

PROGRAMACIÓN MESAS DE TRABAJO

Martes 6 de octubre

Mesa 5: Propaganda y persuasión.

Coordinadores: Juan Monserrat - Carmen Elisa Lerma Cruz

Hora: 9:00 a 11:00

Ponentes	Título Ponencia	Universidad
Leonardo Otálora Cotrino	La publicidad como espacio de circulación de nuevas formas de sacralidad	Universidad Jorge Tadeo Lozano
Lilian Muneiro, Merilyn Escobar Oliveira / Luis Roberto Rossi Del Carratore / Carlos Roberto Praxedes dos Santos	A identidade e a cultura na construção do vínculo eleitoral: análise da propaganda política das eleições presidenciais de 2014	Universidade Federal do Rio Grande do Norte / Pontificia Universidad Católica de São Paulo / Universidade do Vale do Itajaí
Iriudsana Maria Januário da Costa / Lilian Carla Muneiro	Natal e a Copa do Mundo FIFA 2014: publicização, mediação e contra-mediação	Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Elisa Reinhardt Piedras / Veruska Gallina Zanin	Propaganda Antitabagismo: A Recepção da Campanha do Governo Brasileiro	Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Martes 6 de octubre

Mesa 7: Marca y estrategia.

Coordinadores: Juan Felipe Mejía Giraldo

Hora: Hora: 9:00 a 11:00

Ponentes	Título Ponencia	Universidad
Jaime Alberto Orozco Toro / Jaime Eduardo Alzate Sanz	Identidad y diseño, ejes estratégicos en la construcción de marca	Universidad Pontificia Bolivariana / Universidad de Caldas

Ángela María Restrepo Moreno / María Paula González Azcarate	Análisis histórico hermenéutico de los temas musicales oficiales de la copa mundial de fútbol Sudáfrica 2010 y Brasil 2014 y sus intérpretes como marcas representativas del evento	Universidad Autónoma de Occidente
Omar Muñoz Sánchez / Claudia Inés Vélez Ochoa	Aproximación al estado del arte de la planificación de cuentas en Colombia	Universidad Pontificia Bolivariana
Isadora Araújo Santos / Lilian Muneiro / Beto Del Carratore	O Valor Patrimonial do Supermercado Nordeste: Um Estudo com Base no Modelo de Brand Equity Desenvolvido por David Aaker	Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Karolina Genes Hernández / Alejandro Zapata Sepúlveda	La figura del planificador de cuentas en Medellín: Su desempeño en las agencias de publicidad y su relación con la academia	Universidad Pontificia Bolivariana

Martes 6 de octubre

Mesa 2A: Consumo, cultura y sociedad.

Coordinadores: Candelaria Sánchez – Ingrid Zacipa Infante

Hora: 11:00 a 13:00

Ponentes	Título Ponencia	Universidad
Jaqueline Medrano Montoya	Responsabilidad Social y Economía Naranja en Colombia. Plan de Acciones de Innovación Social en UNE EPM TELECOMUNICACIONES	Universidad de Alicante
John Fernando Meneses Quijano	Publicidad gráfica popular en Bogotá y su influencia en el lenguaje y la idiosincrasia populares de la ciudad	Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA / Universidad Jorge Tadeo Lozano
Isabel Cristina Torres Estrada / Doris Elena Muñoz Zapata	Propuesta metodológica para el estudio y la caracterización de hábitos de vida desde una perspectiva social.	Universidad Pontificia Bolivariana

Astrid Zacipa Infante	Desigualdades mediáticas en niños y niñas víctimas del desplazamiento en Colombia.	Universidad Nacional de Colombia
Zulima Azeneth López Torres	La publicidad en la cultura, la cultura en la publicidad: La inextricable pero necesaria unión	Universidad Pontificia Bolivariana

Martes 6 de octubre

Mesa 8: Publicidad, diversidad y medio ambiente.

Coordinadores: Ma. Carmen Quiles - Josenildo Soares Bezerra

Hora: 11:00 a 13:00

Ponentes	Título Ponencia	Universidad
Luis Alexander Castro Zamudio	El lenguaje de la diversidad, un deber ser de la publicidad	Universidad Central
Marcos Paulo Gomes Barbosa / Brenda Cristina Albuquerque de Aquino / Josenildo Soares Bezerra	O uso do corpo como mídia a partir de análise das técnicas de subjetivação na Marcha das Vadias de Natal, Brasil	Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Lucía De Los Ángeles Rodero Trujillo / Megríc Alejandra Pacheco Zabala	Estrategias Visuales para la Formación en Ciudadanía	Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO -
Raquel Pires Alexandre / Lilian Carla Muneiro	O corpo que dança: Comunicação e Publicidade	Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Lyda Jacqueline Alarcón Cruz / Mónica Baquero Gaitán / Guerly Adriana Flórez Escobar	A la trata digo no, una campaña que aporta a la transformación social: de la teoría a la experiencia	Universidad Central
Josenildo Soares Bezerra	Publicidade contemporânea e corpos refletindo no cuidado de si: Tecnologias do eu e Estesia na construção discursiva em anuncios publicitários	Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Martes 6 de octubre

Mesa 1: Epistemología de la publicidad e historia.

Coordinadoras: Rosa Torres

Hora: 15:30 a 18:00

Ponentes	Título Ponencia	Universidad
Julio César Amaya Duque	Estética, Cultura y Consumo, ¿Qué se debe investigar en publicidad?	Universidad Sergio Arboleda
Beatriz Donayre Guerrero / Mariela Andreina Sardegna	El planner: Creador de relaciones. Historia, rol actual y futuro.	Universidad de Buenos Aires - Argentina / Pontificia Universidad Católica del Perú

Martes 6 de octubre

Mesa 3: Publicidad, industrias creativas e industrias culturales.

Coordinadoras: Irene Ramos

Hora: 15:30 a 18:00

Ponentes	Título Ponencia	Universidad
Adriana Aguirre Danzi	La internacionalización de las agencias de publicidad en Uruguay y su impacto en los procesos organizacionales.	Universidad Católica del Uruguay
Jorge del Río Pérez / Idoia Portilla / Jürg Kaufmann- Argueta	El efecto del festival publicitario El Sol en la inversión controlada gestionada de las agencias españolas premiadas.	Universidad de Navarra

Martes 6 de octubre

Mesa 6: Publicidad y educación.

Coordinadores: Carmen López – Isabel Torres

Hora: 15:30 a 18:00

Ponentes	Título Ponencia	Universidad
Camilia Gómez Cotta / Diego Fernando Guzmán Amaya	40 Años Bailando Salsa en Cali: Investigación, Publicidad y Educación Superior	Universidad Santiago de Cali
Paola Andrea Gómez Montoya	Los semilleros universitarios, una herramienta formativa de investigación en publicidad: Una experiencia para conocer y compartir	Universidad Santiago de Cali
Santiago Mayorga Escalada	Peso del proceso de planificación y gestión estratégica de marca en los currículos académicos de los grados de publicidad en la universidad española	Universidad Pontificia de Salamanca

Martes 6 de octubre

Mesa 4: Publicidad, narrativas y medios digitales.

Coordinadores: Araceli Castelló - Carlos Fernando Valencia Peñuela

Hora: 15:30 a 18:00

Ponentes	Título Ponencia	Universidad
Kelly Vanessa Torres Betancour / Rodrigo Zúñiga Castillo	Análisis comparativo de las actitudes del nativo digital y el inmigrante digital frente a la compra online, en la ciudad de Santiago de Cali en el año 2015	Universidad Autónoma de Occidente
Araceli Castelló Martínez	El marketing de influencia: un caso práctico	Universidad de Alicante
Joan Francesc Fondevila Gascón / Pedro Mir Bernal /	Tendencias en métricas en medios sociales: impacto en la publicidad	Universitat Pompeu Fabra, Universitat de Girona, Universitat de Barcelona,

Josep Rom Rodríguez / Eva Santana López / Jordi Botey López		Universidad de Navarra, Universitat Ramon Llull
Luz Angela Petit Ballesteros	Representaciones sociales de niños, niñas, padres y desarrolladores sobre el juego en aplicaciones móviles (Estado del arte)	Universidad Central
Cecilia Esperanza Ugalde Sánchez / Catalina del Rosario González Cabrera	Los jóvenes y su participación en los medios digitales	Universidad del Azuay
Alejandra Borrero Osorio / Suanny Londoño Gutiérrez	Mujer Selfie, construcción de un discurso femenino mediado por el consumo de la imagen	Universidad Central
Vladimir Sánchez Riaño	Sobre la constitución del acto discursivo en el mensaje publicitario: Presupuestos filosóficos desde el pragmatismo	Universidad Jorge Tadeo Lozano
Taciana de Lima Burgos	A publicidade em softwares aplicativos: usabilidade e arquitetura de informação para transmedia storytelling	Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Miércoles 7 de octubre

Mesa 2B: Consumo, cultura y sociedad.

Coordinadores: Zulima López

Hora: 9:00 a 11:00

Ponentes	Título Ponencia	Universidad
Hugo Mastrodoménico Brid	La incidencia del pensamiento mágico en la persuasión y en las tendencias de consumo de los jóvenes.	Universidad Jorge Tadeo Lozano
Santiago Orrego Henao / Luis Geovanni López Grajales / Nicolás Gil Ramírez / Sergio Fernández Díaz	El miedo en la decisión de compra	Universidad Pontificia Bolivariana

Carmen Elisa Lerma Cruz	Análisis de la dimensión ritual del consumo y su relación con la construcción de identidad	Universidad Autónoma de Occidente
Juan Felipe Mejía Giraldo	La ilusión virtual de poder del avatar-consumidor en las sociedades del conocimiento posindustriales	Universidad Pontificia Bolivariana
Ingrid Zacipa Infante	El pasado está de moda: La nostalgia del consumo	Universidad Central

Miércoles 7 de octubre

Mesa 2C: Consumo, cultura y sociedad.

Coordinadores: Paola Gómez

Hora: 9:00 a 11:00

Ponentes	Título Ponencia	Universidad
Salomón Mejía Gallo	Marketing sensorial y su influencia en la experiencia de compra	Universidad Católica de Manizales
Isadora Araújo Santos / Josenildo Bezerra	De Sandy a Devassa: Foucault, o Discurso Publicitário e a Sexualidade da Mulher	Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Mauricio García / Camilo García, Mateo Quintero / Nayhua Triana	Marca + Consumidor2 = Efectividad	Universidad Pontificia Bolivariana
Viviana Andrea Aguirre Valencia	Las redes: el valor de la experiencia colectiva	Universidad ECCI