



Publicidad

Revista Latinoamericana de Publicidad.

Revista Publicidad | Vol. 8, Nº 1, 2019 | ISSN 2422-1619 (en línea) | p.p. 1-17 | Medellín-Colombia
<http://dx.doi.org/10.18566/publicidad.v08n01.a01>

EDITORIAL

Semilleros de Investigación en Publicidad y Afines en Colombia

Mg. Isabel Cristina Torres Estrada* | isabel.torres@upb.edu.co

Universidad Pontificia Bolivariana

PhD. Paola Andrea Gómez Montoya** | paogomez@gmail.com

PhD. Ingrid Zacipa Infante*** | zingridza@gmail.com

Comprometidos con el desarrollo investigativo del país, la Facultad de Publicidad de la Universidad Pontificia Bolivariana, quiere hacer un homenaje a los semilleros de investigación colombianos, reconociendo en ellos, un espacio que potencializa las capacidades de los estudiantes para alcanzar un proceso formativo integral, permite su vinculación a la vida laboral y contribuye a la visión crítica de la publicidad.

Gracias al trabajo conjunto que se ha desarrollado con RELAIP – Red Internacional de Investigadores en Publicidad y afines-, de quien la UPB es fundadora, hoy es posible entregar la radiografía de los semilleros de investigación. La importancia de esta publicación, radica en brindar información valiosa que permita articular esfuerzos para seguir apostándole al estatuto científico de la publicidad y a los procesos de calidad.

* Publicista y Magíster en Desarrollo de la Universidad Pontificia Bolivariana, Doctoranda en Comunicación Estratégica, Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Autónoma de Barcelona. Docente investigadora y miembro del Grupo de Investigación Epilión de la UPB-Medellín. Editora de la Revista Publicidad y fundadora de la Red Internacional de Investigadores en Publicidad – RELAIP.

** Doctora en Comunicación de la Universidad de Huelva y Coordinadora del Capítulo Semilleros y Jóvenes Investigadores de RELAIP.

*** Doctora en Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Colombia y Presidenta actual de RELAIP.

RELAIP, es la primera red de investigadores en publicidad en América Latina y desde sus inicios, siempre le ha apostado a la solidez y la visibilidad de la investigación en publicidad del país, gracias a ello, hoy es posible presentar productos de calidad como libros, capítulos de libro, eventos científicos y publicaciones como estas, que superan las barreras de cada institución y programa y constituyen una red de colaboración y crecimiento conjunto.

En el seguimiento que se le ha hecho a este proceso formativo, se han encontrado deferentes tipologías de semilleros, la primera de ellas es la del semillero que surge como histórico de la propuesta formativa y la capacidad investigativa de los programas. La segunda es la modalidad de semillero, cuya temática se desarrolla a partir de los intereses particulares de uno o varios docentes. El tercer tipo de semillero, es el interdisciplinar, que está conformado por estudiantes y profesores de diversas disciplinas y que de manera integral aportan a la solución de una problemática. Y finalmente, está el semillero independiente, que no está articulado a ninguna institución y que permite la participación de profesionales de diferentes programas e instituciones.

Esperamos que esta publicación, sirva de guía a los programas de publicidad y afines, tanto a aquellos que apenas inician en esta tarea, como a quienes cuentan ya con una trayectoria, para seguir trabajando por el mejoramiento continuo. Así mismo, esperamos que la investigación en publicidad en Colombia, se siga proyectando como la de un país que ha liderado procesos importantes en este ámbito en la región.

A continuación se presenta el inventario de los semilleros, acompañado de su respectiva ficha técnica y de un infográfico que a manera de resumen recoge los aspectos más representativos de este proceso formativo en el país. La publicación es el resultado de la experiencia y la información recopilada en los encuentros realizados por la Red, en sus 9 años de trayectoria.

Semilleros de Investigación en PUBLICIDAD & afines

posibilidades temáticas
de trabajo
colaborativo

1 **NARRATIVAS Y CULTURA DIGITAL**

- .Narrativas e Historia del Consumo en Colombia
- .Nautilus
- .#YoTeRetoYoutube

9 **AFINIDAD METODOLÓGICA**

- .Demiurgo
- .Futuro de la Publicidad
- .Creatividad, Innovación y Mensaje Publicitario

8 **ESTRATEGIA Y CREATIVIDAD**

- .Marca
- .Demiurgo
- .Inventiva
- .Creatividad, Innovación y Mensaje Publicitario

7 **COMUNICACIÓN VISUAL**

- .Semillero Específico en Comunicación Gráfica Publicitaria
- .Pequeños Demiurgos
- .Crisálida

1 **CONSUMO**

- .Grupo Épika
- .Marca
- .Entorno
- .Rocket
- .Alejandría

2 **SOCIEDAD Y CULTURA**

- .Grupo Épika
- .Futuro de la Publicidad
- .Émico
- .Muthesius
- .Crisálida

3 **TENDENCIAS**

- .Rocket
- .Creativi
- .Muthesius

4 **MERCADEO**

- .SMART
- .Gimpu

5 **ESTÉTICA**

- .Grupo Épika
- .Crisálida
- .Música y Comunicación

6 **MENSAJE Y MEDIOS**

- .Creatividad, Innovación y Mensaje Publicitario
- .Marca
- .Medios y Publicidad
- .Nautilus
- .Alejandría

24
SEMILLEROS
IDENTIFICADOS



Red Internacional
de Investigadores
en Publicidad



Publicidad
Revista Latinoamericana de Publicidad

<http://dx.doi.org/10.18566/publicidad.v08n01.a01>



Publicidad

Revista Latinoamericana de Publicidad.

Revista Publicidad | Vol. 8, Nº 1, 2019 | ISSN 2422-1619 (en línea) | p.p. 1-17 | Medellín-Colombia
<http://dx.doi.org/10.18566/publicidad.v08n01.a01>

SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN EN PUBLICIDAD Y AFINES EN COLOMBIA

UNIVERSIDAD	NOMBRE DEL SEMILLERO	TEMÁTICAS
Universidad Sergio Arboleda	Grupo Épika	Estética, cultura y consumo.
Universidad Santiago de Cali	Adland	
Universidad Pontificia Bolivariana / Palmira	Marca	Persuasión, estrategia, economía del consumo, marca.
Universidad Pontificia Bolivariana / Medellín	Demiurgo	Marca y estrategia.
	Entorno	Consumidores, ciudad, punto de venta.
	Se Organiza (Facultad de Comunicación Social – Periodismo)	Comunicación para la gestión en las organizaciones y comunicación y grupos de interés.
Universidad Jorge Tadeo Lozano - Bogotá	Creatividad, innovación y mensaje publicitario	Pensamiento divergente, procesos creativos, cognición creativa, medidas conductuales en la decodificación de mensajes publicitarios.
	Futuro de la comunicación publicitaria	Publicidad, comunicación política, postdigitalismo, reconocimiento de voz, reconocimiento de emociones.
	Rocket	Antropología, caza de tendencias, comportamientos de consumo.
Universidad de Santander	Inventiva	Creatividad, comunicación y sociedad.
Universidad de Medellín	Semillero Específico en Comunicación Gráfica Publicitaria	Metodología de investigación para el diseño visual, ilustración gráfica y comunicación visual.
Universidad Central	Narrativas e historias del consumo en Colombia	
Universidad Católica Luis Amigó	Émico	Publicidad social.
Universidad Católica de Oriente	Música y comunicación	Estéticas, sensibilidades y mediaciones de la música.



Red Internacional
de Investigadores
en Publicidad



SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN EN PUBLICIDAD Y AFINES EN COLOMBIA

UNIVERSIDAD	NOMBRE DEL SEMILLERO	TEMÁTICAS
Universidad Católica de Manizales	Alejandría	Audiencias y pantallas, consumidor, comunicación de la responsabilidad social, medios e interactividad y estudios en diseño desde la comunicación crítica.
Universidad Autónoma de Occidente	Gimpu	Mercadeo y publicidad.
Fundación Universitaria Los Libertadores	Medios y Publicidad	Producción y recepción de medios, publicidad, estrategia de medios, impacto.
	Nautilus	Transmedia, producción audiovisual, ecosistema mediático, tecnologías inmersivas, storyhacker, storytelling, cine, contenidos inmersivos, creación de historias, narrativas digitales, narrar en 360°.
	Pequeños Demiurgos	Teoría y métodos de diseño, historia del diseño, gestión del diseño.
Fundación Universitaria Cervantina San Agustín	#YoTeRetoYoutube	Prácticas de aprendizaje en la cultura digital / Nuevas tecnologías de la investigación y teoría de la comunicación multimedial.
Fundación Muthesius: Creativos e Investigadores Independientes	Muthesius	Publicidad relacionada con: arte, cultura, comunicación, investigación, educación y tendencias.
Fundación Academia de Dibujo Profesional	Crisálida	Pedagogía del diseño, diseño, comunicación y estética, diseño, cultura y sociedad, diseño, tecnología y medio ambiente.
EAFIT	Semillero de Investigación SMART	Mercadeo social, verde, comportamiento del consumidor, mercadeo en general.
Corporación Universitaria Unitec	Creativi	Estereotipos masculinos, publicidad, tendencias de consumo.

FICHA TÉCNICA DE LOS SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN EN PUBLICIDAD Y AFINES DEL PAÍS

UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Universidad Sergio Arboleda	Grupo Épika	Estética, cultura y consumo.	Fabio Andrés Ribero	fabio.ribero@usa.edu.co	2012
Aspectos relevantes del semillero		<p>El semillero EPIKA tiene como objetivo que los estudiantes involucrados de pregrado adquieran competencias investigativas que contribuyan a su formación integral, a través de la realización de actividades formativas en investigación como el desarrollo de proyectos, el estudio en temas particulares y el intercambio de experiencias académicas con los otros miembros del grupo. Dentro de la formación de los jóvenes investigadores se plantean capacitaciones adicionales a las clases ofrecidas en el pènsun como: código cultural, cartografía etnográfica, campañas electorales en la era digital, teoría fundamentada y <i>coolhunting</i> entre otras.</p>			
UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Universidad Pontificia Bolivariana / Palmira	Marca	Persuasión, estrategia, economía del consumo, marca.	Mg. Gustavo García	gustavo.garcia@upb.edu.co	2014
Aspectos relevantes del semillero		<p>En el 2012, surge la iniciativa de un grupo de estudiantes de aportar desde la publicidad al entorno. Inicialmente, el grupo hacía propuestas desde el ámbito creativo, posteriormente se hicieron ejercicios de impacto con la comunidad. Resultado de ello, se realizaron diferentes ponencias y escritos, de igual forma se acompañaron trabajos de grado. En la actualidad, se adelantan desde el semillero procesos de consultoría con el sector de micro empresarios y procesos emergentes, así mismo, se desarrollan los lineamientos de los trabajos de grado.</p>			



Publicidad

Revista Latinoamericana de Publicidad.

Revista Publicidad | Vol. 8, Nº 1, 2019 | ISSN 2422-1619 (en línea) | p.p. 1-17 | Medellín-Colombia
<http://dx.doi.org/10.18566/publicidad.v08n01.a01>

UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Universidad Pontificia Bolivariana / Medellín	Entorno	Consumidores, ciudad, punto de venta.	Mg. Martín Moreno Restrepo	martin.moreno@upb.edu.co	2007
Aspectos relevantes del semillero		<p>Entorno nace como producto de la sistematización y análisis de todos los trabajos de grado realizados a la fecha en la Facultad de Publicidad de la UPB Medellín, de tal forma que reconoce históricamente las fortalezas y los intereses investigativos de los estudiantes.</p> <p>Las investigaciones que se han realizado han alcanzado evaluaciones meritorias en RedColsi, sus resultados han sido publicados en libros, capítulos de libros y revistas nacionales e internacionales y han logrado menciones honoríficas otorgadas por la universidad. La formación de estudiantes en el semillero, desarrolla competencias que impactan directamente el ejercicio profesional, aspecto que se ha convertido en un valor agregado para los estudiantes y que les permite vincularse rápidamente al sector productivo.</p>			
UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Universidad Pontificia Bolivariana / Medellín	Demiurgo	Marca y estrategia.	Mg. Laura Suarez Díaz	laura.suarezdi@upb.edu.co	2005
Aspectos relevantes del semillero		<p>El semillero nace como respuesta a las necesidades investigativas de la Facultad de Publicidad de la UPB, las cuales desde sus inicios, evidenciaron claramente que el Publicista Bolivariano tenía un perfil estratégico.</p> <p>El propósito del semillero es indagar por los elementos que influyen en el desarrollo de estrategias de comunicación publicitaria y su relación con la construcción de mensajes, los contenidos, los</p>			



Red Internacional
de Investigadores
en Publicidad



Aspectos relevantes del semillero		<p>modos de producción de sentido, las cualidades narrativas, los recursos a los que acude el mensaje publicitario y las maneras en que los elementos comunicativos se interrelacionan para lograr efectos persuasivos en las audiencias.</p> <p>Son muchos los logros del semillero, el primero de ellos es que ha logrado formar a los profesionales para cumplir con el objetivo del relevo generacional de los docentes. La participación del semillero en RedColsi, ha recibido evaluaciones meritorias y ha obtenido publicación de sus investigaciones en capítulos de libros y revistas nacionales e internacionales.</p>			
UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Universidad Pontificia Bolivariana / Medellín (Facultad de Comunicación Social – Periodismo)	Se Organiza	Comunicación para la gestión en las organizaciones y comunicación y grupos de interés.	Mg. José Luis Vahos Montoya	jose.vahos@upb.edu.co	2007
Aspectos relevantes del semillero		<p>El Semillero Se Organiza ha participado en encuentros regionales y nacionales de Semilleros de Investigación con calificaciones sobresalientes. También ha representado a la UPB en espacios académicos nacionales e internacionales (España y Perú). Ha recibido los reconocimientos: Medellín Investiga 2012 “Premio a estudiantes de pregrado destacados por su vinculación a la investigación” y el Premio Cecorp 2013 (Centro Colombiano de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional) Categoría “Mejor Proyecto de Investigación Universitario”.</p> <p>Así mismo se han publicado artículos, entre ellos: Diagnóstico del uso de las TIC como estrategia comunicacional en organizaciones culturales de Medellín.</p>			



Publicidad

Revista Latinoamericana de Publicidad.

Revista Publicidad | Vol. 8, Nº 1, 2019 | ISSN 2422-1619 (en línea) | p.p. 1-17 | Medellín-Colombia
<http://dx.doi.org/10.18566/publicidad.v08n01.a01>

UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Universidad Jorge Tadeo Lozano - Bogotá	Creatividad, innovación y mensaje publicitario	Pensamiento divergente, procesos creativos, cognición creativa, medidas conductuales en la decodificación de mensajes publicitarios.	PhD. Guillermo Andrés Rodríguez Martínez	guillermo.rodriguez@utadeo.edu.co	2009
Aspectos relevantes del semillero		El semillero se fundó con el propósito de aportar en la formación de nuevas generaciones de investigadores a partir del planteamiento y ejecución de proyectos de investigación que tengan al pensamiento creativo como objeto de estudio, en el contexto de la ideación, elaboración, recepción y decodificación de mensajes publicitarios. Las temáticas que se han desarrollado son: Cartografía mental y procesos creativos publicitarios, Bisociaciones y métodos sinécticos de creación publicitaria, Teoría del flujo y trabajo a presión, en el contexto del oficio publicitario, Incidencia de la orientación gravitacional del cuerpo sobre la percepción visual y el pensamiento divergente, Técnicas de investigación <i>eye-tracking</i> en el contexto del mercadeo y la publicidad y Efectos de congruencia semántica manifestados en la decodificación de piezas publicitarias.			
UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Universidad Jorge Tadeo Lozano - Bogotá	Futuro de la comunicación publicitaria	Publicidad, comunicación política, postdigitalismo, reconocimiento de voz, reconocimiento de emociones.	Daniel Fernando Sabogal Neira	danielf.sabogaln@utadeo.edu.co	2018



Red Internacional
de Investigadores
en Publicidad



Aspectos relevantes del semillero		Semillero creado para determinar hacia dónde deben dirigirse las acciones de la comunicación publicitaria y política en el futuro inmediato, para anticipar y establecer nuevas formas de hacer contacto con audiencias que empiezan a reducir voluntariamente la saturación digital y, progresivamente, el acceso a información a través de pantallas.			
UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Universidad Jorge Tadeo Lozano - Bogotá	Rocket	Antropología, caza de tendencias, comportamientos de consumo	Carlos Arango	carlosa.arangol@utadeo.edu.co	2016
Aspectos relevantes del semillero		El Observatorio de comportamientos culturales de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, se nutre a través del trabajo de campo de los estudiantes del Programa de Publicidad, integrantes del semillero de investigación Rocket, registrando tendencias de mercado y fenómenos publicitarios con el propósito de crear una memoria que funcione como recurso de consulta y base de creación para todos los públicos que se aproximen con el ánimo de enriquecer ideas y procesos creativos. El trabajo de los estudiantes ha quedado registrado en dos publicaciones, el libro "Yo reinaré: el divino niño en la comunicación publicitaria" y el libro "12-18 Centennials: una generación sin etiquetas".			
UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Universidad de Santander	Inventiva	Creatividad, comunicación y sociedad.	Laura Rocío Durán Fernández	la.duran@mail.udes.edu.co	2012
Aspectos relevantes del semillero		Actualmente el semillero desarrolla dos proyectos de investigación: "Los nativos digitales y las plataformas de comunicación on line como herramientas de recuperación de la identidad regional de Bucaramanga y su área metropolitana" y "Modelo de buenas prácticas de comunicación digital como apoyo al desarrollo de una ruta turística gastronómica en la ciudad de Bucaramanga", con los resultados de dichos proyectos, han participado en encuentros nacionales de investigación.			



UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Universidad de Medellín	Semillero Específico en Comunicación Gráfica Publicitaria	Metodología de investigación para el diseño visual, ilustración gráfica y comunicación visual.	María Isabel Zapata Cárdenas	mizapata@udem.edu.co	2004
Aspectos relevantes del semillero		Semillero dedicado a explorar áreas relacionadas con la comunicación visual, las representaciones gráficas y su papel en la generación del conocimiento y el perfil profesional de los estudiantes del pregrado.			
UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Universidad Católica Luis Amigó	Émico	Publicidad Social	Mg. Jimena Isaza Álvarez	jimena.isazaal@amigo.edu.co	2010
Aspectos relevantes del semillero		Es un grupo abierto a docentes y estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó; creado para generar conocimientos, reflexión y profundización en el campo de la investigación publicitaria. El semillero, busca la formación de profesionales que desarrollen dicha labor con sentido ético y social; además de propiciar la generación de productos de investigación innovadores y que sirvan para el desarrollo integral de la sociedad. A partir del 2018, el semillero adopta el nombre de Semillero de investigación publicitaria Émico, con el fin de abarcar aspectos desde los ámbitos psicológicos y conductuales de los consumidores, para generar propuestas que se articulen a las estrategias implementadas en la publicidad social.			
UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Universidad Católica de Oriente	Música y Comunicación	Estéticas, sensibilidades y mediaciones de la música	Carlos Andrés Arango	carango@uco.edu.co	2015



Aspectos relevantes del semillero		Empezó como un encuentro en el programa de Comunicación Social, donde se reflexiona sobre los vínculos entre la música y la comunicación. Luego de un año de trabajo, y varios productos experimentales, comienza la labor de sistematizar los productos, presentarse a convocatorias internas y externas de investigación, articular trabajos de grado y a fortalecer la presencia externa del semillero con productos de divulgación en prensa y radio local y regional. Más de 10 ponencias nacionales, varios capítulos de libro, estímulos en fondos de emprendimiento e innovación, así como tres temporadas del programa de radio Oriente Sonoro, tres proyectos de investigación y un libro, son algunas de las felicidades que hemos producido en el semillero.			
UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Fundación Universitaria Los Libertadores	Medios y Publicidad	Producción y recepción de medios, publicidad, estrategia de medios, impacto.	Andrés López Giraldo	alopezg01@libertadores.edu.co	2015
Aspectos relevantes del semillero		A lo largo de estos años se ha contado con la participación de estudiantes de Publicidad y Mercadeo y Comunicación Social y Periodismo. Se han abordado investigaciones como "los jingles publicitarios más recordados de los 80 y su efectividad" y el humor en la publicidad televisiva colombiana en los años 90. El semillero ha participado en diferentes eventos locales, nacionales e internacionales y los estudiantes desarrollan también sus propios proyectos de investigación para sus trabajos de grado.			
UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRES COORDINADORES	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Fundación Universitaria Los Libertadores	Nautilus	Transmedia, producción audiovisual, ecosistema mediático,	Jorge Hernán Gutiérrez, Ricardo Bohórquez y Eduardo Franco	jhgutierrezp@libertadores.edu.co	2017



Publicidad

Revista Latinoamericana de Publicidad.

Revista Publicidad | Vol. 8, Nº 1, 2019 | ISSN 2422-1619 (en línea) | p.p. 1-17 | Medellín-Colombia
<http://dx.doi.org/10.18566/publicidad.v08n01.a01>

		tecnologías inmersivas, storyhacker, storytelling, cine, contenidos inmersivos, creación de historias, narrativas digitales, narrar en 360°.			
Aspectos relevantes del semillero		<p>Somos un grupo compuesto por estudiantes y docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Fundación Universitaria Los Libertadores, que promueven la capacidad investigativa mediante el estudio teórico y la aplicación del conocimiento a las nuevas narrativas, transmediales, multimediales, audiovisuales, cinematográficas y tecnología inmersiva, mediante sinergia, para promover el estudio permanente y facilitar la interacción entre lo académico y lo práctico.</p> <p>Con el semillero hemos participado en diferentes escenarios y encuentros investigativos con ponencias y posters como RELAIP, REDCOLSI, entre otros.</p> <p>En el área audiovisual nos hemos venido fortaleciendo gracias a los espacios abiertos dentro de la misma universidad para la creación de cortometrajes y apoyando la realización del festival internacional de cortos universitarios CINESTESIA FEST. Dónde se muestran los trabajos realizados en cuento a: Ficción, documental, animación y publicitario.</p>			
UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Fundación Universitaria Los Libertadores	Pequeños Demiurgos	Teoría y métodos de diseño, historia del diseño, gestión del diseño.	Alexis Castellanos Escobar	alexis.castellanos@javeriana.edu.co	2014





Aspectos relevantes del semillero		<p>El semillero tiene como misión contribuir al acercamiento y la estructuración discursiva de los estudiantes en teorías que sirvan para pensar el diseño e historiarlo, a través de un espacio propicio para la creatividad y la innovación. Adicionalmente ha trabajado en proyectos de investigación financiados por la Fundación Universitaria Los Libertadores.</p> <p>El semillero ha presentado ponencias y pósters en diferentes actividades como las que organiza RedColsi y en instituciones como la Universidad Nacional de Colombia, la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, la Corporación Universitaria Iberoamericana y la Universidad Pontificia Bolivariana.</p>			
UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Fundación Universitaria Cervantina San Agustín	#YoTeRetoYoutube	Prácticas de aprendizaje en la cultura digital / Nuevas tecnologías de la investigación y teoría de la comunicación multimedial.	Luisa Vélez Hurtado	lcvelezh@correo.udistrital.edu.co	2017
Aspectos relevantes del semillero		<p>Este semillero nace con el propósito de estudiar, comprender y aprovechar las dinámicas de aprendizaje nacidas en el contexto de la cultura digital, además de consolidar prácticas que favorezcan un juicio crítico entre los estudiantes de las facultades de comunicación, frente al uso de plataformas web como Youtube en las aulas de clase, como herramienta de transmisión de saberes.</p> <p>Misión: El semillero de investigación “#YoteRetoYouTube”, tiene por finalidad estudiar fenómenos socioculturales relacionados a procesos de aprendizaje, dados a través de plataformas social media en jóvenes estudiantes de facultades de comunicación.</p>			



Publicidad

Revista Latinoamericana de Publicidad.

Revista Publicidad | Vol. 8, Nº 1, 2019 | ISSN 2422-1619 (en línea) | p.p. 1-17 | Medellín-Colombia
<http://dx.doi.org/10.18566/publicidad.v08n01.a01>

ENTIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Fundación Muthesius: Creativos e Investigadores Independientes	Muthesius	Publicidad relacionada con: arte, cultura, comunicación, investigación, educación y tendencias.	Paola Andrea Gómez Montoya	fundacionmuthesius@gmail.com	2013
Aspectos relevantes del semillero		<p>La Fundación Muthesius tiene como propósito aportar a la nueva generación de publicistas y profesionales de áreas afines de Cali, la posibilidad de ejercer su quehacer, a través de la formación de jóvenes investigadores, comprometidos con la creatividad y el desarrollo interdisciplinar de la publicidad comercial y social, bajo criterios: académicos, cooperativos y lectura permanente de contextos que construyen e influyen en los mensajes publicitarios en pos de la investigación, la cultura, el arte y la educación independiente.</p> <p>Entre los logros está la creación de cuatro eventos de ciudad como lo son: Cátedra Nicholls (homenaje al padre de la publicidad colombiana) Diversa Universitaria (homenaje a la población estudiantil LGBTIH), Tendenciosos (homenaje a la cultura y talento caleño) y Marcas que Marcan (homenaje a las empresas que aportan al crecimiento y desarrollo del Valle). Otras satisfacciones que se han obtenido, es ganar el primer Petronio en Clave Digital (Ministerio de Cultura), ganar el diseño a la mascota de los juegos departamentales (Gobernación del Valle) y ser los diseñadores de la imagen y publicidad de la Revista Internacional Comunicar (la mejor revista de comunicación del mundo actualmente).</p>			



Red Internacional
de Investigadores
en Publicidad



UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Fundación Academia de Dibujo Profesional	Crisálida	Pedagogía del diseño, diseño, comunicación y estética, diseño, cultura y sociedad, diseño, tecnología y medio ambiente.	Margarita M. Carvajal V.	proyectopublicidad@fadp.eu.co	2014
Aspectos relevantes del semillero		Somos un grupo de estudiantes y egresados del programa de Producción en Publicidad, interesados en profundizar en temas del mundo publicitario contemporáneo, a través de actividades propias de formación investigativa, tales como: proyectos de investigación, grupos de estudio, talleres formativos, divulgación de la investigación e interacción interinstitucional. Buscamos experiencias y razones que nos permitan orientar nuestros esfuerzos, proyectándonos como: futuros profesionales con habilidades y competencias diferenciadoras, en la práctica y ejercicio del profesional en Publicidad.			
UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
EAFIT	Semillero de Investigación SMART	Mercadeo social, verde, comportamiento del consumidor, mercadeo en general.	María Claudia Mejía Gil	mmejiagi@eafit.edu.co	2007
Aspectos relevantes del semillero		El semillero SMART reúne estudiantes de diferentes carreras para planear, construir, ejecutar, analizar y presentar, proyectos de investigación en las diferentes áreas del mercadeo. En este sentido, los integrantes aprenden a identificar problemas de investigación, construir proyectos para resolver dudas, planear la recolección de los datos en campo, recopilar los mismos, analizarlos y construir informes de presentación de resultados de investigación.			



Aspectos relevantes del semillero		Los estudiantes que lo integran pertenecen a las carreras de Mercadeo, Administración de negocios, Negocios internacionales, Ingeniería de diseño de producto, Comunicación social, Psicología, entre otras. Son jóvenes curiosos, responsables y aplicados, que desean ampliar los conocimientos adquiridos en la carrera con actividades de extensión que les brinden oportunidades para aplicar lo aprendido en las aulas de clase.			
UNIVERSIDAD	NOMBRE SEMILLERO	LÍNEAS TEMÁTICAS	NOMBRE COORDINADOR	CORREO ELECTRÓNICO COORDINADOR	AÑO DE FUNDACIÓN
Corporación Universitaria Unitec	Creativi	Estereotipos masculinos, publicidad, tendencias de consumo.	Carolina Jiménez	docentecarjim@unitec.edu.co	2015
Aspectos relevantes del semillero		<p>Estamos en la búsqueda constante de innovación, es por eso que abordar temas como la construcción del consumo masculino, los estereotipos masculinos y su influencia en la sociedad, permite que podamos descubrir o reafirmar que la publicidad tiene un impacto que determina la construcción de tendencias que cada vez deben ser más incluyentes y consecuentes con los consumidores de hoy.</p> <p>El semillero inicia con un primer acercamiento teórico a los estereotipos masculinos y como éstos se reflejan en la publicidad, para ello, se analizaron piezas graficas en contraste con la oferta de Arturo Calle, como caso de estudio. Con los resultados de la investigación, el semillero participó en el 2do Encuentro del Capítulo Semilleros y Jóvenes Investigadores – RELAIP 2016 en Bogotá.</p> <p>En el año 2016, se continúa trabajando en la misma línea, esta vez se hace el reconocimiento de los estereotipos en las redes sociales y se aplica una prueba piloto para estudios netnográficos. Como resultado de ello, se presentan resultados en el 3er Encuentro del Capítulo Semilleros y Jóvenes Investigadores – RELAIP 2017 en Medellín. Actualmente, los estudiantes continúan trabajando la temática como su opción de grado.</p>			