



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN**



PROGRAMA DE ESTUDIOS

EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Elaboró: Dr. Carlos González Domínguez **Facultad de Ciencias
Políticas y Sociales**

Fecha de
aprobación:

H. Consejo Académico
17 de octubre de 2018

H. Consejo de Gobierno
17 de octubre de 2018

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



I. Datos de identificación.

Espacio académico
donde se imparte

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Unidad Académica UAEM Huehuetoca

Estudios profesionales

Licenciatura en Comunicación, 2018

Unidad de aprendizaje

**Epistemología de la
Comunicación**

Clave

Carga académica

6

Horas
teóricas

0

Horas
prácticas

6

Total de
horas

12

Créditos

Carácter

Obligatoria

Tipo

Curso

Periodo escolar

Segundo

Área

Ciencias Sociales

curricular

Núcleo de
formación

Básico

Seriación

Ninguna

**Estudios estructural-
funcionalistas de la
Comunicación**

UA Antecedente

UA Consecuente

Formación común

No presenta

X



II. Presentación del programa de estudios.

El estudio de la comunicación humana ha sido objeto de múltiples perspectivas y, con ello, ha estado subyacente una serie de presupuestos metafísicos y filosóficos que tienen que ver con el papel del lenguaje en la construcción del mundo. De aquí que sea necesario revisar cómo se han construido los elementos epistemológicos de las teorías de la comunicación. Para esto, es necesario que el alumno identifique los orígenes filosóficos de la epistemología de la comunicación.

Igualmente, interesa ubicar transversalmente cómo "las epistemes de la comunicación" han convivido con otras epistemologías, en el marco de la interdisciplinariedad (lingüística, antropología, semiótica, semiología, sociología, política, economía). De esta manera, la revisión de las fuentes filosóficas de la epistemología de la comunicación conlleva a identificar las imbricaciones cognitivas sobre la complejidad del fenómeno comunicativo, sobre el cual se presuponen postulados metafísicos.



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																
						<table border="1"> <tr><td>Guionismo</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Guionismo	3		1		4		7									
Guionismo	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Producción editoria</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Producción editoria	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Periodismo digital</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Periodismo digital	3		1		4		7
Producción editoria	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Periodismo digital	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Comunicación y cambio social</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Comunicación y cambio social	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Comunicación y educación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Comunicación y educación	3		1		4		7
Comunicación y cambio social	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Comunicación y educación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Relaciones públicas</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Relaciones públicas	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Estrategias de Comunicación política</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Estrategias de Comunicación política	3		1		4		7
Relaciones públicas	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Estrategias de Comunicación política	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
							<table border="1"> <tr><td>Derechos de autor</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Derechos de autor	3		1		4		7								
Derechos de autor	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
							<table border="1"> <tr><td>Intercultural communication</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Intercultural communication	3		1		4		7								
Intercultural communication	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Arte y Comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Arte y Comunicación	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Estudios sobre cine</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Estudios sobre cine	3		1		4		7
Arte y Comunicación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Estudios sobre cine	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Economía política de la Comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Economía política de la Comunicación	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.
† 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
---	-----------------------

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

Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 9 UA*	16 20 36 90
---	----------------------

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

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

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

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



IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Son objetivos 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:

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.

Analizar las propuestas epistemológicas de bases filosóficas que han generado conceptualizaciones y en consecuencia formas de concebir el estudio de la comunicación, desde la Retórica de Aristóteles, pasando por las primeras propuestas de la Modernidad, y más recientemente considerando las reflexiones de la crítica del lenguaje en las figuras del llamado giro lingüístico, con el fin de tener una primera aproximación sobre la construcción del objeto de estudio que es la comunicación.



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

Unidad 1. Los primeros modelos epistemológicos: la retórica y la sofística

Objetivo: Analizar las aportaciones de la retórica aristotélica, como primer modelo epistemológico de la comunicación para diferenciar la práctica de la retórica con la de la sofística.

Temas:

- 1.1 Las primeras experiencias filosóficas y su relación con el lenguaje en la Grecia antigua en la figura de Sócrates y sus interlocutores (*Teteto, Cratilo, El sofista*).
- 1.2. El modelo de la *polis* griega está íntimamente relacionado con la práctica del habla.
- 1.3. La presencia de la retórica en todo intento de habla y comunicación, aun en la sofística.
- 1.4. La lógica proposicional (del lenguaje) en Aristóteles.

Unidad 2. Primeros esfuerzos de pensar la comunicación en la modernidad.

Objetivo: Apreciar la importancia del lenguaje en la construcción de la sociedad, desde los primeros desarrollos modernos de Rousseau, Hegel, Humboldt y Marx, para comprender la construcción de la sociedad misma como fenómeno socio-comunicativo, teniendo incidencia en consecuencia con la vida política y económica.

Temas:

- 2.1. El postulado rousseulista del origen de la lengua para expresar las pasiones, para luego desarrollarse para responder a la racionalidad de la civilización.
- 2.2. El postulado hegeliano según la cual existe una íntima relación entre el lenguaje y el pensamiento.
- 2.3. El postulado humboltiano según el cual las lenguas reflejan la personalidad de las culturas.
- 2.4. El postulado marxiano según el cual el lenguaje, bajo todas sus manifestaciones, refleja las formas de las relaciones sociales de producción.



Unidad 3. La comunicación como filosofía

Objetivo: Distinguir los postulados de autores del siglo XX y XXI que han propuesto críticas a los fenómenos del lenguaje como lo es el proceso de comunicación para reconocerlo como un proceso constructivo del hombre mismo con la cuestión de la verdad, la lógica y la razón.

Temas:

- 3.1. El postulado wittgensteiniano según el cual el discurso es un juego de lenguaje.
- 3.2. El postulado rortyniano según el cual el lenguaje es un instrumento lógico sin relación con la verdad.
- 3.3. La tesis foucaultiana del lenguaje según el cual éste responde a una intención entre la voluntad de poder y la voluntad de saber.
- 3.4. La crítica derridiana a la concepción estructuralista del lenguaje por la vía de la deconstrucción.
- 3.5. La propuesta habermesiana de la teoría de la acción comunicativa como razón política.

VII. Acervo bibliográfico

- Aristóteles (2000). *La política*. Panamericana editorial: Santa Fe de Bogotá.
- Aristóteles (1999). *Retórica*. Gredos: Madrid.
- Aristóteles (1982). *Tratados de lógica (Organón)*. Gredos: Madrid.
- Derrida, J. (1990). *De la gramatología*, Siglo XXI: México.
- Derrida, J. (2015). *La diseminación*. Fundamentos: Madrid.
- Foucault, M. (1988). *La arqueología del saber*. Siglo XXI: México.
- Habermas, J. (1990). *Teoría de la acción comunicativa. Tomos I y II*, Taurus: Madrid.
- Hegel, G. W. F. (2006). *Fenomenología del espíritu*. Pre-textos: Madrid.
- Hegel, G. W. F. (1988). *Principios de la filosofía del derecho*. Edhasa: Madrid.
- Humboldt, W. V. (1990). *Sobre la diversidad de la estructura del lenguaje humano y su influencia sobre el desarrollo espiritual de la humanidad*. Anthropos: Barcelona.
- González Domínguez, C. (2013). "La retórica como fundamento epistemológico para las ciencias de la comunicación", en *La complejidad autoreflexiva epistemológica de las ciencias sociales y su diversidad campotemática*, México: Miguel Ángel Porrúa - Universidad Autónoma del Estado de México: México.
- Marx, K. y Engels, F. (2014). *La ideología alemana*. Akal: Madrid.
- MARX, K. (2006), *Introducción a la crítica de la economía política*. Siglo XXI: México.
- Platón (1988). *República. Diálogos*. Gredos: Madrid.
- Rousseau, J. J. (2014). *Ensayo sobre el origen de las lenguas*. Godot: Madrid.
- Wittgenstein, L. (2007). *Tractatus logico-philosophicus*. Tecnos: Madrid.
- Wittgenstein, L. (2009), *Sobre la certeza*. Gedisa: Barcelona.
- Rorty, R. (1990), *El giro lingüístico*. Paidós: Barcelona.