

Vicerrectoría de Investigaciones U. de M.
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

LINEA:
**DISCURSO Y
 COMUNICACIÓN**

GRUPO: COP
 PROGRAMAS

(de pregrado o posgrado): Comunicación y Relaciones Corporativas, Maestría en Comunicación, Maestría en Marca, (Doctorado en Comunicación).

FACULTAD: COMUNICACIÓN

ASPECTO	JUSTIFICACIÓN
<p>Objeto <i>De qué se encarga o qué resuelve la Línea (¿Quiénes somos?, Dónde estamos y Para dónde vamos?)</i></p>	<p>La línea indaga y busca generar conocimiento en torno a la lengua materna y los procesos de producción de mensajes (orales y escritos) en atención a las normativas inherentes al castellano. Además, busca desarrollar la competencia comunicativa que permite utilizar adecuada y responsablemente las estrategias discursivas directas y mediatizadas. En este marco sus problemáticas se abordan a través de las siguientes temáticas orientadoras:</p> <p>Temáticas orientadoras:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Discurso y comunicación corporativa • Estudios semióticos • Epistemología de la comunicación • Medios masivos, nuevas tecnologías y prácticas culturales <p>Igualmente, la línea, busca desarrollar habilidades de interpretación y producción de textos desde la comprensión de los medios y los contextos culturales en los que ellos se ponen a circular. Esto supone generar una competencia comunicativa estratégica que permita una aproximación eficaz y creativa a los procesos de interpretación, producción y puesta en circulación de los múltiples textos que atraviesan las prácticas sociales, además de:</p> <p>Cualificar los procesos de interpretación y producción de discursos según las características de los diversos soportes.</p> <p>Comprender la lógica y el funcionamiento de las herramientas mediáticas que permita su utilización eficaz y responsable en los procesos de comunicación que tienen lugar en el mundo de las organizaciones.</p> <p>Reconocer las gramáticas propias de los soportes mediáticos, así como las características de los públicos a los que éstos se orientan para que los textos que se construyan logren los propósitos comunicativos propuestos.</p>

<p>Estado del arte³ <i>Vigilancia tecnológica de la Línea (revisar papers, patentes, desarrollos tecnológicos, entre otros)</i></p>	<p>El trabajo de la línea se fundamenta especialmente, a partir de aportes realizados por investigadores propios de la U de M. En ese sentido el siguiente listado, breve, es prueba de conocimiento que orienta el trabajo en la línea.</p> <p>Libro: Construcción de Identidad y Función Política en el Discurso del Director de Comunicaciones. Autor: Gladys Lucía Acosta. Sello Editorial Universidad de Medellín. 2004.</p> <p>Libro: Estudios del Discurso en Colombia. Autor: Gladys Lucía Acosta. Sello Editorial Universidad de Medellín. 2005.</p> <p>Libro: Naturaleza Estratégica en el Discurso del Comunicador Corporativo. Autor: Gladys Lucía Acosta. Sello Editorial Universidad de Medellín. 2005.</p> <p>Libro: El cuerpo narrado en el reality show: un estudio sobre Cambio extremo. Autor: Horacio Pérez Henao. Sello Editorial Universidad de Medellín. 2010.</p>
<p>Pertinencia <i>Contribución al desarrollo académico e investigativo del programa: en los procesos de Formación para la Investigación científica e Innovación y transferencia del conocimiento</i></p>	<p>Desde el proceso de la comunicación humana se debe vincular, necesariamente, con la pregunta por el lenguaje y su papel en la constitución de los sujetos del discurso. Es en este contexto que resultan pertinentes los presupuestos teóricos de perspectivas que, como la Pragmática, las Teorías de la Enunciación y la Semiología, han logrado dilucidar el carácter complejo y problemático de la comunicación humana. Es decir, lo que dichas perspectivas hacen es cuestionar la formulación de una relación de simetría entre los sujetos partícipes del proceso comunicativo. En su lugar, todas ellas coinciden en advertir sobre la distancia existente entre lo que decimos y lo que comunicamos. Esta constatación lo que hace, en última instancia, es reconocer el carácter estratégico que asiste a la relación comunicativa, en la que además de intercambiarse información – dimensión transaccional- se instaura un tipo de contacto entre los participantes - dimensión interaccional.</p>
<p>Contexto <i>Articulación con planes de desarrollo Institucionales (PEI y Plan de desarrollo 2015 - 2020). Planes de desarrollo Locales,</i></p>	<p>El nuevo Proyecto Educativo de la Institución PEI, establece en el numeral 1.5.1.4 y referente a la Facultad de Comunicación que “desde sus inicios, la Facultad de Comunicación ha tenido una estrecha relación con el acontecer y la cotidianidad que rodea al mundo de las organizaciones. En su génesis, se estableció una concepción sistémica de las organizaciones, en tanto éstas deben ser comprendidas como un cuerpo integrado. Esta visión de la comunicación tiene sustento institucional en el Acta Fundacional”.</p> <p>“La comunicación debe abandonar lo instrumental y abrirse paso hacia la búsqueda de las interacciones humanas, no sólo a través de los medios, sino de</p>

³ Para este punto, se pueden apoyar en el Centro de la innovación y el desarrollo empresarial

<p><i>regionales, nacionales e internacionales (OCDE, Objetivos del milenio, tendencias de desarrollo mundiales)</i></p>	<p>las mediaciones. Desde sus programas de pregrado y posgrados, la Facultad busca formar, desde lo complejo y lo global, un comunicador integral e íntegro".</p> <p>"Entendemos la comunicación desde una mirada multidisciplinar y de allí que la apuesta formativa incluya las comunicaciones integradas de una organización, así como el impartir conocimientos que contextualicen a los estudiantes desde el pregrado hasta el posgrado en lo histórico, lo político, lo social, lo cultural, lo estético y lo ético".</p> <p>"La Facultad propenderá por una formación en Responsabilidad Social Corporativa que conduzca a un desarrollo sostenible y sustentable. La apuesta busca llevar a cabo implementaciones de tipo metodológico, para la formación de profesionales que se desempeñen en el ámbito de la comunicación con conciencia planetaria".</p> <p>"En atención a las dinámicas de globalización y glocalización de la economía y, con ello, a sus consecuentes efectos socioculturales, la Facultad de Comunicación desarrolla acciones conducentes a aportar a la solución de problemas sociales, desde la integralidad, la flexibilidad, la interdisciplinariedad, la investigación formativa y la extensión. La Facultad habrá de insertarse, de manera decidida, con las propuestas de educación para el nuevo milenio, generadas desde diferentes organismos internacionales. Además, buscará que su accionar esté en armonía con los planes de desarrollo nacionales, regionales y locales en relación con la inserción del país en contextos globales".</p>
<p>Talento humano <i>PTC que la desarrollan</i></p>	<p>Gladys Lucía costa Valencia, Claudia María Maya, Ángela Garcés, Andrés Puerta Molina, Alejandra Laverde Román, Horacio Pérez Henao, Mónica Pérez Marín.</p>
<p>Interdisciplinariedad <i>Relación con otras líneas, grupos de la institución y externos</i></p>	<p>El Grupo de Investigación en Comunicación, Organización y Política COP, que lidera y acoge estas líneas de investigación, mantiene la interacción con la comunidad académica nacional y mundial mediante la participación de sus investigadores en 15 redes científicas de Comunicación, tales como la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación (AFACOM), la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación (Felafacts), la Asociación Latinoamericana de Investigadores de Comunicación Social (ALAIIC), la International Association for Media and Communication Research (IAMCR), con la Asociación Europea de Investigación en Comunicación y educación (EUREA), con el Foro Iberoamericano de Estrategias de Comunicación (FISEC), con la Red Latinoamericana de Investigaciones en Publicidad (RELAIP) y con la Public Relations Society of America (PRSA), entre otras instituciones.</p>
<p>Bibliografía: <i>Papers, libros, capítulos de libros, etc.</i></p>	<p>GrupLac de Colciencias</p> <p>http://scienti.colciencias.gov.co:8080/gruplac/jsp/visualiza/visualizagr.jsp?nro=00000000000670</p>

Libro: Construcción de Identidad y Función Política en el Discurso del Director de Comunicaciones. Autor: Gladys Lucía Acosta. Sello Editorial Universidad de Medellín. 2004.

Libro: Estudios del Discurso en Colombia. Autor: Gladys Lucía Acosta. Sello Editorial Universidad de Medellín. 2005.

Libro: Naturaleza Estratégica en el Discurso del Comunicador Corporativo. Autor: Gladys Lucía Acosta. Sello Editorial Universidad de Medellín. 2005.

Libro: El cuerpo narrado en el reality show: un estudio sobre Cambio extremo. Autor: Horacio Pérez Henao. Sello Editorial Universidad de Medellín. 2010.

Quiroz, T. (2012). Los Comunicadores Sociales: ¿Entre la crítica y el mercado? dialogos de la Comunicación. Obtenido de <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/31-revista-dialogos-los-comunicadores-sociales-entre-la-critica-y-el-mercado.pdf>

Rey, G. (2015). Cambios en el periodismo y los medios. De los años setenta al nuevo milenio. En C. N. Histórica, La palabra y el silencio La violencia contra periodistas (1977-2015) (págs. 109-127). Obtenido de <http://centrodehistoriahistorica.gov.co/micrositios/periodistas/pdf/ca-p3-la-palabra-y-el-silencio-violencia-contra-periodistas.pdf>

Rivera P., A., & Hernández S., G. (2014). Episteme para la publicidad: configuración, gestión y difusión de identidades en un espacio proyectado para la negociación de ideas. Civilizar Ciencias de la Comunicación, 1(1). Obtenido de <http://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/Civilizarcomunicacion/article/view/169>

Rojas, R. (2012). Situación laboral de los colaboradores en los medios de comunicación. Cuadernos de periodistas (24), 88-94. Obtenido de <http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2012/06/88-94%20COLABORADORES.pdf>

Roveda H., A. (2014). Los aportes de la nueva teoría estratégica (NTE) en los estudios de la comunicación y periodismo de Colombia. Civilizar Ciencias de la Comunicación, 1(1). Obtenido de <http://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/Civilizarcomunicacion/article/view/167>

- Saad C., E., & Bertocchi, D. (2012). A cena cibercultural do jornalismo contemporâneo: web semântica, algoritmos, aplicativos e curadoria. *matrizes*, 123-144. Obtenido de <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/MATRIZES/article/viewFile/8141/7508>
- Salazar G., M., & Sepúlveda, R. (2011). Perspectivas y proyección profesional de la comunicación social. *Signo y Pensamiento*, 194-209. Obtenido de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/2444/1717>
- Schwartz, Y. (2015). Acuerdo de los tiempos? El trabajo, el mercado, la política. *revista Eptic*, 17(1). Obtenido de <https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/3345/pdf>
- Scolari, C. A., Micó S., J. L., Navarro G., H., & Pardo K., H. (2008). El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes. *ZER - Revista de Estudios de Comunicación*, 13(25). Obtenido de <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer25-02-scolari.pdf>
- Serrano T., A. (2012). Design ciberjornalístico: evolução, critérios e desafios. *Matrizes*, 5(2), 269-285. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143023787014>
- Serrano, M. M. (2013). Cómo actualizar la enseñanza y el aprendizaje de la comunicación para incorporar los avances teóricos y científicos. *Mediaciones Sociales* (12), 3-20. Obtenido de <http://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/45260/42591>
- Sierra S., J. (2012). Periodistas del medio radiofónico en Barcelona: tendencias, formación y situación laboral. *ZER*, 17(32). Obtenido de <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer32-04-sierra.pdf>
- Silva, G. (2009). De que campo do jornalismo estamos falando? *Matrizes*. Obtenido de <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/38248/41038>

Sotelo M., H. (s.f.). Profesiones en crisis: nuevas profesiones y ocupaciones.

Obtenido de

[http://www.peu.buap.mx/web/fes/04%20FES%20Ano%201%20No%204/03%20Profesiones en Crisis.pdf](http://www.peu.buap.mx/web/fes/04%20FES%20Ano%201%20No%204/03%20Profesiones%20en%20Crisis.pdf)

Staab, P., & Nachtwey, O. (2016). Market and Labour Control in Digital Capitalism. *Triple C*, 14(2). Obtenido de <http://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/755/888>

Tejedor C., S. (2006). La enseñanza del ciberperiodismo: Hacia una transversalidad mixta. *ZER*, 219-239. Obtenido de <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer21-13-tejedor.pdf>

Tettay, J. P. (s.f.). El comunicador digital: el comunicador polivalente. Obtenido de <file:///C:/Users/Centro%20de%20Lenguas/Downloads/7346-21080-1-PB.pdf>