



## Generalidades

Programa: **Publicidad**  
Categoría COLCIENCIAS: **B**  
Director: **Vladimir Sánchez Riaño**

## Integrantes

**Hugo Mastrodoménico**  
**Vladimir Sánchez**  
**Jairo Sojo**  
**Leonardo Otálora**  
**Andrés Novoa**  
**José A. Polanco**  
**Ana Guglielmucci**  
**Guillermo A. Rodríguez**  
**Carlos Jiménez**  
**Christian Schrader**

## Resumen

Desarrollar procesos de investigación interdisciplinar en el campo publicitario desde las distintas disciplinas de las ciencias sociales y humanas que confluyen y aportan al campo y que encuentran en él un objeto social de estudio de alta relevancia.

## Proyectos

### **Persuasión y Tendencias de Consumo. Hugo Mastrodoménico Brid:**

- La influencia persuasiva del pensamiento mágico sobre las tendencias de consumo en los jóvenes

### **Semiótica publicitaria. Vladimir Sánchez Riaño y Jairo Roberto Sojo Gómez:**

- Semiótica, planeación y estrategia publicitaria y de diseño. Proyecciones del Pragmatismo a la comunicación contemporánea

### **Publicidad y Responsabilidad Social. Leonardo Otálora Cotrino:**

- Diseño de un observatorio ético publicitario en la universidad Jorge Tadeo Lozano.

- Alma de Tierra: Documental etnográfico – formas de resiliencia de la cultura wayúu en la guajira colombiana. Co – Investigadores: Andrés Novoa Montoya, Christian Schrader Valencia y Carlos santa Cruz Londoño

### **Antropología publicitaria. José Alejandro Polanco:**

- Observatorio de tendencias para marcas y comunicación publicitaria Fases I y II

### **Cultura visual, memoria y política. Ana Guglielmucci:**

- Iniciativas de memoria, activación del patrimonio y comunicación publicitaria en torno al Centro de Memoria, Paz y Reconciliación (CMPyR) en Bogotá (Fase I – marzo 2015 – marzo 2016). Res. 001 UTADEO, 13 enero 2015.

### **Creatividad, innovación y mensaje publicitario. Guillermo Andrés Rodríguez Martínez:**

- Procesamiento visual de imágenes y logotipos biestables: efecto de la posición del cuerpo y aplicaciones para el desarrollo del pensamiento divergente (FASE I).

### **Nuevos Medios. Carlos Eduardo Jiménez Prado:**

- Programa de TV: entrevistas a publicistas colombianos reconocidos internacionalmente.

### **Metapublicidad. Christian Schrader:**

- In-house: Escuela de pensamiento. Fase II

### **Historia y publicidad. Jairo Alfredo Bermúdez:**

- Historia de la publicidad entre 1900 y 1920 en Colombia  
- La publicidad colombiana y la academia. Desde los cursos de carteles en 1948 hasta el Programa de Publicidad de la Tadeo en 1968

## Líneas de investigación

1. Hugo Mastrodoménico: **Persuasión y tendencias de consumo**
2. Vladimir Sánchez – Jairo Sojo: **Semiótica Publicitaria**
3. Leonardo Otálora: **Publicidad y Sociedad – Alma de la tierra**
4. Andrés Novoa: **Lenguajes Urbanos**
5. José A. Polanco: **Antropología y Publicidad**
6. Ana Guglielmucci: **Cultura visual, Memoria y Política**
7. Guillermo A. Rodríguez: **Creatividad, innovación y mensaje publicitario**
8. Carlos Jiménez: **Nuevos Medios**
9. Christian Schrader: **Metapublicidad**

## Tecnología disponible

- El programa cuenta con el espacio óptimo para el desarrollo y la ejecución de sus investigaciones, In-house Tadeista (Piso “-Módulo 18).
- Además, prestamos los servicios de consultoría y asesoría en investigaciones y comunicaciones integrales.

## Página del grupo

