

**3er Encuentro de Investigación  
en Cultura y Consumo**  
octubre 29 y 30 de 2018

**gé  
ne  
ro &  
Comunicación**

# 3er Encuentro de Investigación en Cultura y Consumo

octubre 29 y 30 de 2018

La Facultad de Ciencias Económicas y Financieras de la Universidad del Área Andina, seccional Pereira, realizará el III Encuentro de Investigación en Cultura y Consumo los días 29 y 30 de octubre de 2018.

Este evento se propone como un espacio para la actualización, discusión y reflexión de estudios e investigaciones desarrolladas y en curso, en torno a la cultura, en esta ocasión a los estudios sobre Género y Comunicación. A las influencias transformadoras de las industrias culturales en las dinámicas de consumo y las percepciones generadas por las sociedades contemporáneas, así como de, en palabras de Zayak Valencia "las perspectivas capaces de producir e imaginar nuevas modalidades del uso del cuerpo, del poder y del deseo" (2010), a través de los diferentes escenarios de mediatización.

Se propone entonces, ofrecer una visión global de las tendencias culturales y la reconstrucción de imaginarios e iconografías de género, desde la mirada del mercadeo, el diseño y la comunicación publicitaria, en un contexto local y regional.

El III Encuentro de Investigación en Cultura y Consumo tendrá la presencia de investigadores nacionales y extranjeros, expertos en estudios alrededor de las áreas específicas, así como la presentación de diferentes propuestas investigativas desarrolladas y en curso de docentes investigadores y estudiantes de semilleros de investigación de la región y el país, a través de mesas de trabajo alternas.

# 3er Encuentro de Investigación en Cultura y Consumo

octubre 29 y 30 de 2018

**CONVOCATORIA PONENCIAS  
MESAS DE TRABAJO**

**Fecha apertura resúmenes  
(online)**

Septiembre 20 de 2018

**Fecha cierre (online)**

Octubre 12 de 2018

**Envío ponencias completas**

Octubre 22 de 2018

**Ponencias y mesas de Trabajo**

Octubre 29/30 de 2018

**Formulario de inscripción para Investigadores**

**RESULTADOS**

Memorias digitales con ISBN, compilación de las ponencias principales, de investigadores y de los semilleros participantes en las mesas de trabajo.

**Comunicación**

# 3er Encuentro de Investigación en Cultura y Consumo

octubre 29 y 30 de 2018

## AGENDA Octubre 29

**Mariángeles Camusso**

Universidad Nacional del Rosario.  
Argentina

"Procesos de mediatización en la construcción  
de imaginarios e iconografías de género"

**Mónica Baquero Gaitán**

Universidad Central  
Colombia

"Rosa y Celeste: mercados y publicidad"

**Mesas de trabajo**

Semilleros de Investigación

## Octubre 30

**David Andrés Díez Gómez**

Universidad Católica de Manizales  
Colombia

"Publicidad y discursos de género: ¿evolución o paralelismo?"


**Camila Ordoñez Laclé**

Centro de Investigación y estudios de la mujer CIEM.  
Universidad de Costa Rica  
Costa Rica

"Observatorio de la imagen de la mujer en la publicidad"

**Panel de expertos**

Género y Comunicación



# 3er Encuentro de Investigación en Cultura y Consumo

octubre 29 y 30 de 2018

## REQUISITOS PONENCIAS

Licencia de uso firmada por cada uno de los autores por ponencia.

Cada trabajo será asignado a 2 pares evaluadores con amplia experiencia investigativa en los ejes temáticos planteados por el evento y las mesas de trabajo.

Las ponencias presentadas deben tener una extensión mínima de 8 páginas y máxima de 10 páginas, incluyendo referencias bibliográficas con normas APA.  
Fuente: times new román 12 pt. Inter lineado: 1.5

## INVESTIGACIÓN TERMINADA

Título, autores, resumen (no debe pasar de 300 palabras, palabras claves (máximo 5 en orden alfabético), introducción, marco teórico, metodología del estudio, resultados, conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas.

## INVESTIGACIÓN EN CURSO

Título, autores, Resumen (inglés y español - no debe exceder las 300 palabras, Palabras claves (inglés y español - máximo 5 en orden alfabético), introducción, Marco teórico, metodología del estudio, resultados preliminares/esperados, conclusiones, referencias bibliográficas.

# gé me ro & Comunicación