



MAESTRÍA EN

COMUNICACIÓN Universidad de

Guadalajara

**CONVOCATORIA 2024-
2026 Generación 2024-B –
2026-A**

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA

La Maestría en Comunicación de la Universidad de Guadalajara es un programa dirigido a los egresados de licenciaturas de Ciencias Sociales y Humanidades, que busquen una formación de excelencia para desarrollarse profesionalmente en la investigación y la docencia del campo de la comunicación.

CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

Programa escolarizado, de tiempo completo, con duración de cuatro semestres

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

I. Tecnología, comunicación y sociedad

Esta área de investigación considera como punto de partida el análisis de la base tecnológica en la que se sustenta gran parte de la comunicación mediada y que a la luz de las rápidas transformaciones en marcha ha venido a sacudir no sólo las preocupaciones sociológicas

sobre el papel y el impacto de la tecnología en las dinámicas humanas, sino en la estructuración de escenarios futuros y en construcción. Entre los ejes de investigación que le dan forma a esta área del conocimiento se pueden identificar los siguientes:

- ◆ Historia de las tecnologías de la información y la comunicación. Se cultivan reflexiones que ayuden a trascender el determinismo tecnológico y los análisis que sólo se detienen en las propiedades técnicas de los artefactos. Bajo este enfoque, es posible estudiar los valores, representaciones e imaginarios sociales que pone de manifiesto las relaciones hegemónicas de una sociedad.

- ◆ La sociedad de la información: antecedentes, realidad y perspectivas. Se reflexiona sobre el origen del “el paradigma tecnoeconómico” que regula las finanzas y las industrias del entretenimiento y las telecomunicaciones de alcance global. Se busca entender cómo México y sus regiones se han insertado en la sociedad de la información.

- ◆ Activismos y apropiaciones tecnopolíticas de las tecnologías. Colectivos de usuarios utilizarán la tecnología para hacer negocios, otros grupos aplicarán la tecnología para reforzar los lazos sociales. Por su parte los gobiernos deben pronunciarse y legislar sobre los usos de esa tecnología, las decisiones de todos –no siempre democráticas- transformará en gran medida la aplicación de esa tecnología.

- ◆ Narrativas, representaciones e imaginarios sobre la tecnología. Cuando un grupo social impulsa el uso de una determinada tecnología, irremediamente genera debates y controversias sobre el mejor uso colectivo de esa innovación. Los usuarios explotarán el carácter modelable de la tecnología y buscarán la forma más efectiva y económica de apropiarse de sus beneficios. Alienta una reflexión sobre las posibles implicaciones sociales y culturales de las mediaciones tecnológicas en las diversas identidades colectivas y las formas y dispositivos de memoria.

II. *Comunicación, economía y poder político*

Este espacio de conocimiento o línea de investigación contempla una multiplicidad de fenómenos y objetos de estudio que conciernen a las esferas del poder político y de la generación y acumulación de capital en el contexto global de economías y sociedades informacionales.

El área se caracteriza por el análisis crítico sobre la historia, estructura, economía, plataformización y organización de instituciones e industrias mediáticas y culturales, enclavadas en sistemas comunicativos híbridos y estratificados.

Entre las sublíneas de indagación o áreas de estudio específicas que conforman este territorio se mencionan los siguientes:

- ◆ Historia, estructura y poder en el desarrollo de las instituciones mediáticas contemporáneas, en el marco del capitalismo informacional y de vigilancia, lo que también incluye el análisis de las transformaciones de la economía de los medios y las industrias culturales.

- ◆ Evolución de las teorías críticas de la economía política de la comunicación y la cultura con el fin de comprender tendencias como la privatización y plataformización de prácticas y

sistemas de comunicación privada, pública y gubernamental. Ello incluye el abordaje de las cambiantes formas de financiamiento de las empresas informativas/periodísticas y del entretenimiento tanto en sus aspectos empíricos como normativos.

◆ Las transformaciones en las formas de producción de valor de medios de comunicación informativos y periodísticos en el marco de la economía digital y el análisis de los cambios en el trabajo comunicativo y cultural de los trabajadores de las industrias mediáticas y culturales.

◆ Desarrollo de las políticas públicas en torno a la comunicación y el derecho a la información en los nuevos contextos tecno-sociales, y el papel de los actores sociales y sus prácticas de comunicación política en la esfera pública mediatizada.

◆ La comunicación tecnológicamente mediada y la acción ciudadana en la(s) democracia(s): entre la resistencia, la participación y las nuevas formas de control social. Dilemas que encaran los sistemas políticos autoreferidos como democráticos y sus ciudadanías en un escenario de creciente injerencia mediática en la vida pública.

◆ Implicaciones éticas y normativas en la gestión de los viejos y nuevos medios de comunicación en un escenario de capitalismo informacional.

III. Estudios sobre periodismo

Uno de los campos de interés permanente en la investigación y enseñanza de la comunicación ha sido el análisis y comprensión del papel del periodismo en la vida social. En los últimos 20 años los estudios sobre el periodismo han evolucionado en forma importante.

Las prácticas de producción, circulación y consumo de noticias y productos periodísticos se siguen complejizando en el contexto de transformaciones tecnológicas, económicas, culturales, organizacionales y políticas inherentes a la *Era informacional*. El acceso creciente, aunque desigual, a la Internet ha posibilitado la participación de nuevos actores en la construcción de información periodística y, con ello, de su incidencia en la opinión pública y la lucha por la significación social. En este cambiante escenario, lo que permanece y se consolida es el interés por explicar cómo es el periodismo y por qué es como es en contextos temporales, geográficos y políticos específicos, desde una amplia gama de abordajes teórico metodológicos. Entre las sub-líneas de investigación y conocimiento contenidas en esta área de conocimiento se pueden identificar las siguientes:

◆ Culturas periodísticas. Influencias institucionales, organizacionales, profesionales, individuales, ideológicas, axiológicas y normativas en las prácticas periodísticas predominantes y emergentes en contextos específicos. Factores estructurales y extra mediáticos que determinan tales influencias. Elementos socioculturales, económicos, políticos, organizacionales e individuales en los procesos de construcción y selección de noticias.

◆ Permanencias y transformaciones en la producción, circulación y consumo del periodismo. Modelos de financiamiento de la producción periodística. Plataformización de actores, prácticas, discursos y sistemas periodísticos.

♦ Audiencias y periodismo. Participación e interactividad de las audiencias en medios periodísticos digitales. Algoritmización del consumo periodístico. Incidencia de las audiencias en las transformaciones de los productos periodísticos.

♦ Periodismo digital. Formas de producción, circulación y consumo de periodismo en entornos digitales. Nuevas epistemologías de la noticia (indefinición de autoría, fuentes y temporalidad); prácticas colaborativas regionales, nacionales y transfronterizas. Incertidumbre informativa; procesos de desinformación y procesos de verificación de noticias. Emergencia de nuevos perfiles profesionales.

♦ Periodismo como trabajo. Escenarios profesionales y condiciones laborales prevalecientes en contextos sociales específicos; movilidad e hibridación profesional; precarización de la profesión periodística; equidad y perspectiva de género en entornos laborales para periodistas; condiciones de riesgo en el trabajo periodístico (violencias, agresiones, amenazas). Periodismo y Derechos Humanos.

♦ Agendas, marcos, narrativas y discursos periodísticos; tratamientos informativos y sus implicaciones en la construcción de la agenda pública.

IV. Comunicación, procesos socioculturales y producción simbólica

El peso de la producción simbólica no solo es incuestionable sino cada día más relevante para entender las formas de agencia para la producción de significados dentro de las estructuras sociales, las tendencias reproductivas y las posibilidades de cambio. La comunicación humana, tanto en sus formas de co-presencia como las mediadas por las tecnologías, se desenvuelve en un escenario heterogéneo de una gran complejidad que incluye no solo discursos sociales, sino también la reconfiguración de identidades que implican tanto a las emociones y las corporalidades, como las diferenciaciones venidas de la pertenencia de clase, género, etnia, educación y contexto en este proceso.

Algunas de las preocupaciones en torno a estos temas, se exponen en las siguientes sublíneas de investigación:

♦ Identidad(es), interacciones e interactividad. Atiende a la vinculación de las identidad(es) con las interacciones destacando la dimensión intersubjetiva de la vida social en la que se crean y recrean significaciones que revelan la heterogenidad simbólica de la sociedad contemporánea. Tales interacciones involucran la comunicación en co-presencia así como la mediada tecnológicamente, la interactividad.

♦ Comunicación y educación. En esta sublínea, se contemplan las diversas formas de comunicación de los espacios educativos en particular, por ejemplo, en la educación para los medios, la comunicación de la ciencia, la educación ciudadana, la educación intercultural, y para la inclusión, en el afán de comprender las formas en que la sociedad trasmite de una generación a otra sus visiones del mundo, no exentas de desigualdades y contradicciones.

♦ Imágenes, miradas y visualidades. Esta línea surge de la necesidad de actualizar las formas

de estudiar las imágenes incluyendo a las imágenes que se crean sobre el mundo a partir del arte, la fotografía, videos, cine, videojuegos, etc. También se plantea la necesidad de darle continuidad al estudio de la producción de imágenes colectivas, que desde una perspectiva horizontal muestren las culturas visuales desde las miradas propias.

♦ Emociones, cuerpos y afectos. Las subjetividades incluyen componentes emocionales y afectivos, así como cuerpos ligados a jerarquías, luchas, membresías, estereotipos, estilos emocionales y sensibilidades. Las emociones, cuerpos y afectos se constituyen como vehículos de debates morales y como medios privilegiados de expresión personal, tanto en el ámbito de lo íntimo como en el público, formando parte fundamental de la comunicación y la interacción social.

PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE	TERCER SEMESTRE	CUARTO SEMESTRE
Seminario de Teoría de la Comunicación: Comunicación, Campo y Objeto de Estudio	Seminario de Teoría de la Comunicación: Medios de Difusión y Sociedad	Seminario de Teoría de la Comunicación: La Producción Social del Sentido	
Seminario de Metodología: Culturas de Investigación	Seminario de Metodología: Estrategias de producción de información	Seminario de Metodología: Análisis e interpretación de información	
Seminario de Investigación I	Seminario de Investigación II	Seminario de Investigación III	Seminario de Investigación IV
Seminario de Profundización Temática: Tecnología, comunicación y sociedad	Seminario de Profundización Temática: Comunicación, economía y poder político	Seminario de Profundización Temática: Estudios sobre periodismo	Seminario de Profundización Temática: Comunicación, procesos socioculturales y producción simbólica

DURACIÓN DEL PROGRAMA:

La Maestría en Comunicación es un programa bianual, con duración de 4 (cuatro) ciclos escolares, los cuales serán contados a partir del momento de su inscripción.

Las convocatorias se abren cada dos años aproximadamente en el mes de enero para dar inicio a los cursos en el mes de agosto.

COSTOS:

El costo de cada semestre será el que esté vigente en Control Escolar (ver www.escolar.udg.mx). Para mayores informes, consultar en la Coordinación del Programa.

Las y los aspirantes que resulten aceptados al programa de posgrado no tienen garantizado el acceso a una beca de manutención, la asignación estará sujeta a la disponibilidad y a los criterios que establezca el CONAHCYT en las respectivas convocatorias

MÁS INFORMACIÓN SOBRE NUESTRO PROGRAMA:

http://www.cucsh.udg.mx/maestrias/maestria_en_comunicacion