

## LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

### **PERIODISMO, MEDIOS, PRENSA Y SOCIEDAD**

Las investigaciones dentro de esta línea de investigación examinan, con detenimiento, los diversos contenidos de los mensajes periodísticos, el desenvolvimiento de la actividad mediática en determinados períodos (de preferencia, próximas a la realidad nacional), así como su interacción e incidencia con los lectores y cibernautas.

- Historia y teoría del Periodismo global
- Gestión y Mercados de la Comunicación
- Opinión Pública
- Analytics and Big data
- Elementos gráficos y diseño periodístico.
- Géneros periodísticos de autor
- Las audiencias: interacciones y comportamientos.
- La ética periodística.
- Periodismo de investigación: la labor de reportería, las fuentes de información y la confidencialidad.
- Imagen y comunicación: fotoperiodismo y fotografía documental.
- Estructuras narrativas y argumentativas del periodismo.
- La construcción de la noticia y la agenda mediática.
- Periodismo audiovisual.
- Periodismo especializado: científico, económico y deportivo.
- Identidad, estereotipos y diversidad cultural en el discurso de los medios de comunicación.
- Libertad de expresión: responsabilidades, derechos y límites.
- Opinión pública, democracia y medios.
- Información, educación y mensaje.
- Problemáticas y escenarios de la información en el contexto actual: noticias falsas, posverdad, infoentretenimiento y periodismo constructivo.
- Ciberperiodismo y nuevas tecnologías: creación y difusión de contenidos en redes sociales y plataformas digitales; realidad virtual; futuros escenarios.

### **CONTENIDOS AUDIOVISUALES: DISEÑO, PRODUCCIÓN, MEDIO Y MENSAJE.**

Las investigaciones referidas a esta línea de investigación tienen como prioridad estudiar la producción de los espacios televisivos, radiofónicos, así como material cinematográfico. En ese sentido, se profundiza en los alcances de la producción y dirección de programas multitemáticos (periodísticos, culturales, de entretenimiento, etc.) en la televisión, la radio y distintos formatos que adquiere el lenguaje cinematográfico (cortometrajes, documentales, películas, entre otros).

- Edición y postproducción audiovisual.
- Narrativa transmedia
- Gestión de contenidos audiovisuales
- Estética y Comunicación
- Guion y dirección de cine.
- Contenidos audiovisuales orientados al desarrollo sostenible: cambio climático e interculturalidad.
- Narrativas, arquetipos y representaciones en el cine, la televisión y la radio.
- Desarrollo de proyectos audiovisuales (pitching).

- Contenidos transmedia: social media, celulares y dispositivos móviles.
- Producción de podcast
- Producción y gestión de ficción
- Semiótica del texto audiovisual.
- Guion y storytelling para medios interactivos.
- Género y productos audiovisuales.
- Productos audiovisuales y sus audiencias.
- El periodismo y los formatos audiovisuales.
- Archivos audiovisuales y sonoros para la producción audiovisual y sonora.
- Comunicación sonora y radial
- La gamificación para la narrativa audiovisual y sonora.
- Redes sociales y producción audiovisual.

### **EL IMPACTO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL DESARROLLO DE LAS ORGANIZACIONES Y LA SOCIEDAD**

Los trabajos de investigación dedicados a esta disciplina examinan las diversas estrategias que generan y mantienen un ambiente favorable a los intereses de las organizaciones, además de los planes estratégicos de comunicación dirigidos tanto a los públicos internos como externos.

- Técnicas y herramientas de las RRPP en la Gestión de políticas públicas.
- Relacionamiento con medios convencionales y digitales.
- Relaciones públicas y análisis de datos.
- Reputación y riesgo reputacional
- Diagnóstico y auditoría de comunicaciones.
- Reputación e imagen corporativa.
- Papel de los voceros y entrenamiento de medios.
- Protocolo y ceremonial.
- Comunicación de crisis y prevención de conflictos
- Resolución de conflictos y técnicas de negociación.
- Producción y organización de eventos.
- Relaciones públicas y gestión multicultural.
- Relaciones públicas y responsabilidad social.
- Relacionamiento con medios e inversores.
- Comunicación corporativa para las organizaciones.
- Comunicación interna.
- Planificación estratégica en las Relaciones Públicas.
- Dirección estratégica en las Relaciones Públicas
- Cultura organizacional y Relaciones Públicas.

### **PUBLICIDAD, MARKETING Y SOCIEDAD**

Las investigaciones enmarcadas en el rubro publicitario reseñan actividades comunicativas —sobre todo en el ámbito nacional— a través de las cuales se presenta un producto o servicio a la audiencia, a fin de que conozcan sus beneficios y los adquieran. Estos mensajes se transmiten en diferentes formatos (impreso, audiovisual, etc.).

- Teorías y nuevas tendencias de la publicidad en plataformas digitales y medios tradicionales.
- El consumidor y sus entornos.
- Gestión y administración publicitaria: estrategias y planing.
- El enfoque comercial de la publicidad.
- Creatividad, contenido y elaboración del mensaje publicitario.
- Copy publicitario/copy strategy.
- Elementos y aspectos gráficos de la publicidad.
- Recursos narrativos: storytelling, brand content y gamification.



- Publicidad móvil y viral: marketing de proximidad, vivencial, de buscadores.
- Crowdsourcing orientado a la responsabilidad social. Agencias de Publicidad y negocios digitales
- La responsabilidad y la ética en la producción publicitaria.
- Comportamiento de compra, consumo o uso de productos y servicios.
- Marketing Digital.

### **PROYECTOS DE DESARROLLO: INCLUSIÓN Y FORMACIÓN CIUDADANA**

Las líneas actuales de investigación en esta materia están principalmente vinculadas al campo de la comunicación para el cambio social, la cual engloba a todas aquellas iniciativas destinadas a promover innovaciones que afecten previamente normas sociales en diversos espacios y dimensiones: global, nacional, regional, local, distrital y familiar. Este enfoque de investigación está orientado a comprender y evaluar el rol de la comunicación en procesos de desarrollo económico, social y humano. Asimismo, propone soluciones a los retos que plantea el desarrollo de nuestro país desde la comunicación, entendida como proceso, acción conjunta, diálogo, concertación y construcción de consensos.

- Responsabilidad medioambiental.
- Emprendimiento para comunicadores
- La comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial y los stakeholders.
- Los 17 ODS y el desarrollo sostenible.
- Comunicación y lenguaje inclusivo.
- Inversión social en la educación.
- Creación de valor compartido.
- Programas de responsabilidad social y sostenibilidad.
- Inclusión digital.
- Estrategias y planeamiento de proyectos de desarrollo: una perspectiva desde la comunicación.
- La construcción del mensaje para proyectos de desarrollo.
- Comunicación multicultural.