

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN



PROGRAMA DE ESTUDIOS

INTERCULTURAL COMMUNICATION

Elaboraron:	Juan Carlos Ayala Perdomo	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Lenin Rafael Martell Gámez	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Jesús Elías Lujambio Oropeza	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Fecha de aprobación:	H. Consejo Académico	H. Consejo de Gobierno
	<u>23 de Enero de 2023</u>	<u>23 de Enero de 2023</u>
	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales	



Departamento de Desarrollo Curricular

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



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



Departamento de Desarrollo Curricular

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



I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte

Estudios profesionales

Unidad de aprendizaje

Carga académica	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="7"/>
	Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos

Carácter Tipo Periodo escolar

Área curricular Núcleo de formación

Seriación

UA Antecedente UA Consecuente

Formación común



Departamento de Desarrollo Curricular

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



II. Presentación del programa de estudios

Human beings flow based on interactions which provoke movements, interrelations, and communication. Therefore, it is necessary to review the present from a critical point of view that allows us to detach the traditional ways of dealing with the communicative problems and the elements that motivate the same infinite connections that build a complex society.

Intercultural Communication emerges as a strategic disciplinary approach to face the argumentative and structural diversities that are evident in movements, contingencies, and social transformations. Thus, it is proposed, from a complex and complementary point of view, the revision of the symbolic communicative phenomena and processes in the framework of contemporary capitalism, to diagnose conflicts and provoke shared network connections between different sectors of society.

It is highly important to propose a course –within the Communication Studies program-- dedicated to the analysis of the subject in movement and interaction. This is a disciplinary area of study in the Social Sciences and Culture, which has been mostly underestimated by higher-education curricula in the country. There is no pedagogical or epistemological focus on its teaching: textbooks are scarce, debates are disarticulated. However, it is important for students to understand innovative concepts and perspectives to analyze contemporary capitalism in the digital context.

This is especially true, when, according to the UN Refugee Agency (UNHCR), Mexico has become --since 2021-- the second top country that receives the most refugees in the world. The country has also intensified its migratory dynamics in the last decade. This has led the region to become part of new transnational conversations, for which Intercultural Communication is fundamental.

The course aims to provide students with concepts and theoretical perspectives that allow them to understand micro and macro-social articulations within intercultural contexts. To this end, we have focused the course as follows:

On unit one, students will learn the concepts of Interculturality and the most important theoretical perspectives that explain it. On unit two, they will study the actors and elements involved with intercultural processes. On unit three, specific intercultural issues will be addressed for the students, and last, on unit 4, communicative projects with an intercultural perspective will be conducted.



Departamento de Desarrollo Curricular

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



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

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN, 2018

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
O B L I G A T O R I A S	Epistemología de la investigación social 4 0 4 8	Metodología de la investigación social 4 4 4 8		Investigación cuantitativa 1 3 4 8	Investigación cualitativa 1 3 4 8	Proyectos de investigación 0 4 4 8	Investigación en Comunicación 0 4 4 8		
	Software para las Ciencias Sociales 0 4 4 4	Epistemología de la Comunicación 6 0 4 12	Estadística para las Ciencias Sociales 2 2 4 6	Estudios de población 4 4 4 8	Psicología de la Comunicación 1 3 4 8		Derecho de la información 0 0 4 12	Comunicación política 2 2 4 6	
			Estudios estructurales-funcionalistas de la Comunicación 6 0 6 12	Estudios críticos de la Comunicación 6 0 6 12	Estudios socioculturales de la Comunicación I 6 0 6 12	Estudios socioculturales de la Comunicación II 6 0 6 12			
	Diseño gráfico 2 2 4 6	Fotografía 1 3 4 8	Géneros fotográficos 1 3 4 8	Producción y realización de audio 1 3 4 8	Producción y realización audiovisual 1 3 4 8	Proyectos de hipermidia 1 3 4 8	Comunicación organizacional 4 0 4 8	Comunicación estratégica 2 2 4 6	
				Teoría narrativa 4 0 4 8	Periodismo 1 4 4 9	Periodismo narrativo 1 3 4 8	Integrativa profesional * ** ** **	Comunicación digital 2 2 4 6	
	Expresión escrita 2 2 4 6		Ensayo científico 0 4 4 8		Semiótica 4 2 6 10		Análisis del discurso 4 0 4 8		
		Historia de la Comunicación mundial 4 0 4 8	Historia de la Comunicación en México 4 0 4 8				Ética en Comunicación 2 2 4 6		
	Configuración del mundo actual 4 0 4 8	Sociedad, Estado y cultura América Latina 4 0 4 8	Sociedad, Estado y cultura en México 4 0 4 8						
		Inglés 5 2 2 6	Inglés 6 2 2 6	Inglés 7 2 2 6	Inglés 8 2 2 6				
Teoría económica 4 0 4 8									
							Estategia y diseño de empresas de Comunicación 2 2 4 6		
							Mercadotecnia y publicidad 2 2 4 6		
						Optativa 1 1 1 7	Optativa 3 1 1 7		
						Optativa 2 1 1 7	Optativa 4 1 1 7		
	HT 16 HP 5 TH 24 CR 40	HT 21 HP 5 TH 26 CR 47	HT 19 HP 11 TH 30 CR 49	HT 19 HP 11 TH 30 CR 49	HT 17 HP 11 TH 28 CR 45	HT 16 HP 12 TH 28 CR 44	HT 16 HP 5** TH 24** CR 48	HT 14 HP 10 TH 24 CR 38	

Práctica profesional

30



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 comunicación 3 1 4 7
						Arta 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	HF: 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 *	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

DIRECCIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. 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, económicos y políticos que inciden a nivel local, regional y nacional 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

Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.



Departamento de Desarrollo Curricular

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



Objetivos del área curricular o disciplinaria

Diseñar proyectos de investigación empleando teorías epistemológicas, metodologías de investigación social, métodos y técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa, técnicas estadísticas y de razonamiento matemático, software especializado y normas jurídicas, para garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación, generar productos comunicativos, desarrollar estrategias de comunicación e impulsar el acceso y mejoramiento del uso de las telecomunicaciones.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje

To understand the most relevant concepts (such as plurality, diversity, dialogue), which conform the notion of intercultural communication, through the examination of theoretical perspectives related to this concept.

To understand the notion of communication as a tool to enrich community development and to expand conversation in public life.



Departamento de Desarrollo Curricular

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



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

Unidad temática 1. Definitions of interculturality

Objetivo: To learn definitions and main concepts about interculturality through the thorough analysis of theoretical perspectives of interculturality, culture, ethnology and communication with views to gain perspective on the intercultural world we live in and its' relationship with communication.

Temas:

- 1.1 Theoretical perspectives on Interculturality
 - 1.1.1 Interculturality, individuals, and subjectivity
 - 1.1.2 Interculturality, communities, and organizations
 - 1.1.3 Interculturality, national, international, and global frameworks
- 1.2 Culture and identity
 - 1.2.1 Ethnicity, Nation, and State
 - 1.2.2 Languages and symbols
 - 1.2.3 Plurality, diversity, and dialogue
- 1.3 Intercultural relations and communication
 - 1.3.1 Individual or intersubjective dynamics
 - 1.3.2 Social or collective dynamics
- 1.4 Education and interculturality

Unidad temática 2. Interculturality processes and problematics

Objetivo: To research cultural phenomena and locations derived from intercultural relations through the revision of concepts related to cultural problematics and actors within it in order to diagnose causes, consequences, and possible solutions from a communicational perspective.

Temas:

- 2.1 Self and others perception
- 2.2 Cultural patterns
- 2.3 Cultural bias
- 2.4 Interculturality problem analyses through a communicational model
 - 2.4.1 Producers
 - 2.4.2 Contents
 - 2.4.3 Audiences



Departamento de Desarrollo Curricular

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



Unidad temática 3. Interculturality topics

Objetivo: To problematize communicative situations in relation with diverse contexts of interculturality based on analysis of concepts concerning conflicts such as racism, xenophobia, violence and their counterparts, like peace culture and gender perspective with the objective of producing communicative products with an informed perspective on said topics.

- 3.1 Topics on conflict
 - 3.1.1 Discrimination
 - 3.1.2 Racism
 - 3.1.3 Xenophobia
 - 3.1.4 Violence
- 3.2 Topics on conflict management and resolution
 - 3.2.1 Peace culture
 - 3.2.2 Gender perspective
 - 3.2.3 Community, cooperation, and reciprocity
- 3.3 Inclusion and Exclusion
- 3.4 Diaspora
- 3.5 History and Interculturality
 - 3.5.1 Colonialization and Decolonization
 - 3.5.2 Activism and social movements
 - 3.5.3 Capitalist Realism

Unidad temática 4. Intercultural narratives

Objective: To create Intercultural Communications' content through technical and discursive resources to generate cohabitation and comprehensive narratives. This is in order to contributing to bridge positive relations among cultures.

- 4.1 Platform Journalism
- 4.2 Art
- 4.3 Marketing
- 4.4 Politics



Departamento de Desarrollo Curricular

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



VII. Acervo bibliográfico

Básico:

- Alsina, M. R. (2000) *La comunicación intercultural*. Anthropos. (P90 R63)
- Bratt-Paulston, C. Kiesling, S. & Rangel, E. (2012). *The handbook of intercultural discourse an communication*. Wiley-Blackwell. (P94.6.H358)
- Cornejo-Portugal, I & Guadarrama-Rico, L.A. (2013). *Culturas en comunicación: entre la vocación intercultural y las tecnologías de información*. Tintable – UAM – UAEM. (P92.M45 C85)
- García-Canclini, N. (2011). *Conflictos interculturales*. Gedisa. (GN345.6 .C66)
- Hall, E.T. (1961). *The silent language*. Premier Book. (HM258 H3)
- Martín-Barbero, J. & Corona-Berkin, S. (2017). *Ver con los otros: comunicación intercultural*. Fondo de Cultura Económica. (P94.6.M38)
- McEntee, E. (1998). *Comunicación intercultural: bases para la comunicación efectiva en el mundo actual*. McGraw-Hill. (GN452 M34)
- Samovar, L.A., Porter, R.E. & McDaniel, E. (2013). *Communication between cultures*. Cengage. (P94.6.S26)

Complementario:

- Appiah, A. (2007). *Cosmopolitanism*. Norton.
- Balnaves, M., Hemelryk, D., Stephanie & Shoemith, Brian. (2009). *Media theories & approaches. A global perspective*. Palgrave.
- Barañano, A. (2007). *Diccionario de relaciones interculturales. Diversidad y globalización*, Universidad Complutense de Madrid.
- Bernardi, F. (2017). *Fenomenología del fin, sensibilidad y mutación conectiva*. Caja negra.
- Colquhoun, M. (2021). *Egreso*. Caja Negra.
- Cornejo, I. & y otros. (2009). La línea de investigación Comunicación intercultural como campo problemático de análisis”, en La comunicación en México. Una agenda de investigación Aimé Vega (coord.), AMIC-UNAM, 197-212 pp.
- Dublin T. (1773-1986). Immigrant Voices. New Lives in America. *The Nguyen Family: From Vietnam to Chicago, 1975-1986*, University of Illinois Press, 1993, 275-297 pp.
- Fisher, M. & Colquhoun, M. (2021). *Postcapitalist Desire: The Final Lectures*. Repeater.
- Fisher, M. (2009). *Capitalist Realism: Is There No Alternative? Zero Books*.



- Fortuny-Loret de Mola, P., & Cornejo-Portugal, I. (2012). Liminalidad social y negociación cultural: inmigrantes yucatecos en San Francisco, California. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 19(58),71-96.
- Freire, Paulo. (2005). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI Editores.
- Fukuyama, F. (2016). *Identity*. Profile Books.
- Grimson, A. (2001). *Interculturalidad y comunicación*. Norma.
- Hui, Y. (2022). *Fragmentar El Futuro Ensayos Sobre Tecnodiversidad*. Caja Negra.
- Lull, J. (2007). *Culture-On-Demand. Communication in a Crisis World*. Blackwell Publishing.
- Mirzoeff, N. (2011). *The Right to Look: A Counter history of Visuality*. Duke University Press.
- Pascual, A. J. & Martín, S. D. (2021). *Transmedialización y crowdsourcing en la cultura mediática contemporánea* (1.a ed.). Editorial Universidad de Granada.
- Piller, I. (2011) *Intercultural Communication. A Critical Introduction*, Edinburgh University Press.
- Prada, J. M. (2018). *El ver y las imágenes en el tiempo de internet*. Ediciones Akal.
- Sadin, E. (2022). *La humanidad aumentada*. Caja Negra Editora.
- Scannell, P. (2007). *Media and Communication*, Sage.



Departamento de Desarrollo Curricular

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