

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.