



ÁREA ACADÉMICA DE COMUNICACIÓN
MAESTRÍA DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN MENCIÓN
ESTUDIOS DE RECEPCIÓN MEDIÁTICA

Coordinador académico: Edgar Clotario Vega Suriaga

Versión resumida

Aprobación CES: 25 de febrero de 2015
Resolución CES RPC-SO-08-No. 086-2015

DATOS GENERALES DEL PROGRAMA

Tipo de programa	74 – Maestría de Investigación
Campo de conocimiento	Amplio: 03 - Ciencias Sociales, Periodismo, Información y Derecho Específico: 032 - Periodismo e información Detallado: 0321 - Periodismo y comunicación
Programa	B - Maestría en comunicación: Estudios de recepción mediática
Título que otorga	02 - Magíster en Comunicación: Estudios de Recepción Mediática
Código del programa	740321B02
Aprobación por el Comité de Coordinación Académica UASB	Fecha de aprobación: 1 de septiembre de 2014 Número de resolución: Resolución No. CCA-R1-IX-01/2014
Modalidad de estudios	Presencial
Duración	12 trimestres
Número de horas	Número de horas con que se aprueba el programa 2.920 horas Aprendizaje asistido por el profesor: 520 Aprendizaje colaborativo: 210 Prácticas de aplicación: 680 Aprendizaje autónomo: 1510
Régimen académico	De acuerdo con las “Normas de funcionamiento de los programas de posgrado” de la UASB, el estudiante debe acreditar un total de 117 créditos: 52 créditos de docencia y 65 créditos complementarios.

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROGRAMA

Objeto de estudio del programa

La Maestría en Comunicación: Estudios de Recepción Mediática tiene como objeto de estudio a los Estudios de Recepción desde América Latina. Estos han cobrado una entidad particular y destacada en la región debido a que por un lado la tradición de la teoría crítica en las ciencias sociales en América Latina ha generado una investigación ingente que da cuenta, en este caso desde la comunicación, de los distintos procesos de desigualdad en la región así como de los particulares

formas asociativas de agenciamiento de los sectores populares. Por otro lado, los Estudios de Recepción, desde América Latina, se han fortalecido con el trabajo crítico y autocrítico de investigadores y teóricos que permanentemente dan cuenta de cómo las audiencias se hacen, se gestan y negocian en contextos permanentes de disputa de sentido. En este gran marco referencial, los Estudios de Recepción desde América Latina han tenido distintas derivas resultado de los límites y posibilidades de enfoques y metodologías que han puesto atención en la comunicación mediática, en las audiencias, las comunidades interpretativas, los soportes, el lenguaje o el empoderamiento de las poblaciones.

En este gran contexto los Estudios de Comunicación Social contemporáneos desde América Latina se han nutrido de al menos cuatro aportes recientes desde los Estudios de Recepción:

1. El reconocimiento del carácter activo, dinámico y destructor de las audiencias.
2. El trabajo teórico de articulación e intersección de las variables de discriminación para dar cuenta del estado complejo de las audiencias.
3. El desarrollo teórico de los Estudios Visuales y de los Estudios Sonoros que permiten volver a la materialidad de los mensajes, a la imagen y al sonido, para encontrar en ellos sus capacidades connotativas y contextuales que se entienden desde el análisis de la visualidad y la sonoridad.
4. El avance en la sociedad civil de la exigibilidad de derechos que se traduce en el desarrollo de estándares de inclusión y equidad sociales.

Objetivo general

Formar investigadores de alto nivel con la capacidad necesaria para diseñar y ejecutar proyectos de investigación en Comunicación y Recepción Mediática, en el contexto de la comunicación mediática, desde una perspectiva de análisis intercultural e interseccional de las audiencias; valorando las mediaciones, la pluralidad de significados y los usos sociales de los enunciados mediáticos; reconociendo la importancia de las comunidades interpretativas y de los contextos de recepción; proyectos de investigación comprometidos con el avance de la comunicación social en los entornos privados, públicos y de la sociedad civil, en el contexto del fomento de sociedades equitativas, diversas e inclusivas.

Perfil de ingreso del estudiante

La Maestría en Comunicación: Estudios de Recepción Mediática requiere de estudiantes con familiaridad en la lectura académica, además de una actitud crítica hacia las diversas y distintas manifestaciones comunicacionales de su entorno. El programa además requiere que los estudiantes tengan experticias o conocimientos iniciales referidos al trabajo etnográfico, la lectura de medios de comunicación, la investigación bibliográfica, o al manejo de archivos en los entornos comunicacionales.

Este programa requiere de estudiantes graduados en Comunicación Social, Sociología, Antropología, Literatura, Lingüística, Historia o de formación afines con la información o la comunicación.

Este posgrado espera que los estudiantes tengan experiencia en diagnósticos y diseños de proyectos de comunicación; en análisis de discursos escritos, visuales y sonoros; en etnografías urbanas y rurales; y en investigación social orientada a procesos comunicacionales.

Perfil de salida

El estudiante que concluye la “Maestría en Comunicación: Estudios de Recepción Mediática” estará formado para:

1. Investigar los procesos de deconstrucción y resignificación de los mensajes comunicacionales desde el reconocimiento y análisis de la intersección de las variables de discriminación e inequidad sociales. Con esta formación teórica los egresados dominarán los campos de indagación relativos a la deconstrucción, la interseccionalidad y la

interculturalidad fundamentales para el pensamiento complejo contemporáneo desde el cual analizar las distintas derivas de la comunicación y la recepción mediática.

2. Indagar en las determinaciones estructurales que median entre los enunciadores y enunciatarios y que inciden constitutivamente en la connotación de los significantes discursivos, visuales y sonoros, y en el uso social de la comunicación mediática. De esta manera, el futuro investigador contará con los recursos metodológicos y los protocolos de intervención pertinentes para incidir en los distintos entornos en donde se producen procesos de recepción mediática.
3. Investigar los procesos de recepción mediática en comunidades interpretativas diversas y en múltiples contextos de recepción no solo para registrar el flujo de la comunicación sino para diseñar y desarrollar proyectos de comunicación que coadyuven a superar las inequidades sociales. En ese sentido, los futuros investigadores estarán formados para imprimir, en los proyectos de investigación en los que se comprometan, giros epistémicos y enfoques epistemológicos que aporten en las audiencias y en los usuarios de los entornos comunicativos capacidades críticas y creativas frente al hecho comunicacional.
4. Generar proyectos de investigación de distinto alcance y profundidad que pongan en diálogo no solo las experticias teóricas y metodológicas del investigador sino las particularidades y contingencias de los distintos saberes y prácticas sociales contenidas en los procesos y actores de la recepción mediática.

Líneas de investigación del programa

1. Resignificación e interseccionalidad desde las audiencias

Esta línea plantea indagar en los procesos de intersección de las variables de discriminación (de género, de clase social, étnico/raciales y etarias) en las audiencias y desde donde se resignifican los mensajes y procesos comunicacionales. Esta línea se encauza en los campos de investigación del Área de Comunicación referidos a “Comunicación e interculturalidad” y “Visualidades y sonoridades en América Latina”, en el sentido de indagar en las audiencias su rol activo y deconstructor dependiendo de su complejidad estructural y de los rasgos sustantivos de la materialidad visual y sonora de los mensajes y productos comunicacionales. En esa medida, esta línea aporta al desarrollo específico de los Estudios de Recepción Mediática al proveer a estos de la dimensión intersectada de las audiencias y del análisis de la materialidad de los significantes, lo cual redundará en beneficio de los estudiantes puesto que estos contarán con insumos teóricos y metodológicos para incidir en la investigación de las audiencias. Esto precisamente hace que esta línea permita al estudiante contar con herramientas teóricas y metodológicas de primera mano que le serán útiles en su trabajo de graduación.

2. Mediaciones, pluralidad de significados y usos sociales de los enunciados mediáticos

Esta línea parte del reconocimiento que las audiencias están determinadas y condicionadas por mediaciones de orden económico, cultural, histórico e ideológico que determinan no solo los flujos de información sino las condiciones mismas de la comunicación. Por ello, esta línea plantea indagar, por un lado en la materialidad de los significantes de los mensajes comunicativos, en sus posibilidades connotativas, en las condiciones visuales y de sonoridad que habilitan tanto a la imagen como al sonido; y por otro, desarrolla la noción de mediación social como factor predominante para entender los usos sociales de la comunicación. Por estas características, esta línea se articula con los campos “Visualidades y sonoridades en América Latina”, “Comunicación e interculturalidad” y “Comunicación Estratégica”, desde los cuales desarrolla elementos de análisis críticos del tejido social útiles para indagar precisamente en las condiciones de significación que dan sentido a los significantes; en las determinaciones del tejido social; y en la estructura de las estrategias de comunicación desde donde operan los procesos de enunciación.

Esta convergencia entre aspectos más teóricos y metodológicos relativos a los enunciatarios y la preocupación por los componentes socio-semióticos de la imagen y del sonido en términos contextuales y de historia cultural y social y ya no desde una exigencia estructural autónoma del mensaje, es uno de los aportes más significativos de los Estudios de Recepción Mediática desde América Latina a las ciencias sociales. Lo cual implica que esta línea provea al estudiante de la información y análisis pertinentes desde enfoques más sistémicos e integrales de la comunicación en función de su trabajo de graduación.

3. Las comunidades interpretativas y los contextos de Recepción Mediática

Esta línea de investigación plantea trabajar con la noción ampliada de comunidades de interpretación para abarcar no solamente los entornos familiares tan desarrollados por los estudios canónicos de Recepción Mediática, sino para dar cuenta también de las nuevas condiciones sociales de recepción en relación con el reordenamiento de las familias, los grupos gregarios o los flujos migratorios y poblacionales. En ese sentido, esta línea articula profundamente con los campos “Comunicación e interculturalidad” y “Tecnologías de la información y la comunicación” en la medida en que no solo se ocupa del diseño de campañas publicitarias, sino que pretende dar cuenta de las altas y cambiantes dinámicas sociales de las audiencias, las mismas que utilizan los más variados recursos tecnológicos comunicacionales tanto para deconstruir los mensajes dominantes como para agendar nuevas tematizaciones comunicacionales. En esta convergencia de líneas y campos de investigación, el estudiante encontrará los insumos teóricos y metodológicos idóneos para su trabajo con fines de graduación.

Trabajo de titulación

El programa tiene previsto que docentes y estudiantes orienten su participación hacia el trabajo colaborativo, a las prácticas de aplicación y al trabajo autónomo. Estas modalidades de la docencia y del trabajo de enseñanza/aprendizaje están orientadas a resolver los requerimientos de investigación de las mismas asignaturas así como habilitan al estudiante hacia la preparación de su trabajo de titulación. En ese sentido, la coordinación del programa periódicamente evalúa la convergencia entre los sílabos, la docencia y el trabajo autónomo en la perspectiva del desarrollo de las líneas de investigación de la maestría y de las necesidades del trabajo de titulación de los estudiantes.

Ahora bien, dadas las características propias de esta maestría, la coordinación del programa pondrá especial atención en el desarrollo de metodologías de investigación cuantitativas, pero sobre todo cualitativas relativas a los Estudios de Recepción; a estudios de caso sobresalientes en el campo que permitan conocer el trabajo de grupos de investigación o de observatorios que se acerquen al trabajo con audiencias o con representaciones mediáticas; o a la familiarización de los estudiantes con la bibliografía más destacada y los eventos académicos pertinentes que puedan ahondar en la formación en los Estudios de Recepción.

En ese sentido, y conforme a las normas que rigen los programas de posgrado de nuestra Universidad, además de la aprobación de las asignaturas y créditos complementarios del plan de estudios de la maestría, para optar por el título de magíster, el estudiante debe elaborar y presentar una tesis.

Con esta finalidad, al iniciar el último trimestre de la fase de docencia, el estudiante denuncia el tema de tesis, que es aprobado por el Comité de Posgrado. Una vez que cuenta con esta aprobación, prepara y presenta el plan de tesis siguiendo las pautas institucionales. El diseño de investigación o plan de tesis es aprobado por un comité conformado por dos docentes que impartieron clases en el programa de maestría.

Tanto en la denuncia del tema como el plan de tesis el estudiante ha sido acompañado y asesorado por un tutor, que luego puede o no asumir las funciones de dirección de la investigación. Además, el programa prevé que todos sus docentes acompañen en tutoría a los estudiantes para que estos, sea en los trabajos parciales o en los de fin de curso, vayan acercándose al diseño de su plan de investigación. En ese sentido, tanto en el trabajo colaborativo como en el trabajo autónomo el trabajo de tutoría supone un acompañamiento permanente del docente con el estudiante en la definición de líneas de

investigación, en la inmersión en los casos de estudio, y en la definición de temas y metodologías de trabajo.

Una vez aprobado el plan de tesis y verificado el cumplimiento de los créditos de la fase docente, la Universidad designa a un docente como tutor de la tesis, cuyas tareas básicas son “ayudar al estudiante a precisar el tema, sugerir la bibliografía apropiada, comentar las bases conceptuales y metodológicas del trabajo, vigilar que se observe la parte formal en la presentación del trabajo, intervenir para que se corrijan aspectos metodológicos, teóricos, gramaticales y formales; solicitar y corregir razonadamente los avances escritos y leer y aprobar la versión final antes de que el estudiante presente el trabajo de investigación” ante un tribunal.

El formato y las características del trabajo de investigación están fijados en las normas de funcionamiento de los programas de posgrado, en las pautas para la elaboración de la tesis de maestría y en el Manual de estilo de la Universidad. El programa de Maestría en Comunicación: Estudios de Recepción Mediática promoverá que este trabajo esté vinculado en la medida de lo posible a las líneas de investigación del programa. En ese sentido, y al desarrollar el programa investigación básica y analítica, los trabajos de investigación utilizarán métodos de carácter disciplinar, multi, inter o trans disciplinar, según sea el caso.

El estudiante tiene un plazo máximo de diez y ocho meses, desde que inicia la fase presencial del programa, para presentar su trabajo de investigación. Si por razones debidamente justificadas no ha podido cumplir con el plazo estipulado, puede solicitar una prórroga última de seis meses.

Dentro de los plazos previstos, la Universidad recibe los ejemplares de la tesis de maestría y el informe del tutor; posteriormente procede al nombramiento del tribunal de tesis conformado por dos profesores.

ORGANIZACIÓN CURRICULAR

MALLA CURRICULAR

Unidades curriculares	Campos de formación	Asignatura o módulo	Trimestre	Créditos UASB	Horas aula	Horas trabajo colaborativo	Horas prácticas de aplicación	Horas trabajo autónomo	Total horas asignatura
Básica	Formación epistemológica	Mediaciones y usos sociales de la comunicación	I	4	40	15	50	100	205
		Epistemología de la comunicación	V	4	40	15	50	100	205
		Comunicación, género y representación	V	4	40	15	50	100	205
		Teoría General de los Estudios de Recepción	VI	4	40	15	50	100	205
		Antropología de los medios y de la comunicación social	VI	4	40	15	50	100	205
		Interseccionalidad y comunidades interpretativas	VII	4	40	15	50	100	205
Disciplinar o Multidisciplinar	Formación profesional avanzada	Gestión de fuentes comunicacionales y periodísticas	II	4	40	15	50	100	205
		Gestión de redes sociales de la comunicación	II	4	40	15	50	100	205
		Metodologías de análisis de	III	4	40	15	50	100	205

		discursos mediáticos							
		Visualidades y estudios de recepción	III	4	40	15	50	100	205
Titulación	Investigación avanzada	Escritura académica y metodologías de investigación intercultural de las audiencias	V	4	40	20	60	100	220
		Proyectos de investigación en Estudios de Recepción Mediática	VI	4	40	20	60	100	220
		Seminario de tesis	VII	4	40	20	60	100	220
		Tesis	VIII-XII	65				210	210
		TOTAL PROGRAMA		13		117	520	210	680

PLAN DE ESTUDIOS

- *Mediaciones y usos sociales de la comunicación*

Objetivo general:

Examinar el tipo de mediaciones y usos sociales de la comunicación que determinan los límites y posibilidades de los procesos comunicacionales.

Contenido general:

Análisis del papel de la cultura, la economía, la política, o la ideología como dispositivos que median la relación entre los medios y las audiencias; revisión de los usos colectivos que hacen las poblaciones de los contenidos transmitidos en la fase de emisión mediática de los mensajes.

Relación con líneas de investigación:

1. Relación con la línea de investigación 2: Mediaciones, pluralidad de significados y usos sociales de los enunciados mediáticos.

- *Epistemología de la comunicación*

Objetivo general:

Ubicar histórica, cultural e ideológicamente el surgimiento, desarrollo y aportes de las distintas escuelas y tradiciones de comunicación en relación con la especificidad de la los Estudios de Recepción Mediática.

Contenido general:

Desarrollo de un corpus teórico que sitúa a la comunicación como campo de conocimiento que indaga líneas y tendencias de significación tanto en las dinámicas comunicacionales, periodísticas y mediáticas como en las tradiciones sociológicas, antropológicas, históricas, de los estudios culturales, visuales y de género

Relación con líneas de investigación:

Relación con la línea de investigación 1: Resignificación e interseccionalidad desde las audiencias; y 2: Mediaciones, pluralidad de significados y usos sociales de los enunciados mediáticos.

- *Comunicación, género y representación*

Objetivo general:

Generar entre los estudiantes elementos de análisis críticos sobre el hecho comunicacional en relación con las condiciones de inequidad de género articuladas a las distintas variables de exclusión social.

Contenido general:

Perspectiva histórico-social de los dispositivos culturales de discriminación por género; análisis del reforzamiento de patrones culturales inequitativos que subordinan el papel de la mujer y de lo femenino en los entornos comunicacionales. Además, puesta al día de cómo la perspectiva feminista y de género ha devenido en el desarrollo de agendas y campañas contemporáneas de comunicación críticas y creativas.

Relación con líneas de investigación:

Relación con la línea de investigación 1: Resignificación e interseccionalidad desde las audiencias.

- *Teoría General de los Estudios de Recepción*

Objetivo general:

Familiarizar a los estudiantes con los distintos componentes teóricos y las tradiciones de investigación que trabajan los Estudios de Recepción Mediática.

Contenido general:

Análisis de las trayectorias teóricas del estudio de audiencias; revisión de los aportes más significativos hechos por América Latina a la investigación de recepción de audiencias; análisis de experiencias contrapuestas entre los estudios positivistas y funcionalistas y las investigaciones desde la teoría crítica.

Relación con líneas de investigación

Relación con la línea de investigación 1: Resignificación e interseccionalidad desde las audiencias; 2: Mediaciones, pluralidad de significados y usos sociales de los enunciados mediáticos; y 3: Las comunidades interpretativas y los contextos de Recepción Mediática.

- *Antropología de los medios y de la comunicación social*

Objetivo general:

Desarrollar una perspectiva de análisis contextual de los distintos dispositivos tecnológicos y culturales de la comunicación en relación con sus usos y tradiciones sociales y en el contexto de los Estudios de Recepción Mediática.

Contenido general:

Introducción a un análisis antropológico que correlaciona el surgimiento de las tecnologías de la comunicación con condiciones culturales, históricas y sociales en el contexto de tradiciones de percepción y de recepción situadas histórica y geopolíticamente.

Relación con líneas de investigación

Relación con la línea de investigación 1: Resignificación e interseccionalidad desde las audiencias; y 2: Mediaciones, pluralidad de significados y usos sociales de los enunciados mediáticos

- *Interseccionalidad y comunidades interpretativas*

Objetivo general:

Desarrollar entre los estudiantes elementos críticos de análisis e investigación interseccional de las comunidades de interpretación mediática y comunicacional.

Contenido general:

Análisis de las distintas nociones de asociatividad de las poblaciones; revisión de las investigaciones contemporáneas de audiencias; desarrollo de elementos teórico/metodológicos de trabajo con comunidades de interpretación.

Relación con líneas de investigación:

Relación con la línea de investigación 1: Resignificación e interseccionalidad desde las audiencias.

- *Gestión de fuentes comunicacionales y periodísticas*

Objetivo general:

Familiarizar a los estudiantes con la gestión documental de fuentes comunicacionales como insumo pertinente que dote a la investigación en Recepción Mediática de la necesaria contextualización cultural y social.

Contenido general:

Revisa, a partir de estudios de casos específicos, técnicas y metodologías archivísticas y de documentación que permiten

Relación con líneas de investigación:

Relación con la línea de investigación 2: Mediaciones, pluralidad de significados y usos sociales de los enunciados mediáticos; y 3: Las comunidades interpretativas y los contextos de Recepción Mediática.

- *Gestión de redes sociales de la comunicación*

Objetivo general:

Contemporizar con los estudiantes en el uso social de las redes sociales y digitales más requeridas y exitosas, entendidas como dispositivo tecnológico y recurso comunicacional emergente para la indagación de los Estudios de Recepción Mediática.

Contenido general:

Mapeo de las tendencias más actuales en el manejo de la información en red; revisión crítica de metodologías para investigar los usos sociales de las redes digitales y cibernéticas de la comunicación.

Relación con líneas de investigación:

Relación con la línea de investigación 2: Mediaciones, pluralidad de significados y usos sociales de los enunciados mediáticos; y 3: Las comunidades interpretativas y los contextos de Recepción Mediática.

- *Metodologías de análisis de discursos mediáticos*

Objetivo general:

Familiarizar a los estudiantes con las propuestas teóricas y metodológicas contemporáneas que permiten analizar críticamente los discursos mediáticos.

Contenido general:

Repaso de las técnicas de lectura de discursos y representaciones; articulación de la lectura crítica con las nociones de exigibilidad de derechos; relación entre estructura ideológica de los mensajes y las audiencias y los estándares de equidad exigidos para el manejo responsable y crítico de la comunicación.

Relación con líneas de investigación:

Relación con la línea de investigación 2: Mediaciones, pluralidad de significados y usos sociales de los enunciados mediáticos; y 3: Las comunidades interpretativas y los contextos de Recepción Mediática.

- ***Visualidad y estudios de recepción***

Objetivo general:

Desarrollar una perspectiva de análisis visual crítico de las distintas representaciones visuales y de sus contextos de visualidad implicados en la Recepción Mediática.

Contenido general:

Introducción a un análisis del régimen visual en el que opera la visualidad en los procesos de recepción mediática. Ubicación de prevalencias ideológicas, culturales y estéticas que afectan a la visualidad mediática situada histórica y geopolíticamente.

Relación con líneas de investigación:

Esta asignatura se relaciona con las líneas de investigación 1: Resignificación e interseccionalidad desde las audiencias; y 2: Mediaciones, pluralidad de significados y usos sociales de los enunciados mediáticos.

Relación con el perfil de salida:

El estudiante estará formado para investigar los procesos de deconstrucción y resignificación de los mensajes comunicacionales desde el reconocimiento y análisis del régimen visual mediático contemporáneo. De esta manera los egresados dominarán los campos de indagación relativos a las mediaciones, la pluralidad de significados, los usos sociales de los enunciados mediáticos, la deconstrucción, la visualidad, la interseccionalidad y la interculturalidad fundamentales para el pensamiento complejo contemporáneo desde el cual analizar las distintas derivas de la comunicación y la recepción mediática.

- ***Escritura académica y metodologías de investigación intercultural de las audiencias***

Objetivo general:

Estudiar la epistemología y metodología del área de conocimiento propia del programa de maestría.

Contenido general:

Debate sobre los problemas epistemológicos y metodológicos del área de conocimiento en que trabaja el programa de maestría Estudios de Recepción Mediática. Características y producción del discurso científico. Discusión sobre la naturaleza de la investigación básica en la maestría de investigación. Fundamentos para la elección metodológica orientada al trabajo de titulación. Orientación para la definición del tema de tesis.

Relación con líneas de investigación:

Relación con la línea de investigación 1: Resignificación e interseccionalidad desde las audiencias; 2: Mediaciones, pluralidad de significados y usos sociales de los enunciados mediáticos; y 3: Las comunidades interpretativas y los contextos de Recepción Mediática.

- ***Proyectos de investigación en Estudios de Recepción Mediática***

Objetivo general:

Familiarizar a los estudiantes con las metodologías y procedimientos necesarios para desarrollar un proyecto de investigación básica en el área de conocimiento propia del programa de maestría en Estudios de Recepción Mediática.

Contenido general:

Introducción al uso de herramientas específicas para la investigación básica en el campo de conocimiento del programa de maestría en Estudios de Recepción Mediática. Aproximación al manejo de fuentes documentales, bases de datos digitales. Conocimiento de la normativa universitaria y de las Pautas para la elaboración y presentación de la tesis para la graduación en la Maestría de investigación. Orientación para la elaboración del plan de tesis.

Relación con líneas de investigación:

Relación con la línea de investigación 1: Resignificación e interseccionalidad desde las audiencias; 2: Mediaciones, pluralidad de significados y usos sociales de los enunciados mediáticos; y 3: Las comunidades interpretativas y los contextos de Recepción Mediática.

- **Seminario de tesis**

Objetivo general:

Familiarizar a los estudiantes con las herramientas requeridas para la elaboración de un trabajo de tesis de investigación básica.

Contenido general:

Orientación para la elaboración de la tesis de grado. Manejo de herramientas específicas para la investigación básica en el campo de conocimiento de la maestría: Uso de gestores bibliográficos y de gestores antiplagio. Avances en la redacción de la tesis.

Relación con líneas de investigación:

Relación con la línea de investigación 1: Resignificación e interseccionalidad desde las audiencias; 2: Mediaciones, pluralidad de significados y usos sociales de los enunciados mediáticos; y 3: Las comunidades interpretativas y los contextos de Recepción Mediática.

- **Trabajo de titulación**

Objetivo general:

Desarrollar el proyecto de investigación desde lo previsto en el plan de tesis.

Contenido general:

Desarrollo de hipótesis y marco teórico. Recopilación de información. Sistematización de datos. Elaboración de bibliografía. Diseño de anexos. Evaluación y redacción del texto final. Relación con líneas de investigación:

Relación con líneas de investigación:

Relación con las líneas de investigación definidas por la Maestría

Cuadro de docentes

Documento de identidad	Apellidos y nombres del profesor	Asignatura o módulo a impartir	Títulos relacionados con la asignatura a impartir			Número de horas semanales	Tipo de relación de dependencia	Tipo de profesor
			Código del registro en Senescyt del título de tercer nivel	Máximo título de cuarto nivel	Código del registro en Senescyt del título de cuarto nivel			
1706846712	Ordóñez Revelo Gonzalo Javier	Epistemología de la Comunicación	1027-03-455663	Magíster en Comunicación	1022-10-712130	4	Contrato con relación de dependencia a tiempo completo	Titular agregado
G07247803	Vega Montiel Medley Aimeé	Comunicación, género y representación	No aplica	Doctora en Periodismo y Ciencias de la Comunicación	No aplica	4	Contrato sin relación de dependencia	Invitado
1708537947	Vega Suriaga Edgar Clotario	1. Antropología de los medios y la comunicación social	7297R-13-7964	Doctor en Teoría de la Literatura y Literatura Comparada	7297R-14-15706	8	Contrato con relación de dependencia a tiempo completo	Titular agregado

		2. Mediaciones y usos sociales de la comunicación						
5140224818	Orozco Gómez Guillermo	Teoría General de los Estudios de Recepción	No aplica	Doctor en Educación	No aplica	4	Contrato sin relación de dependencia	Invitado
1710164441	León Mantilla Christian Manuel	1. Interseccionalidad y comunidades interpretativas. 2. Metodología de análisis de discursos mediáticos.	1022-04-490975	Doctor en Ciencias Sociales	7174R-12-5726	8	Contrato con relación de dependencia a tiempo completo	Titular agregado
17112276169	Rodrigo Mendizábal Iván Fernando	Gestión de redes sociales y de la comunicación		Magíster en Estudios de la Cultura, mención Comunicación	1022-03-353461	4	Contrato sin relación de dependencia	Ocasional
1705579801	Reyes Aguinaga Ángel Hernán	Gestión de fuentes comunicacionales y periodísticas	1005-07.734026	Máster en Artes en Análisis de Género en el Desarrollo	9067R.14.28115	4	Contrato con relación de dependencia a tiempo completo	Titular agregado
1707460789	Schlenker Galindo Herbert Alexander	Análisis visual y sonoro	1022-09-692834	Doctor en Estudios Culturales Latinoamericanos	1022-14-755273	4	Contrato con relación de dependencia a tiempo completo	Titular agregado
1727139212	Carmenati González Meysis	Metodologías de investigación intercultural de audiencias	7923R-14-12018	Doctorado en Ciencias Filosóficas	8809R-14-12999	4	Contrato sin relación de dependencia	Ocasional
1707297519	Estévez Trujillo Mayra Patricia	Proyectos de investigación en Estudios de Recepción Mediática	1005-04-503240	Magíster en Estudios de la Cultura, mención Políticas Culturales	1022-09-692462	4	Contrato sin relación de dependencia	Ocasional
1704415536	Checa Montufar Blasco Fernando	Seminario de Tesis	1005-09-887588	Magíster en Estudios de la Cultura, mención Comunicación	1022-02-286935	4	Contrato sin relación de dependencia	Ocasional

Resumen: DGA, septiembre de 2017