

II CONGRESO NACIONAL

Red Iberoamericana de Investigadores en Publicidad

CAPÍTULO MÉXICO

PROGRAMA GENERAL DE PONENCIAS

MESA 1 MIÉRCOLES 02 DE JUNIO (12:00-13:30 hrs)

EJE 5. Publicidad, salud y sustentabilidad

1. Miguel Angel Rivera Herrera/UNAM

YouTube Kids: una divertida forma de evitar las regulaciones a los alimentos procesados.

2. Erick Daniel Espitia Ramírez/ UNIVA Colima

El *FoMO* y la importancia de utilizar prácticas para controlarlo y/o disminuirlo

3. Pablo David Elías-López y Silvia Gabriela García Martínez/ UAM Azcapotzalco

Proporción entre el discurso publicitario y datos técnicos en la promoción de arquitectura verde, sustentable y/o ecológica.

4. Carola García Calderón/ UNAM

Publicidad y nuevas tecnologías ante la crisis sanitaria del *Covid 19* en México.

5. Luz Itzel Muñoz Garza y Félix Eduardo Ponce Espinoza/ UdeC

Propuesta de publicidad social para la asociación Identidades Sexuales Diversas A.C., sobre el uso del condón en jóvenes de 18 a 24 años.

6. Sergio Adrián Escalona Villegas y Raúl Santos Morales/ Anáhuac

La promoción de la salud en tiempos de pandemia: críticas hacia la responsabilidad social, la ciudadanía corporativa y la ficción de la publicidad audiovisual de los supermercados más importantes de México en el mundo digital.

7. Liliana Andrea Sánchez Islas y Eder Antonio Salamanca Fuentes/ UNAM

Los excesos del etiquetado. Reacciones del consumidor mexicano en redes sociales ante la iniciativa gubernamental.

MESA 2 JUEVES 03 DE JUNIO (11:00-12:30 hrs.)

EJE 6. Publicidad y sus vínculos mercadológicos

1. Dayna Saldaña-Zepeda y Jorge Ricardo Vásquez-Sánchez/ UdeC

Impacto de la dispersión de información a través de internet sobre la evolución de la epidemia por *COVID-19* como agente en el cambio de conducta del consumidor.

2. José Luis Susano García/UAGro

Estrategias de publicidad y marketing en *Pozolerías de Chilpancingo*, para hacer frente a la situación originada por el Covid-19.

3. Raul Anthony Olmedo Neri/UNAM

El virus que vende. El discurso publicitario de productos de higiene durante la pandemia.

4. Marco Antonio Barajas-Figueroa. y Jorge Ricardo Vásquez-Sánchez/UdeC

Análisis de las estrategias de marketing y publicidad en tiempos de COVID19: retos y oportunidades de las empresas mexicanas en la *covidianidad*

EJE 3. Publicidad, entretenimiento y nuevas tecnologías

5. Karen Lizeth Chávez Ayala; José Roberto Tovar Herrera y Claudia Ivette Rodríguez Lucio/UACJ

Impacto de la dispersión de información a través de internet sobre la evolución de la epidemia por COVID-19 como agente en el cambio de conducta del consumidor.

6. Cindy Carolina Palomares/ UdeC

Discurso publicitario de *Youtubers* infantiles en confinamiento

EJE 2. Publicidad y relaciones públicas

7. Mario Andrés Cabrera Llanos; Carlos Antonio Martínez Corona y Kasandra Lizbeth Velasco Galindo/ UdeC

Caracterización cronológica de la trayectoria mediática en Internet y de relaciones públicas que llevó a Yalitza Aparicio a convertirse en figura pública internacional.

MESA ESTUDIANTIL JUEVES 03 DE JUNIO (12:30-14:30 hrs.)

EJE 7. Publicidad y sociedad

1. Enrique Alejandro Pastor Castañeda/ UdeC

Análisis crítico del mensaje empleado en la campaña de *Facebook* de #SusanaDistancia en los meses de marzo a diciembre 2020, como parte de la estrategia de e-social de la Secretaría de Salud del Gobierno de México ante la pandemia por COVID-19.

2. Larissa de Jesús Flores Fernández; Claudia Jazmín Godínez Guerrero y Manuel Maravilla Romero/ UdeC

El discurso de sostenibilidad en *pymes* de soluciones verdes: un estado del arte.

3. Itzel del Sol Ramos Cano/ UdeC

Elementos alusivos a la salud empleados en la comunicación publicitaria digital durante la pandemia en el sector restaurantero.

4. Barragán Andrade Ariane Noemí; Cruz Pérez Angélica y Núñez Mendoza Nélica Judith/UdeC

Impacto del nuevo etiquetado frontal de los alimentos procesados en la decisión de compra de las madres consumidoras de alimentos para niñas y niños menores de 12 años de las ciudades de Colima y Villa de Álvarez.

5. **Jazmín Castañeda Amezcua; Lizeth Larios Chihuahua y Tania Yael Cortés Álvarez/ UdeC**
Marketing en tiempos de crisis: cambios en los hábitos de consumo de las juventudes colimenses derivado del COVID-19.
6. **Juan Manuel Ramírez Portilla/ UNAM**
Gamers y Co-creation: Una dinámica de socialización virtual dentro de las comunidades de marca. Impacto y Aproximaciones. Caso: Fortnite A Latina
7. **Adilene Montserrath Alcazar Fuentes; Cinthia Angélica Castillo Carrillo y Cecilia Jeraldid Chávez Salcedo/ UdeC**
Manejo de crisis de las empresas cinematográficas en México ante la pandemia del Covid- 19.
8. **Jaret Martínez Betancourt; Mario Eduardo Espinoza Ascencio y Itzel Marisol Hernández Sánchez/UdeC**
Análisis de la publicidad social en *Facebook*: caso de la Secretaría de Bienestar del Gobierno de México.
9. **Katheelin Gómez; Fernando Sepúlveda y Daniel Flores/ UdeC**
El colorismo en la publicidad mexicana: una revisión de literatura
MESA 3 VIERNES 04 de JUNIO (11:00-12:30 hrs.)

Eje 1. Publicidad, propaganda y comunicación política

1. **Amaury Fernández Reyes/UdeC**
Politainment y propaganda de la inmediatez. Memes e ironía en entornos virtuales respecto a la estrategia política del excandidato presidencial Ricardo Anaya rumbo al 2024.

EJE 4. Publicidad social, educación y responsabilidad social

2. **Jatzire Soto Velázquez**
Análisis de estereotipos femeninos en la revista Vanidades
3. **Albany Nayeli Apolinar Camacho; Luis Alberto Bonilla Pérez y Sonia Consuelo Sánchez Hernández/UdeC**
La percepción del mensaje sexista de anuncios audiovisuales recientes en hombres y mujeres de 18 a 25 de la zona conurbada Colima-Villa de Álvarez.
4. **Ricardo Ignacio Prado Hurtado/Anáhuac**
Comparativa entre los sistemas de etiquetado para cereales ultraprocesados en Francia y México.
5. **Marina Vázquez Guerrero; Beatriz Paulina Rivera Cervantes y Ana Isabel Zermeño Flores/UdeC**
El *community manager* en la pandemia: aprendizajes y retos.