



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

