



1ra Circular Congreso de Publicidad 2023

## Congreso de Publicidad “Publicidad y marketing político”

26 y 27 de octubre de 2023  
San Miguel de Tucumán  
Carrera de Ciencias de la Comunicación  
Facultad de Filosofía y Letras  
Universidad Nacional de Tucumán

La Cátedra de Publicidad de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Filosofía y Letras (UNT) y el Instituto de Investigaciones en Publicidad y Opinión Pública (INIPOP) invita al 5to Congreso de Publicidad: “Publicidad y marketing político”, a realizarse en la ciudad de San Miguel de Tucumán, los días de 26 y 27 de octubre de 2023.

En un escenario político como el actual, es fundamental reflexionar sobre las estrategias de comunicación y las construcciones sociales que subyacen a los actores políticos, en un contexto posmoderno de sujetos hiperconectados. Cómo se desarrollan y actúan las estrategias que operan en una sociedad cambiante, y como se construyen en diversos planos el escenario político actual, no puede ser más que objeto de análisis de las unidades académicas.

En este contexto, entender cómo se articulan los discursos en la publicidad política es fundamental para reflexionar sobre las dimensiones de la representación social y comprender los mecanismos del marketing, que proporcionan un espacio propicio para la reapropiación de lo colectivo como individual.

*“Cualquier innovación en la capacidad para comunicarnos debe tener, necesariamente, una incidencia profunda sobre la cultura y, por extensión, sobre la esencia diferenciadora de nuestra especie”.* (Antoni Brey, 2018)

En todo escenario, la comunicación necesita de palabras y silencios, de gestos y suspensos quedos. En todo escenario, comunicar es ir más allá de las ideas, de la lógica, de reglas y convenciones. Comunicar es conectar con el otro traspasando los límites de la razón, expresando una afinada melodía de emociones que permita su reapropiación. Es sumergirse en los deseos del otro, ahogarse en sus temores, emerger sobre sus ideales; y vislumbrar a través de ilusiones y esperanzas compartidas por un futuro en común.



Para quienes estudian y actúan profesionalmente en la Comunicación Política y en particular en los fenómenos electorales, este tipo de contextos constituyen retos para el análisis riguroso y diseño de estrategias, que permitan configurar una visión unificada de la realidad social y los procesos de construcción

En el Congreso de Publicidad, tenemos como objetivo exponer una visión crítica y abarcadora del funcionamiento de la publicidad y las estrategias del marketing, porque comprender como ellas funcionan es poder también entender como funcionan los mecanismos que las subyacen.

Y esa es a la visión que atendemos, que estos espacios académicos sean la puerta de entrada para cuestionarnos el mundo que nos rodea y constituirnos como seres críticos con la capacidad de desarticular los discursos que se nos presentan como naturales e indiscutibles.

Para los interesados en participar como ponentes- expositores en las diferentes mesas de trabajo, la fecha límite para presentar los resúmenes o abstract será el 6 de octubre de 2023 (300 palabras), mientras que los informes/ponencias finales se recibirán hasta el 16 de octubre con una extensión máxima de 5000 palabras.

#### **Los ejes temáticos para la presentación de ponencias son:**

- Eje 1: Publicidad política y perspectiva de género.
- Eje 2: Publicidad política y la construcción de imaginarios sociales.
- Eje 3: Publicidad y marketing político en su dimensión digital.
- Eje 4: Publicidad política en la era de la Inteligencia Artificial.
- Eje 5: Comunicación política y publicidad de bien público.
- Eje 6: Comunicación electoral y marketing político.
- Eje 7: Análisis de estrategias publicitarias.
- Eje 8: Construcción de imagen y branding político.

#### **Recepción de abstracts: hasta el 6 de Octubre.**

Los abstracts deben ser enviados a la dirección de correo electrónico [congresodepublicidad@filo.unt.edu.ar](mailto:congresodepublicidad@filo.unt.edu.ar), e incluir los siguientes datos:

- Apellido y nombre de los autores (máximo de cuatro).
- Correo electrónico.



- Pertenencia Institucional.
- DNI/ Pasaporte.
- Resumen del trabajo a presentar con un máximo de 300 palabras.
- Incluir 5 palabras claves.
- Eje temático en el que se inscribe su trabajo.
- El archivo enviado deberá ser nombrado del siguiente modo: “RES---”+ N° de Eje temático en el que se inscribe + Apellido del primer autor. Por ejemplo:  
RES05LÓPEZ.DOC
- Perfil de Facebook, Twitter o LinkedIn (opcional)