

LA PUBLICIDAD EN UN MUNDO EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL


POR: INGRID GUZMÁN.
DIRECTORA PROGRAMA DE PUBLICIDAD USC

La humanidad ha presenciado una revolución centrada en las tecnologías de la información y las comunicaciones en las últimas décadas. Pasamos de las maquilas, del vapor, de las grandes máquinas aceitadas y de la manivela, al simple y sorprendente toque de las pantallas. El desarrollo de la tecnología, especialmente en el campo digital, ha abierto nuevas vías de comunicación y producción, nos han permitido explorar rutas inimaginables y sorprendernos constantemente, pero sobre todo, nos ha obligado a seguirnos reinventando como especie.

Producto de los cambios en el almacenamiento y procesamiento de los datos y en las herramientas y artilugios que nos permiten acceder a ellos, se han reconfigurado las prácticas en casi todos los ámbitos de la vida diaria, impactando de manera transversal las dinámicas económicas, políticas, educativas, mediáticas y culturales de varias generaciones que convergen en el reto de construir un "mejor mañana".

Es justamente ese proceso de reinención de los medios y las formas de interactuar y producir aprovechando el potencial de la tecnología el que se conoce como Transformación Digital. El tránsito de lo análogo a lo digital marca nuevas rutas de navegación en el "quehacer" mediático y publicitario. Nos enfrentamos entonces a una época en la que se hace necesario reinterpretar las múltiples caras del mercado personificados ahora en likes y trinos. Para nuestro campo de acción, asumir y analizar el cambiante panorama al que nos enfrentamos día a día se convierte en una necesidad imperante.

Reconociendo el impacto de esta evolución en áreas como la comunicación y la publicidad, la Universidad Santiago de Cali y los estudiantes y docentes del Programa de Publicidad USC exploran en este número de la revista ÍCONO diversas facetas del proceso de transformación digital, desde la perspectiva de personajes emblemáticos del mundo publicitario colombiano. En esta edición, que integra también elementos digitales, podrá ver el contraste entre las antiguas y las analógicas formas de hacer publicidad y las nuevas e interactivas maneras en las que podemos expresar este tipo de comunicación persuasiva.

Acompáñenos en este recorrido, disfrute con historias, consejos, entrevistas, infografías, datos y personajes que nos conducirán por la metamorfosis digital que estamos experimentando. 

ÍCONO

INTERACTIVO

REVISTA ÍCONO EDICIÓN NÚMERO 7
JUNIO - DICIEMBRE DE 2019
REVISTA DE LA FACULTAD DE
COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

Decano: Mg. Carlos Andrés Cruz

Director del programa de publicidad:
Ingrid Guzmán Beltrán

Comité editorial:

John jairo león muñoz
Jhoiner Cuellar
Juan Manuel Henao
Andrés Felipe Villegas

Los contenidos de esta revista fueron creados en la clase de producción publicitaria por los estudiantes:

Catherine Andrade, Jeniffer Arcos, Antonio Barrera, Lemer Bravo, Víctor Esteban Caicedo, Christian Cárdenas, Andrés Cerón, Emily Cerón, Jessica Correa, Elkin Escobar, Julián Guerrero, Tatiana Herrera, Andrés Felipe Herrera, Tranic Jordan, David Lozano, Michael Martínez Angel, Tatiana Mina, Daniela Mosquera, Leidy Vanessa Nieto, Valentina Ochoa César Julian Perez, Alejandro Rivera, María Angelica Torres, Paula Andrea Zapata, bryan alexis Solarte, Annie Castaño, Johana Moreno.

UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI
Rector: Dr. Carlos Andrés Pérez Galindo
Vicerector Académico: Dr. Jorge Antonio Silva Leal
Vicerector Administrativo: Dra. Zonia Yasmin Velasco Ramirez



Facultad de
Comunicación
y Publicidad