VERSIÓN 2024 - COMUNICACIÓN DISRUPTIVA

En la novena versión del Congreso Internacional de Comunicación Estratégica, adoptamos el eje temático **“Comunicación Disruptiva”**como un hilo conductor para comprender y contextualizar las transformaciones que durante los últimos 30 años ha tenido la comunicación, considerando la convergencia de tecnologías, la influencia de las redes sociales, el auge de la comunicación móvil, la emergencia de plataformas streaming de entretenimiento digital, y el avance de la inteligencia artificial y su impacto en la comunicación.

EN ESTA VERSIÓN DEL CONGRESO, PODRÁS DISFRUTAR DE LOS SIGUIENTES ESPACIOS Y ACTIVIDADES:

CHARLAS PARA INSPIRAR
Público, estudiantes, docentes, egresados, profesionales, empresarios & personas interesadas.

JORNADA MAÑANA

ESPACIOS PARA CREAR
Público, estudiantes, docentes, egresados, profesionales, empresarios & personas interesadas.

MESAS PARA CONTAR
Docentes investigadores

MOMENTOS FEST
Todos los asistentes al evento

JORNADA TARDE

ALGUNOS MOMENTOS DE INSPIRACIÓN

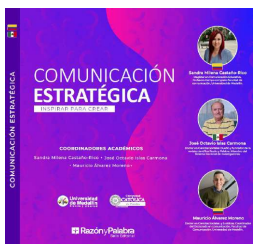
PONENCIAS 304 — 15 PAÍSES — 17 MESAS — 400 PONENTES

WORKSHOP 30 — 21 Nacionales — 9 Internacionales

CHARLAS 23 — 16 Nacionales — 7 Internacionales

PUBLICACIONES

2 LIBROS PUBLICADOS
con editorial internacional



1 CARTILLA SOBRE WORKSHOP

3 VOLÚMENES DE REVISTA

ANAGRAMAS
RUMBOS Y SENTIDOS DE LA COMUNICACIÓN

Pangea
Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación

PATROCINADORES Y ALIADOS

ORGANIZAN

APOYA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN · Universidad de Medellín · FACULTAD DE DISEÑO · Casa Club · Teatro Universidad de Medellín

PATROCINAN

TIC · uniban · turbana · Comfenalco Antioquia · epm · Los Molinos

INSTITUCIONES ALIADAS

AFACOM · Universidad Presbiteriana Mackenzie · BUAP · POLI Politécnico Grancolombiano · Universidad Católica Luis Amigo · UPB · Fundación Universitaria Bellas Artes · Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid

Universidad Externado de Colombia · UCO Universidad Católica de Oriente · ACICOM · Universidad Central · Universidad de Antioquia · Universidad EAFIT · Universidad de Manizales · Universidad Santo Tomás · Universidad de La Sabana

UTADEO · Universidad Católica de Pereira · UTP Universidad Tecnológica de Pereira · Universidad Católica de Manizales · Pontificia Universidad Javeriana · UNIMINUTO Corporación Universitaria Minuto de Dios · Universidad del Quindío · Universidad del Norte · Universidad de Málaga · Tecnológico de Monterrey

UPAEP · REDIRP Red Iberoamericana de Relaciones Públicas · Anáhuac Mayab · Universitat Jaume I · UTCAM Universidad Tecnológica de Campeche · LCM Latin American Communication Monitor 2022-2023 · ALACAURP · CINTE Cátedra Itinerante de la Nueva Teoría Estratégica

ALICE Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales · RedLAco Red Latinoamericana de Investigación en Comunicación Organizacional · UCASAL · Universidade Federal de Santa Maria · Razón y Palabra · fisec · Join Communication

NUESTROS CONFERENCISTAS

Octavio Islas

Conferencia: Cuarta revolución industrial e IA.

Mario Riorda

Conferencia: El fin de la comunicación política tal y como la conocíamos.

Alejandro Salazar Yusti

Conferencia: La Estrategia Emergente. La muerte del Plan Estratégico.

Aleja & La Grúa

Conferencia: Creando y conectando desde la cotidianidad.

Claudia Palacios

Conferencia: La apasionante y gratificante incomodidad de innovar para crear.

Lucas Spot

Conferencia: Del cine al TIK TOK.

Jose y Cami

Dejando el mundo un poco mejor de lo que lo encontramos.

Sara Samaniego "Marce la recicladora"

Conferencia: Redes Sociales con propósito.

Juan Corcione

Conferencia: Mitos y verdades sobre las imágenes digitales.

Sara Be

Conferencia: Vivimos como narramos y vicerversa: anécdotas de Sara Be.

Angélica María Gómez

Conferencia: Economía para la Pipol: un hijo creativo del Paro Nacional 2021.

Jorge & Cristy.

Conferencia: Todo comunica.

Diego Salazar

Conferencia: Comunicación, liderazgo y desarrollo personal.

Liz Bazurto

Conferencia: Contra todo pronóstico: Cómo comunicar, vender tu historia y triunfar.

John Canela

Conferencia: Hackeando el éxito.

Laura Llano

Conferencia: Un internet más positivo es posible.

Claudio Seguel

Conferencia: BRANDSTORY, historias que dejan marcas.

Juan Roberto Vargas

Presentador y periodista de Caracol Televisión

Panel:

Buenas prácticas de comunicación en las organizaciones.

Panel:

Latin American Communication Monitor.

Panel:

"Creación de escenarios de futuro y estrategias gremiales".

Panel:

La Televisión y sus Retos en las Tendencias del Mercado.

MESAS DE INVESTIGACIÓN

Las mesas para contar son espacios de diálogo donde expertos, académicos, investigadores y profesionales de la comunicación comparten experiencias y conocimientos sobre **comunicación disruptiva.** También se incluyen proyectos académicos, semilleros de investigación y casos exitosos en comunicación.

En nuestra novena versión contamos con **17 mesas temáticas** en las que cerca de 500 ponentes compartirán sus avances o resultados de investigación, a través de 360 ponencias aproximadamente.

Nuestras Mesas para Contar cuentan con un **equipo de coordinación académica** conformado por profesores e investigadores pertenecientes a 42 instituciones, asociaciones, universidades y redes aliados al Congreso.

Comunicación disruptiva, buenas prácticas empresariales y profesionales

Esta mesa es una plataforma única para que profesionales en el campo de la comunicación (y afines) y equipos especializados puedan compartir sus experiencias, conocimientos y las innovadoras prácticas comunicativas que han implementado con éxito. Es un espacio para exponer propuestas que destaquen enfoques disruptivos, estrategias creativas y soluciones innovadoras que hayan tenido un impacto significativo en la forma en que entendemos y practicamos la comunicación. Se reciben trabajos y casos provenientes del ejercicio profesional (agencias de publicidad, mercadeo digital, departamentos de comunicación, startups, sector público, audiovisual, del entretenimiento digital, etc.)

Epistemología, teorías y métodos en comunicación

Reflexiones, avances y discusiones sobre la fundamentación teórica y epistemológica de la investigación en comunicación, así como propuestas de innovación en metodología (técnicas, métodos e instrumentos) aplicados en el desarrollo de investigaciones teóricas y empíricas en el campo.

Mediología, investigación y procesos de Inteligencia Artificial (IA) en el periodismo de datos

La investigación y la influencia emergente de la IA en el periodismo de datos, las narrativas disruptivas y discursos de la información que establecen nuevas relaciones entre las sociedades y lo mediático. Un escenario para la socialización de avances y resultados de investigación, estudios de caso y aproximaciones que indagan la relación de la comunicación, los medios, los datos y el impacto de la inteligencia artificial en el ejercicio periodístico.

Periodismo y narrativas/discursos mediáticos

El periodismo como ejercicio y la narración como instancia donde la sociedad se cuenta aquello que le parece relevante, de importancia social y humana. Estudios sobre la relación entre periodismo y sociedad, donde lo narrativo ocupa un lugar central de la reflexión.

Industrias culturales y creativas

Investigaciones sobre la generación, intercambio, comercialización e impacto de bienes simbólicos, en áreas como turismo, artes visuales, teatro, arte digital, publicidad, y que se enmarcan en el concepto de industrias culturales y creativas.

Comunicación digital e interacciones comunicativas: crossmedia, transmedia y convergencia digital

Nuevos escenarios de la comunicación, en horizontes como las redes sociales, los nuevos medios, la realidad (virtual y aumentada), capitalismo de plataformas, consumos digitales, comunidades virtuales, escenarios digitales de aprendizaje.

Creatividad e innovación en comunicación

Procesos de investigación, creación e innovación en comunicación. La creatividad como insumo de la comunicación persuasiva, que puede aplicarse en todos los ámbitos: publicidad, comunicación organizacional, mercadeo, copywriting... la creatividad como una dimensión no exclusiva de algunos campos de aplicación de la comunicación, sino como dimensión humana, y que es requisito ahora que los procesos de comunicación desbordan los linderos que antes se tenían preconcebidos para ellas.

Comunicación organizacional y relaciones públicas

Lo corporativo visto en sus diversas aristas, desde el punto de la comunicación interna y externa de las organizaciones. Las organizaciones como forma de estructuración de la sociedad contemporánea y los diseños estratégicos y tácticos que se aplican allí desde la comunicación: stakeholders, audiencias, opinión pública, comunicación para la crisis, asuntos públicos, lobby.

Comunicación pública y marketing electoral

Lo político y lo público desde la comunicación como escenario de investigación del impacto de la comunicación en las actividades de partidos, candidatos, coaliciones, configuraciones explícitas y/o ocultas de la opinión pública, agenda setting, en relación con lo electoral.

Comunicación educativa, comunicación para el cambio social y diálogo de saberes

La comunicación como escenario del desarrollo y el cambio social, en escenarios de intercambio de formas de saber donde lo popular, lo empírico y lo cotidiano sirven para liderar procesos endógenos de las comunidades. La comunicación como mediadora de los saberes académicos, populares, religiosos o comunitarios, estableciendo procesos de apropiación del conocimiento en grupos sociales.

Migraciones, etnias, género(s) y diversidad

Espacio para reflexionar la otredad, las formas de configuración de la subjetividad contemporánea, los identificadores y las identidades en juegos de verdad y poder, mediante procesos de negociación en el ámbito de lo privado y lo colectivo. Interesa la otredad como posibilidad de la comunicación, en asuntos álgidos para el mundo contemporáneo, como lo étnico, el género y la migración, si bien la mesa se dirige a pensar, en términos amplios, la diversidad en todas sus manifestaciones posibles.

Branding, publicidad y mercadeo

La construcción de marca, los procesos de comunicación persuasiva y la dinámica comunicativa que se teje entre las marcas, las organizaciones, los productos y sus audiencias. Revisión de la dinámica publicitaria y de mercadeo, mediada por la comunicación, mediante estrategias ATL, BTL y nuevas dinámicas de la industria publicitaria.

Fotografía, imagen y memoria

La imagen como soporte del imaginario colectivo y como repositorio de la memoria. En tiempos de la digitalidad, conviene revisar cómo la memoria humana encuentra nuevas formas de archivo, pero también cómo esas nuevas maneras de guardar los recuerdos pueden suponer nuevas mediaciones de la memoria. En una sociedad "de la imagen" conviene mirar cómo la fotografía expande los recuerdos y cómo su lenguaje migra a otros medios.

Investigación+creación en comunicación y artes (muestra audiovisual y multimedia)

Productos derivados de procesos de investigación+creación, para conformar una muestra audiovisual y multimedia donde se evidencien las nuevas metodologías y abordajes para la generación de conocimiento en comunicación. La muestra contará con un espacio de exposición de los productos. En la mesa se discutirán las propuestas, las reflexiones y los hallazgos de los procesos de investigación+creación.

Investigación formativa

Un espacio para nuestros estudiantes a través de la investigación formativa, la formación investigativa y los espacios de consolidación del relevo generacional. Esperamos ponencias provenientes de semilleros de investigación, proyectos y trabajos de aula que se hayan gestado en el país, reconocer sus experiencias, sus desarrollos investigativos, sus estrategias de trabajo, sus logros, sus experiencias y aprendizajes.

Temporalidad y análisis fílmico

La eclosión de las plataformas audiovisuales ha transformado los hábitos del espectador audiovisual y, a la vez, espoleado la creación de numerosas series y obras que plantean complejas declinaciones con la temporalidad, dentro y fuera de sus márgenes. En esta mesa reflexionaremos, desde el análisis fílmico, sobre los desafíos teóricos de este nuevo panorama; sobre las formas narrativas y los discursos más innovadores; y sobre la vigencia o renovación de las tradiciones interpretativas con que dilucidar estos productos audiovisuales.

Diseño y comunicación

Esta mesa de investigación es un espacio de conversación que se propone explorar la realidad comunicativa en cada una de las especialidades del diseño, así como examinar las intersecciones y sinergias entre ellas.
Se discutirán investigaciones que aborden el diseño como catalizador para la innovación social, la sostenibilidad, la transformación tecnológica, la comunicación disruptiva, así como la comprensión y construcción de realidades.

EQUIPO DE COORDINACIÓN ACADÉMICA

Nuestras **Mesas para Contar** se encuentran lideradas por el equipo de coordinación académica, conformado por académicos e investigadores de **42 instituciones aliadas**, y tiene la misión de apoyar la convocatoria, evaluar las postulaciones, con el fin de asegurar rigurosidad académica, evaluar los trabajos en extenso para definir el medio de publicación, moderar las Mesas durante el Congreso y hacer la relatoria.

Sandra Castaño Rico

Directora Académica - IX Congreso Internacional de Comunicación Estratégica. Profesora de tiempo completo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín. Doctoranda en Comunicación, Magíster en Comunicación Educativa, Especialista en Docencia y Gestión de la Educación Superior, Profesional en Comunicación y Relaciones Corporativas

MESA 1. COMUNICACIÓN DISRUPTIVA, BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES Y PROFESIONALES:

Ana María Suárez

Universidad de Medellín

Andréia Athaydes

Universidad Federal de Santa María

Jorge Andrés Acevedo Díaz

Universidad de Antioquia

Diana Isabel Garcés Gutiérrez

Universidad de Antioquia

Lina Alvarado Pérez

Directora Nacional Colombia de la Red Iberoamericana de Relaciones Públicas – REDIRP.

MESA 2. EPISTEMOLOGÍA, TEORÍAS Y MÉTODOS EN COMUNICACIÓN:

Cecilia Claro
REDLACO

José Miguel Pereira González
Acicom

Claudia Maya Franco
Universidad de Medellín

Adriana Rodríguez
Pontificia Universidad Javeriana - Cali

MESA 3. MEDIOLOGÍA, INVESTIGACIÓN Y PROCESOS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) EN EL PERIODISMO DE DATOS:

Pedro Felipe Díaz
Universidad de Quindío

Carolina Montoya Mejía
Universidad del Quindío

Sergio Llano
Universidad del Norte

Nestor Rodolfo Cruz
Universidad católica de Salta UCASAL

MESA 4. PERIODISMO Y NARRATIVAS/DISCURSOS MEDIÁTICOS:

Andrés Alexander Puerta Molina
Universidad de Medellín

Julián Zuluaga
Universidad Católica Luis Amigó

Jhon Mario Zuluaga
Universidad Católica de Pereira

José Alberto Guerrero
Universidad Anáhuac Mayab

Luis Carlos Zúñiga Liñán
Institución Universitaria Mayor de Cartagena

MESA 5. INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS:

Juliana Silva
Politécnico Jaime Isaza Cadavid

Johanna García
Universidad Católica de Pereira

Carlos Alfonso López Lizarazo
Universidad de Medellín

José Mauricio Moreira
Universidad Presbiteriana Mackenzie

Alejandra Castaño
Tecnológico de Monterrey

MESA 6. COMUNICACIÓN DIGITAL E INTERACCIONES COMUNICATIVAS: CROSSMEDIA, TRANSMEDIA Y CONVERGENCIA DIGITAL:

Sandra Isabel Arango Vásquez
Universidad de Medellín

Harvey Mardu Murcia Quinones
Politécnico Grancolombiano

Paulo Ranieri
Universidad Presbiteriana Mackenzie

Jerónimo Rivera
Universidad La Sabana

MESA 7. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y RELACIONES PÚBLICAS:

Maria Victoria Pabón Montealegre
Universidad Pontificia Bolivariana

Heiller Abadía
Universidad Católica de Pereira

Carlos Rodríguez
Universidad La Sabana

Luz Canella Tsuji
Asociación Latinoamericana de Carreras Universitarias de Relaciones Públicas (Alacaurp)

Andrés Felipe Giraldo Dávila
Universidad de Medellín

MESA 8. COMUNICACIÓN PÚBLICA Y MARKETING ELECTORAL:

Alejandro Álvarez Nobell
Alice

Marco Polo Calderón Arellanes
Universidad Autónoma de Guerrero

Nestor Julián Restrepo
Universidad Eafit

José Luis Estrada
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Roberto Gondo
Universidad Presbiteriana Mackenzie

MESA 9. COMUNICACIÓN EDUCATIVA, COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL Y DIÁLOGO DE SABERES:

Richard Millán Torres
Universidad de Manizales

Maria Lourdes Mateos
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

Sandra Isabel Arango Vásquez
Universidad de Medellín

Germán Antonio Muñoz Gonzalez
Uniminuto Bogotá

MESA 10. MIGRACIONES, ETNIAS, GÉNERO(S) Y DIVERSIDAD:

Jhon Jaime De La Rosa Bobadilla
Universidad de Quindío

Ricardo Andrés Becerra Agudelo
Universidad de Medellín

Paula Andrea Valencia Londoño
Universidad de Medellín

Martha Elisa Nateras González
Universidad Autónoma del Estado de México

MESA 11. BRANDING, PUBLICIDAD Y MERCADEO:

Beatriz Eugenia Quiceno Castañeda
Universidad de Medellín

Alexander Gil Triana
Universidad Pontificia Bolivariana

Ana María Almansa Martínez
Universidad de Málaga

Ana Catalina Quirós Ramírez
Universidad de Medellín

Thiago Pereira da Costa
Universidad Presbiteriana Mackenzie

MESA 12. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN:

Maria Catalina Cruz González
Universidad Externado de Colombia

Janneth Palacios
Join Communication

Fernando Marroquín Ciendúa
Universidad Tadeo Lozano

Jennifer Karina Sánchez Martínez
Universidad Santo Tomás

MESA 13. FOTOGRAFÍA, IMAGEN Y MEMORIA:

Juan Gabriel Castro
Universidad La Sabana

Enrique Aguirre
Bellas Artes

Diego Augusto Arango Bustamante
Universidad de Medellín

MESA 14. INVESTIGACIÓN+CREACIÓN EN COMUNICACIÓN Y ARTES:

Carlos Mario Betancourth
Universidad Católica de Pereira

Daniel Ospina Hurtado
Universidad Católica de Oriente

César Castiblanco Laurada
Universidad Católica de Manizales

César González Vélez
Universidad Central

MESA 15. INVESTIGACIÓN FORMATIVA:

Manuel Castrillón Medina
Universidad Católica Luis Amigó

John Fredy Vergara Vélez
Politécnico Jaime Isaza Cadavid

Edgar Calderón
Universidad Católica de Oriente

MESA 16. TEMPORALIDAD Y ANÁLISIS FÍLMICO:

José Antonio Planes Pedreño
Universidad de Medellín

Alejandra Laverde
Universidad de Medellín

Pablo Fernando García
Universidad Jaime de Castellón

MESA 17. DISEÑO Y COMUNICACIÓN:

Diana Carolina Suárez
Universidad Tecnológica de Pereira

Carlos Andrés Arango
Universidad de Medellín

WORKSHOP

Moda y Autoestima
Lina Yarce

Expresión y Liderazgo Exponencial
César Giraldo

Hackeando el cerebro del ciudadano
Juan Sebastián Delgado Gil

Marketing con IA generativa
Oszie Tarula, Fundador, Hola Metaverso

Taller de Prensa
Melisa Tamayo Hernández

Biomímesis y comunicación estratégica: regeneración organizacional inspirada en la naturaleza
Alejandro Álvarez Nobell y Belén Barroso

Diseñar investigaciones en comunicación estratégica de alto impacto: el caso del LCM
Dr. Alejandro Álvarez-Nobell, Dr. Juan-Carlos Molleda, Dra. Andréia Athaydes y Dra. Ana María Suárez

Empresas con Alma
Maria Alejandra Echavarría Patiño

Almas entrenadas a través de sus huellas ancestrales
Zuly Román Salazar

Gestión de comunicación en casos de crisis empresariales
Dr. Néstor Rodolfo Cruz

Gestión de comunicación en casos de crisis empresariales
Dr. Néstor Rodolfo Cruz

Explorando el Cripto: Crea tu Primera Billetera con MetaMask
Liz Bazurto

La tarjeta verde y su disrupción futbolera para la paz, la convivencia y el juego limpio
Roosevelt Castro Bohórquez

En una conferencia interactiva los asistentes podrán hacer un plan paso a paso para cumplir el sueño que se propongan en el 2025

Cumple tu sueño en el 2025
Karina Sterling

Fotografía, el arte de vivir en presencia
Mónica Ledezma Morales

Innovar para narrar historias
Laura Sofía Mejía, Cofundadora y directora general de Baudó Agencia Pública

Lo viral como lenguaje de marca, cómo contar con memes
Juan Sebastián Corcione Nieto

Lo viral como lenguaje de marca, cómo contar con memes
Juan Sebastián Corcione Nieto

Co-lab Transatlántico: Diseño y Branding en Acción
Thiago Pereira da Costa

El ABC de la IA
Orión Vargas Vélez

Hablemos de economía sin llorar
Angélica María Gómez Benavides

Hablemos de economía sin llorar
Angélica María Gómez Benavides

Pensando las estrategias de marketing digital.
Juliana Porto Chacon

Estratégias de comunicación política para interacción con potenciais electores
Roberto Gondo Macedo

Storytelling de Noticias en Redes Sociales
Paulo Ranieri

Creación de sets para produccion de contenido audiovisual
Lucas Spot