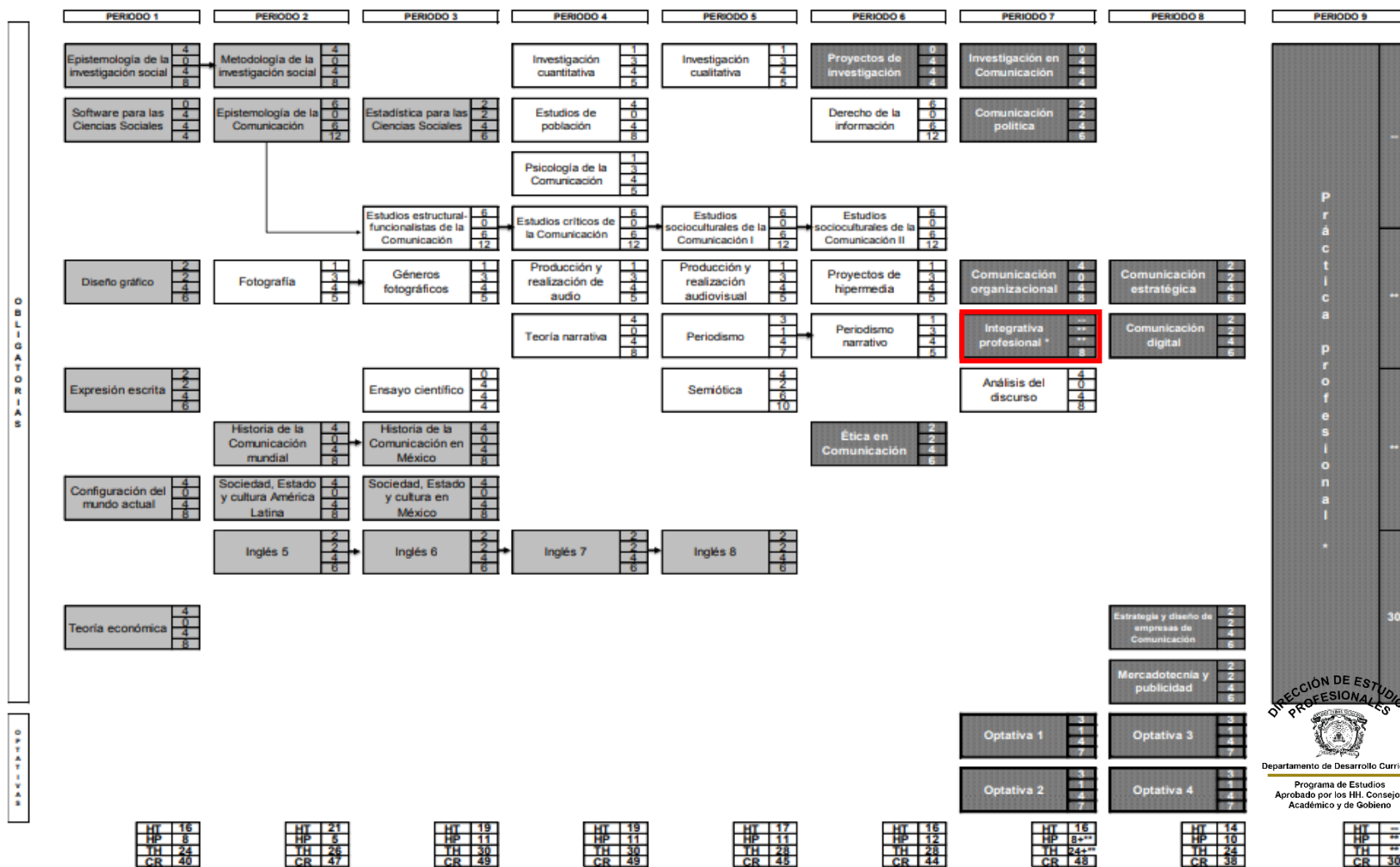


Proyecto curricular de la Licenciatura en Comunicación  
Reestructuración, 2018  
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



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

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN, 2018



Práctica profesional

30

DIRECCIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES

  
 Departamento de Desarrollo Curricular  
 Programa de Estudios  
 Aprobado por los HH. Consejos Académico y de Gobierno



**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 <sup>1</sup> 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.  
<sup>1</sup> UA optativa que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés.

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

**PARAMETROS 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	16 29** 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	46 + 2 Actividades académicas
UA optativas	4
UA a acreditar	50 + 2 Actividades académicas
Créditos	390



Departamento de Desarrollo Curricular  
Programa de Estudios Aprobado por los III. Consejos Académico y de Gobierno



#### 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:**

Desarrollará en el alumno el dominio teórico, metodológico y axiológico del campo de conocimiento donde se inserta la profesión. Comprenderá unidades de aprendizaje sobre los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para dominar los procesos, métodos y técnicas de trabajo; los principios disciplinares y metodológicos subyacentes; y la elaboración o preparación del trabajo que permita la presentación de la evaluación profesional.

### **Objetivos del área curricular o disciplinaria:**

Apreciar las propuestas teóricas más significativas de las ciencias de la comunicación: estructural- funcionalismo, estudios críticos y estudios socioculturales, a través del estudio de perspectivas teórico- metodológicas: históricas, cuantitativas, cualitativas, que permitan analizar e intervenir en problemáticas de la comunicación social y la cultura.

Crear productos comunicativos, empleando técnicas de producción y realización de audio y audiovisual, de hipermedia, de diseño gráfico, fotografía, periodismo, para mejorar la comunicación estratégica y comunicacional.

### **V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.**

Analizar cómo se generan los discursos derivado del resultado de procesos socio-político-comunicativos que cruzan toda actividad humana, por medio de teorías de la enunciación: Bajtín, Ducrot, Foucault, Charaudeau, para reconocer que la reproducción discursiva forma parte de la autogeneración de la sociedad misma.



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

**Unidad temática 1.** La generación del discurso como práctica social del lenguaje.

**Objetivo:** Examinar el lenguaje humano, a través de la lengua y el discurso para comprender la generación de la vida social.

**Temas:**

- 1.1 Relación íntima del lenguaje con la política
- 1.2 La lengua como producto social

**Unidad temática 2.** Las instancias de enunciación como legitimidad del discurso

**Objetivo:** Analizar cómo las instituciones legitiman el poder del discurso, para observar el despliegue enunciativo del discurso, en sujetos e instituciones.

**Temas:**

- 2.1 La práctica del discurso como ideología
- 2.2 La teoría enunciativa de Oswald Ducrot
- 2.3 El discurso como arqueología
- 2.4 El discurso en las diferentes situaciones de comunicación mediática

**Unidad temática 3.** Teorías generativas de la sociedad por el lenguaje

**Objetivo:** Examinar cómo la autogeneración de la sociedad por el lenguaje, para dar cuenta de la construcción y promoción de todos los discursos en sociedad.

**Temas:**

- 3.1 La sociedad vista como un producto del lenguaje.
- 3.2 La práctica del discurso como repetición.
- 3.3 Principios del Análisis Crítico del Discurso.
- 3.4 Análisis del discurso en las relaciones de género.



## VII. Acervo bibliográfico.

### Básico:

Aristóteles (2000). *La política*. Panamericana: Bogotá.

Foucault, M. (2016). *El orden del discurso*. Tusquets: México.

Sapir, E. (2013). *El lenguaje*. Fondo de Cultura Económica: México.

Saussure, F. de (2009). *Curso de lingüística general*. Losada: Buenos Aires.

Volóshinov, V. (2018). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Ediciones Godot.

Ducrot, O. (1986). *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación*. Paidós: Barcelona.

Foucault, M. (2010). *La arqueología del saber*. Siglo XXI: México.

Charaudeau, P. (2017). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. -Gedisa: México.

Colaizzi, G. (ED) (1990). *Feminismo y teoría del discurso*. Madrid. Cátedra.

Habermas, J. (2001), "1. Lecciones sobre una fundamentación de la sociología en términos de teoría del lenguaje" (Primera y Segunda Lecciones), en *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Cátedra: Madrid.

Derrida, J. (1989), "Fuerza y significación", en *La escritura y la diferencia*. Anthropos: Barcelona.

Lamas, M. (1996). *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. México: ISBN.

Margot Pujal Llombart (1993) Woman, gender relations and discourse, *International Journal of Social Psychology*, 8:2, 201-215, DOI: 10.1080/02134748.1993.10821680

Morales, Oscar Alberto, & González Peña, Carolina (2007). Consideraciones discursivas sobre el género en el discurso académico e institucional: ¿dónde está ella?. *Educere*, 11(38),443-453. ISSN: 1316-4910. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35603810>

Van Dijk, T. (1999). *El análisis crítico del discurso*. Antrhopos: Barcelona.



### Complementario:

Bourdieu, P. (1982): *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios verbales*. Akal, 1985. Madrid.

González-Domínguez, Carlos, & Martell-Gámez, Lenin (2013). “El análisis del discurso desde la perspectiva foucauldiana: método y generación del conocimiento”, en revista *Ra Ximhai*, 9(1),153-172. [fecha de Consulta 2 de Diciembre de 2021]. ISSN: 1665-0441. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46126366013>

Maingueneau, D. (1996): *Términos claves del Análisis del Discurso*. Nueva Visión: Buenos Aires.

Van Dijk, T. A. (Ed.). (1999). *Los estudios del discurso. 2 vols*. Barcelona: Gedisa.