



C O N S U M I D O S

PUBLICIDAD Y CULTURA DE MASAS





855 49898 | 890878 8



UNIVERSIDAD
DE MURCIA

Facultad de
Comunicación y Documentación

Comisariado

Elvira Cánovas Bernabé
Pedro Antonio Hellín Ortuño

Edición Audiovisual

Juan Manuel García Soto, Pedro González Campa, Laura López Cánovas

Directora de la sala de exposiciones Isidoro Valcárcel Medina

Rebeca Romero Escrivá

Agradecimientos

María Dolores Piñera Ayala
Secretaría de Decanato

José Fernando Vázquez Casillas
Director del Laboratorio de Investigación Fotográfica de la Universidad de Murcia (Lifum)

Antonio López Mateo
Fotógrafo

José López Ruiz
Montaje

CATÁLOGO

Edita

Universidad de Murcia
Facultad de Comunicación y Documentación
Departamento de Comunicación. Área de Publicidad

Diseño gráfico y tratamiento de imágenes

Elvira Cánovas

Fotografía de portada

“Consumidos”. Elvira Cánovas [Fragmento del original]

Copyright 2024

Fotografías y Textos © sus autores y/o sus propietarios

Consumidos

Publicidad y Cultura de Masas

| AUTORES

Alumnos de la Asignatura *Publicidad y Cultura de Masas*
Grado de Publicidad y Relaciones Públicas
Curso académico 2023/2024

| Adrián Hoyos | Adriana Gutiérrez | África Moreno | Ainhoa Sáez | Alba Gomariz | Alejandro Córdoba | Alex Streenbruggen | Ambra Maku | Anabel Piñero | Ángel Vidal | Aurora Furini | Beatriz Lirón | Blanca Núñez | Camilla Canestrari | Chaima Bhalil | Christian Sánchez | Concepción López | Cristina Cortijos | Elena Cerdán | Emanuele de Luca | Ewa Bojang | Fabián Rodríguez | Fatine Houari | Federica Visalli | Francisco García | Garance Deblacquer | Giulia Grilli | Guillermo Martínez | Guillermo Ortiz | Iacopo Trincas | Ines Anna Pía Catalano | Irene Sánchez | José Antonio López | Juan Lillo | Juan Francisco Alcaraz | Juan Manuel García | Laura Cristina de Arco | Laura López | Laura Pérez | Lucía Ibáñez | Manuela Giacopello | María del Carmen Calderón | María Moreno | María Sánchez | Marina Palazón | Marina Torres | Marta Jiménez | Marta López | Marta Marín | Marta Soto | Marta Torrecillas | Mayra Pantoja | Miriam Fernández | Natalia Fernández | Natividad Ruiz | Nerea Díaz | Nicolás José Cortés | Omar Asfaray | Patricia Encinar | Patricia Martínez | Paula Gutiérrez | Paula Plasencia | Paula Soriano | Pedro González | Rocío Espinosa | Salomé Sánchez | Samuele Pacifici | Sergio Gázquez | Stiven Mauricio Quinaucho |



La Facultad de Comunicación y Documentación se enorgullece en presentar la exposición “Consumidos, Publicidad y Cultura de Masas”, un proyecto que ejemplifica nuestro firme compromiso con la innovación educativa. En un entorno cada vez más definido por los avances tecnológicos, la formación de los futuros profesionales debe ir más allá del conocimiento teórico, integrando las herramientas que están transformando la industria de manera profunda.

Esta exposición representa un paso decisivo en ese camino. Los estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas han utilizado inteligencia artificial para reinterpretar visualmente conceptos clave de la publicidad y la cultura de masas. Este enfoque no solo les ha permitido experimentar con nuevas formas de creatividad, sino también adquirir una comprensión más profunda de cómo la tecnología puede potenciar el mensaje publicitario y expandir sus posibilidades de alcance e impacto.

La integración de la inteligencia artificial en este tipo de proyectos académicos refleja una realidad ineludible: la IA ya no es solo una herramienta del futuro, es una tecnología presente que está redefiniendo la industria publicitaria y creativa. Con su uso, los estudiantes no solo han sido consumidores de esta tecnología, sino también actores activos en su utilización, contribuyendo al diálogo sobre las capacidades y las implicaciones éticas de su implementación en la comunicación de masas.

Este catálogo, presentado por este texto, elaborado con la colaboración de ChatGPT, una herramienta avanzada de IA, subraya la importancia de educar a los futuros profesionales no solo en el uso de estas tecnologías, sino también en su mejora continua. La capacidad de entender y perfeccionar estas herramientas será una habilidad crucial en los años venideros, y es nuestro deber formar a una generación que no solo se adapte a las transformaciones tecnológicas, sino que sea capaz de liderarlas.

En definitiva, esta exposición es un reflejo del esfuerzo y la dedicación tanto de nuestros estudiantes como de los profesores que les han guiado en este camino. Los docentes han sabido integrar la innovación tecnológica con una sólida formación académica, fomentando la creatividad y el pensamiento crítico. Los estudiantes, por su parte, han demostrado un excepcional compromiso con su aprendizaje y una habilidad admirable para adaptarse a los retos del entorno digital.

Queremos felicitar sinceramente a los profesores por su visión y liderazgo, a los estudiantes por su talento y esfuerzo, y a nuestra Facultad de Comunicación y Documentación por promover iniciativas que impulsan la educación hacia el futuro, conectando el conocimiento con la tecnología de manera significativa y creativa. Es un orgullo ver cómo todos estos elementos convergen en una exposición que destaca no solo por su contenido, sino también por el brillante futuro que promete para quienes forman parte de esta comunidad académica.

Pedro Antonio Hellín Ortuño
Decano de la Facultad de Comunicación y Documentación



| Consumidos. Publicidad y Cultura de Masas

Bajo el título de «Consumidos. Publicidad y Cultura de Masas», culminamos un ensayo creativo realizado por los estudiantes de la asignatura *Publicidad y Cultura de Masas* de 2º curso del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas del curso académico 2023-2024.

Se trata de una muestra colectiva de 24 piezas realizadas con Inteligencia Artificial donde de manera experimental, se exponen varios ejes temáticos tratados en la asignatura. En este sentido, el uso de la IA tanto para la generación de imágenes, como para la animación audiovisual y la creación musical, ha servido de herramienta, no sólo para materializar los conceptos propuestos, sino también, para conformar una homogeneidad plástica y visual en la exposición.

Planteamos crear un discurso narrativo que invite a la reflexión sobre determinados aspectos acerca de nuestra sociedad actual, tales como la globalización, el hiperconsumo, y sus consecuencias, tanto a nivel personal como social. Cómo la publicidad ha contribuido a la denominada Cultura de Masas y cómo ésta a su vez se retroalimenta de ella. Cómo la revolución digital ha transformado todos los órdenes de nuestra vida, con un concepto de inmediatez en el tiempo que ha modificado incluso nuestras relaciones personales. Pero también la brecha digital que ha supuesto esta evolución, reflejando la desigualdad de acceso a las tecnologías de la información y la comunicación entre diferentes grupos sociales. El impacto de la revolución artificial en diversas esferas de la sociedad como el Arte, planteando un amplio debate sobre distintos aspectos, tales como la autoría, o la transfiguración del proceso en sí mismo.

El poder de los medios de comunicación de masas, que anima a meditar sobre la prioridad de alejarse de un pensamiento único para adoptar una visión mucho más crítica, así como la capacidad de discernir qué informaciones son reales y cuáles no. La importancia de un capitalismo que divide y evidencia una sociedad cada vez más polarizada. La repercusión de un uso masivo de redes sociales, poniendo de manifiesto, en gran medida, la necesidad de evitar un consumo adictivo y la creación de falsos estereotipos que impactan de manera crucial en la generación actual.

En resumen, se trata de representaciones paradójicas que vienen a testimoniar diferentes aspectos de nuestra sociedad que deben ser objeto de análisis y debate, en aras de construir un mundo más crítico, libre e igualitario.

Elvira Cánovas Bernabé
Docente de la asignatura Publicidad y Cultura de Masas

| Etiketados
José Antonio López García



| Marcados
Fatine Houari Benjabor



| Culto a las marcas
Sergio Gázquez Sánchez



| Hand made
Samuele Pacifici



| Microchip made
Lucía Ibáñez López



| El Beso del consumo
María Sánchez Fernández



| ArtistiA
Marta Soto Moreno



| La Victoria de Nike
Francisco García Cánovas



| Retrato transgeneracional
Paula Gutiérrez García de Paredes



| Re visados
María Moreno Lázaro



| El silencio del dinero
Juan Manuel García Soto



| Conexión global
Adriana Gutiérrez Martínez



| Desconexión glocal
Marta Jiménez Perona



| Obsolescencia programada
Pedro González Campa



| Con sumo gusto
Anabel Piñero Ruiz



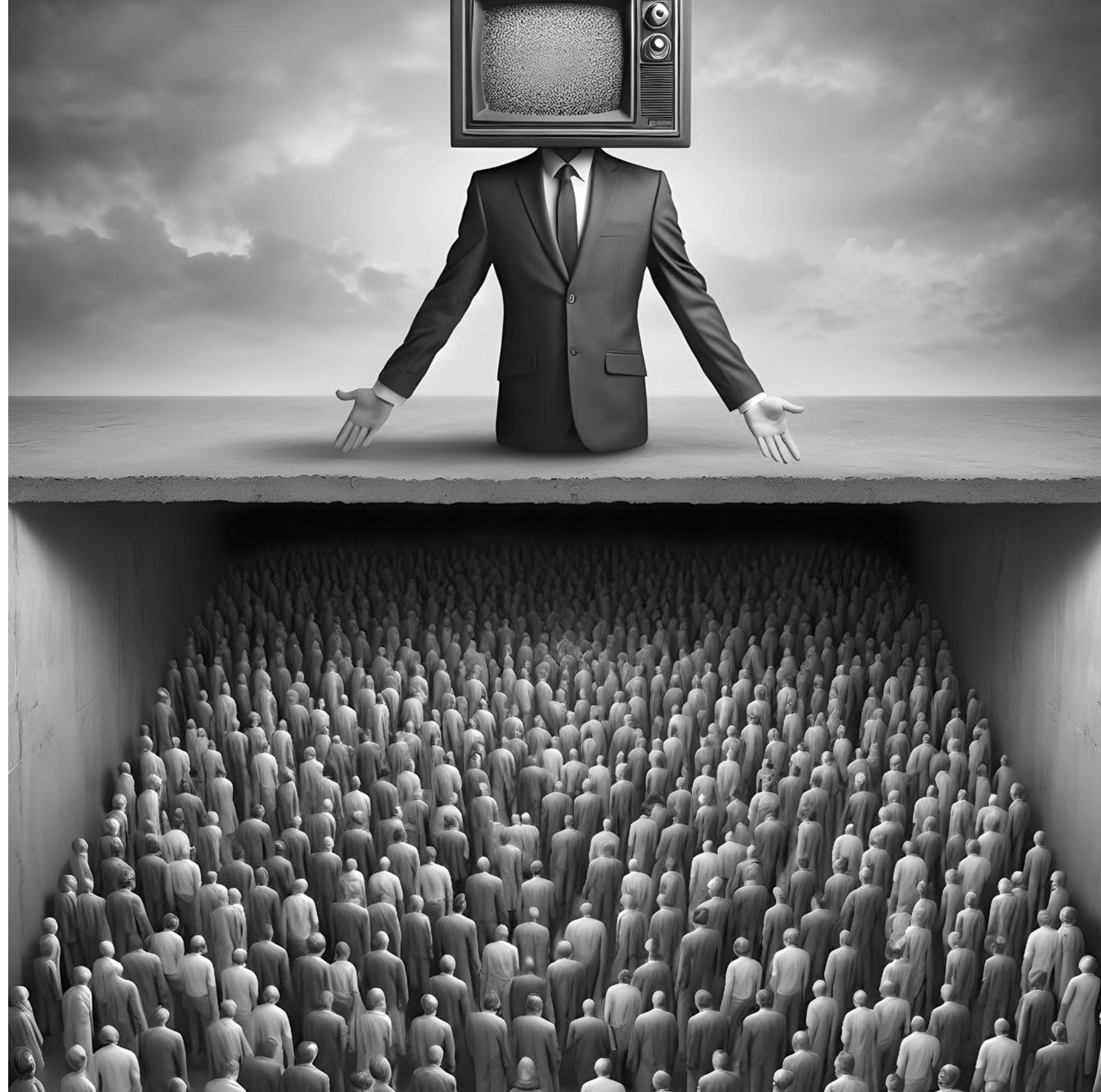
| Arma de doble filo Fake News
Rocío Espinosa Cano



| Liados
Paula Plasencia Sánchez



| La "Libertad" guiando al pueblo
Ines Anna Pía Catalano

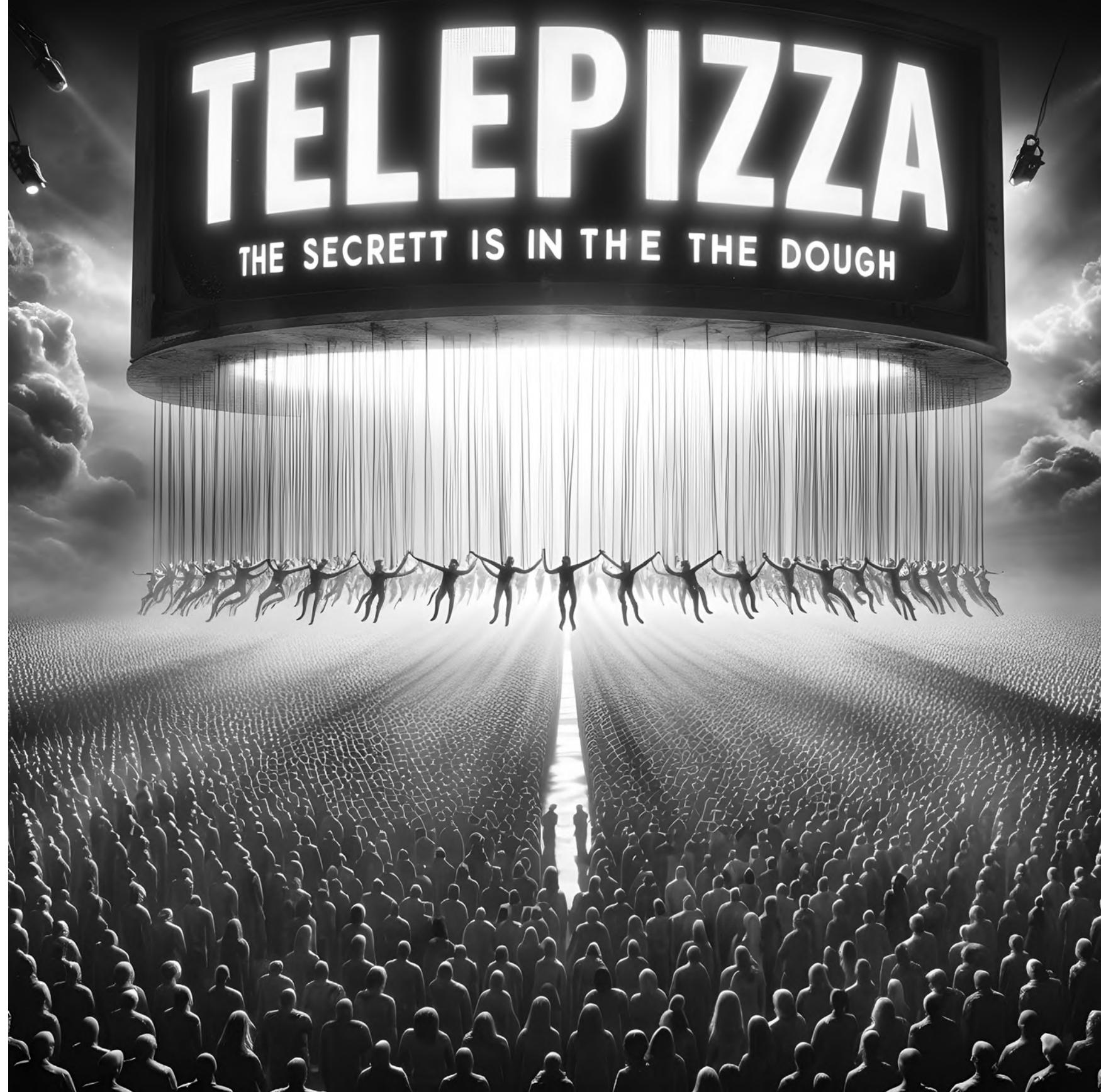


| Escaneados
Marta Marín Ortega



TELEPIZZA

THE SECRETT IS IN THE THE DOUGH



| El secreto está en la Masa
Sergio Gázquez Sánchez

| Dosis social
Marina Palazón Vera



| En Redados
María Moreno Lázaro



| Falsa apariencia
Laura López Cánovas



| Embolsados
África Moreno Montejano



| El templo del consumo
Cristina Cortijos Martínez



| Encadenados
Lucía Ibáñez López



| Radiografiados
Fabián Rodríguez Sánchez



| Tatuaje a la Visa
Marina Torres Vélez



| Visados para comprar
Concepción López Soriano



| El dinero del mundo
Guillermo Martínez López-Acosta



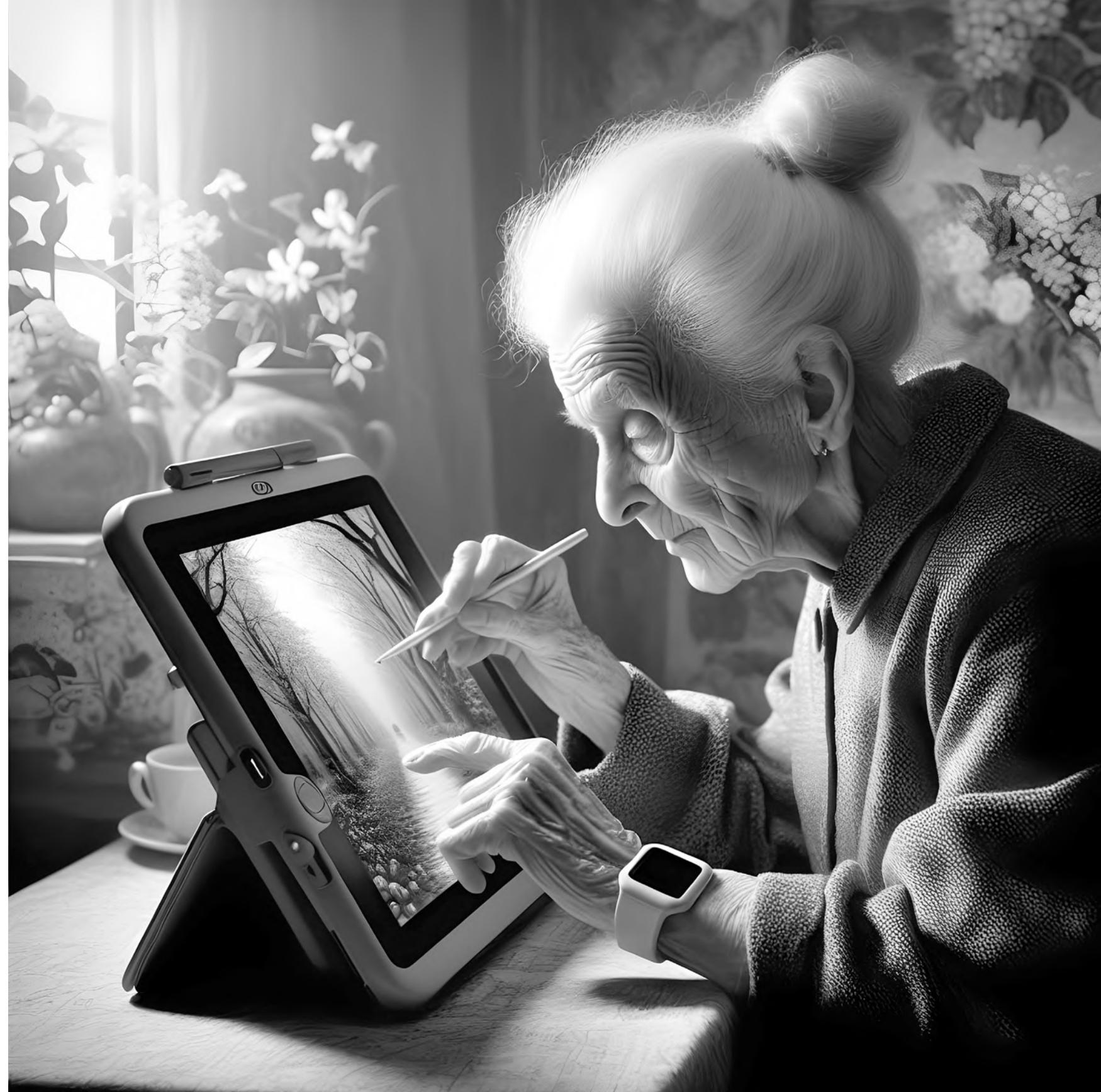
| Aislados
Adrián Hoyos Serrano



| Reproducidos
Aurora Furini



| Adaptados
Nerea Díaz Ruiz



| Inadaptados
Paula Soriano Viudez



| Tik,Tok
Marta López Baño



| Evolucionados
Anabel Piñero Ruiz



| Conexión en vena
Miriam Fernández Iglesias



| Observados
Ángel Vidal Pérez



| Via Wifi
Alex Streenbruggen Ruiz-Erans



| Empobrecidos
Camilla Canestrari



| Enriquecidos
Christian Sánchez Saracista



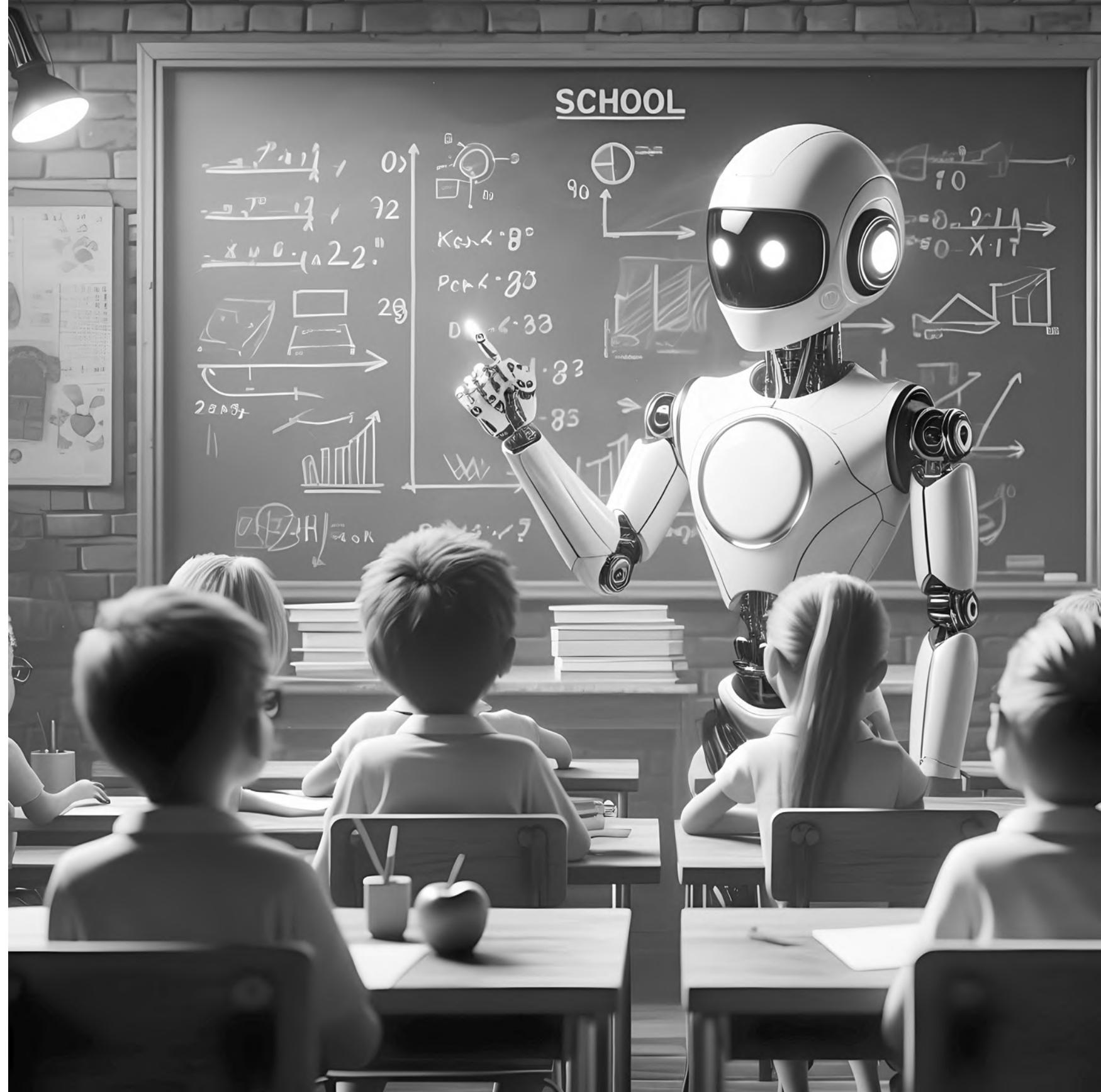
| Enfrentados
Chaima Bhalil Bahlouli



| Tercera Guerra Mundial
Laura Pérez Martínez



| Automatizados
Mayra Pantoja Montero



| Mecanizados
Giulia Grilli



| Ocultados
Ainhoa Sáez Aliaga



| Crónicas del iPhone
Iacopo Trincas



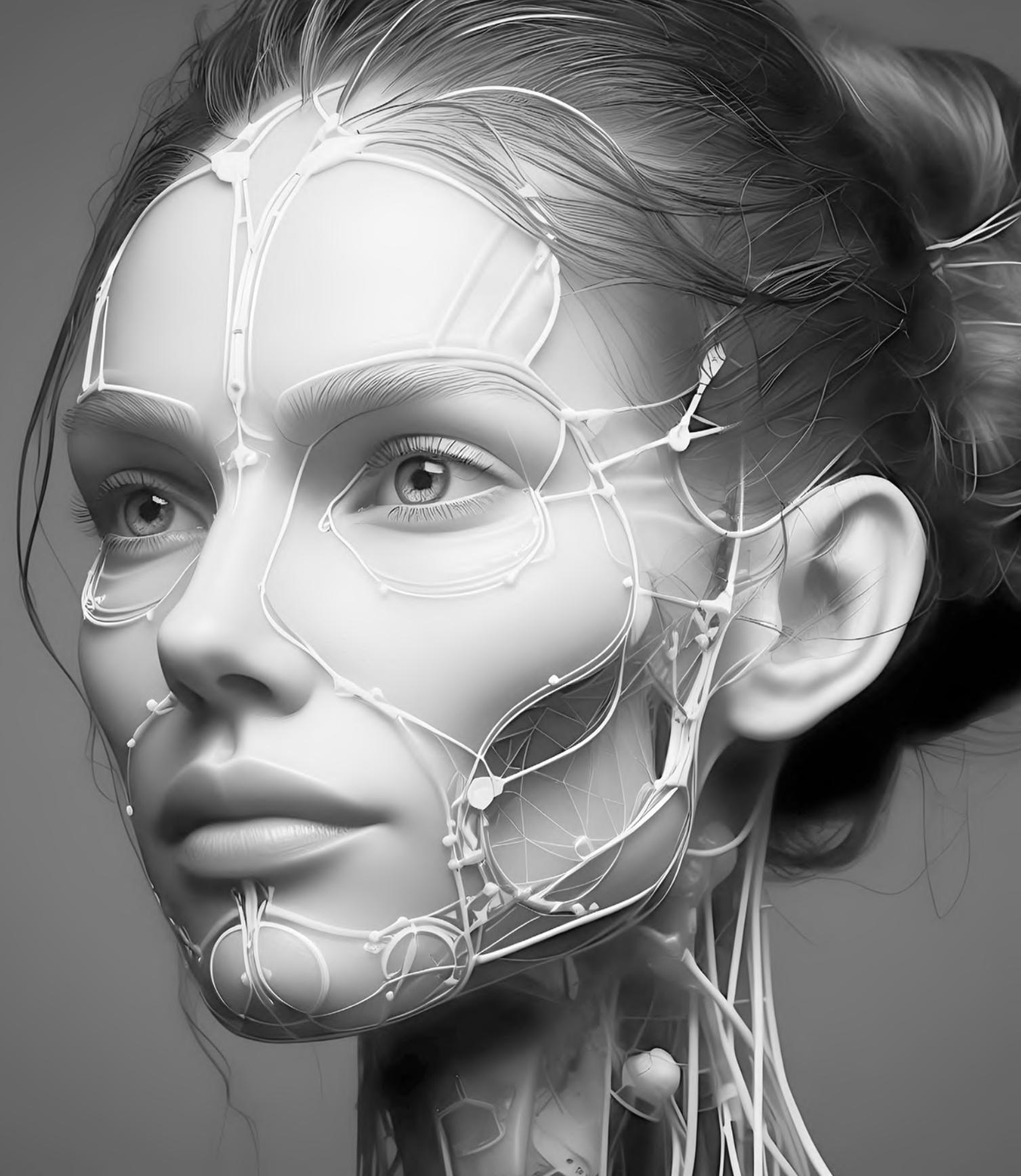
| Fast Fashion
Irene Sánchez Hurtado



| Avanzados
Garance Deblacquer



| Culto a la apariencia
Blanca Núñez Peñuelas



| Idealizados
Lucía Ibáñez López



| El Beso de Tinder
Patricia Encinar Gallego



| Divina desproporción
Manuela Giacopello



| El David de Gucci
Federica Visalli



| La Gioconda 5.0
Ambra Maku



| Aumentados realmente
Alba Gomariz Figueroba



| Virtualizados
Elena Cerdán Rubio



| Cableados
Paula Plasencia Sánchez



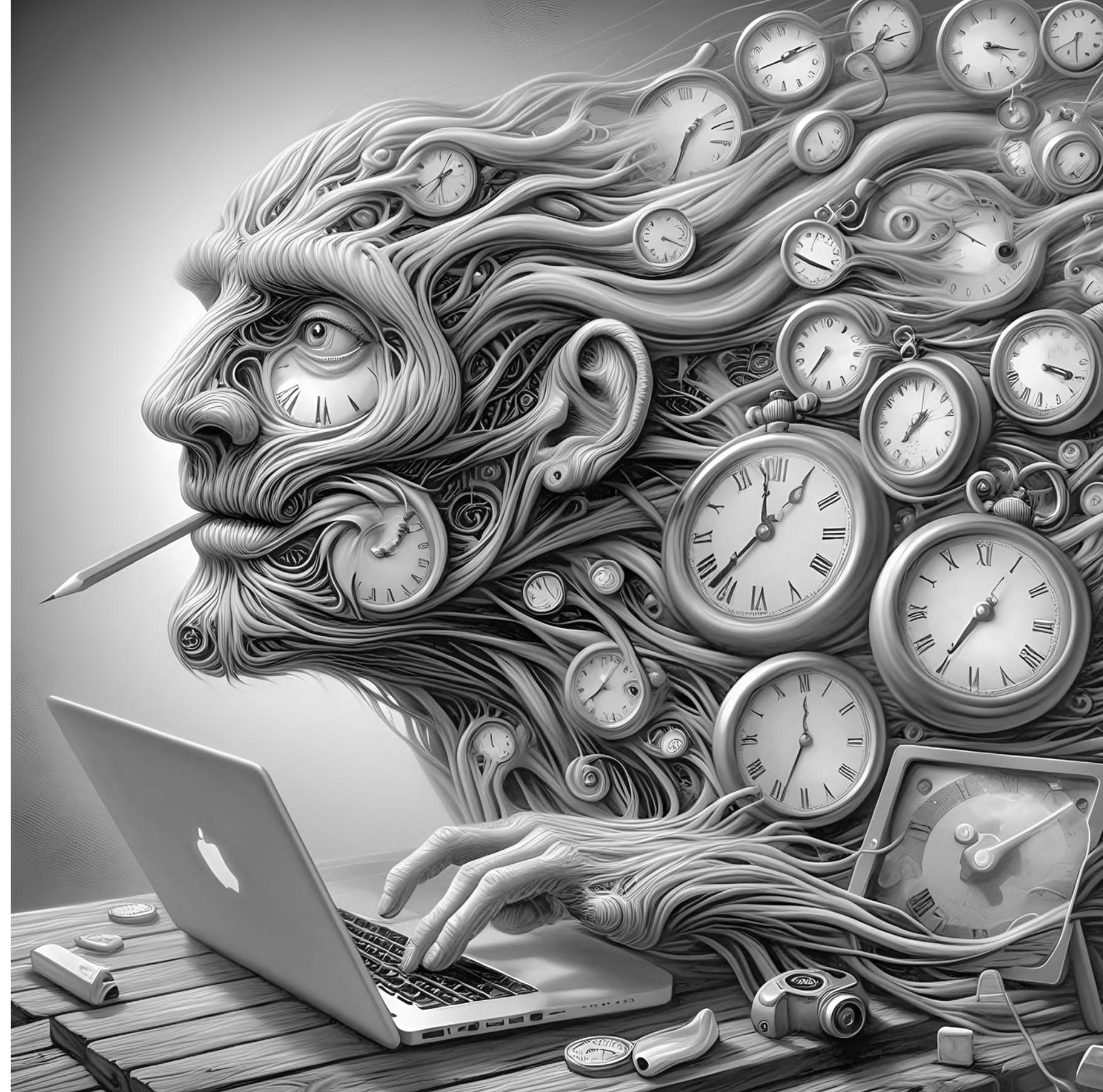
| Agobiados
Emanuele de Luca



| Sobrecargados
Juan Lillo Villaplana



| Acelerados
Patricia Martínez Tomás



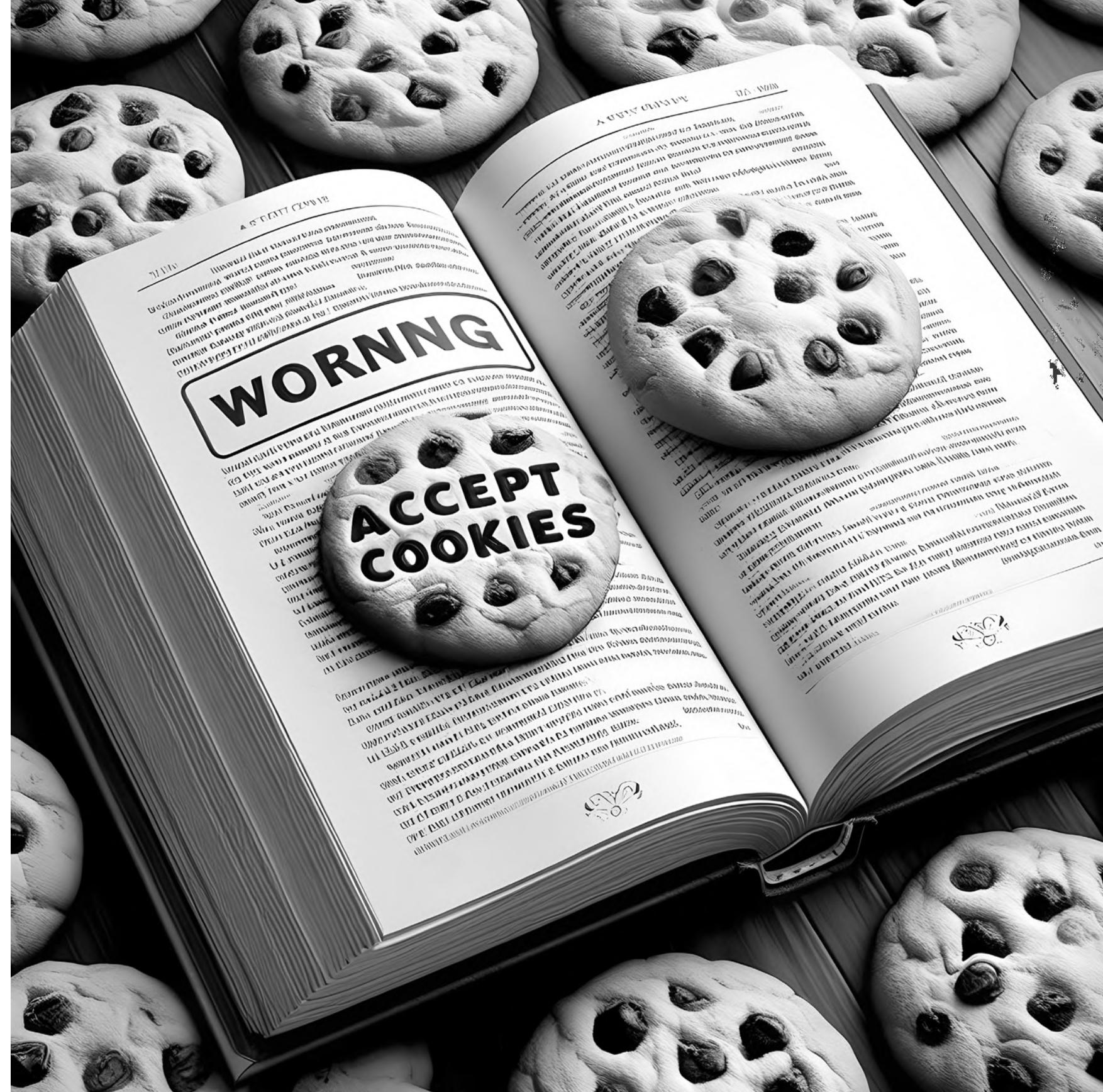
| El peso de las Redes
Guillermo Ortiz Martínez



| Engalletados
Ewa Bojang Badji



| Se aceptan Cookies
María del Carmen Calderón Lorente



| Hipermediados
Omar Asfaray Solano



| Emperrados
Salomé Sánchez Dujardin



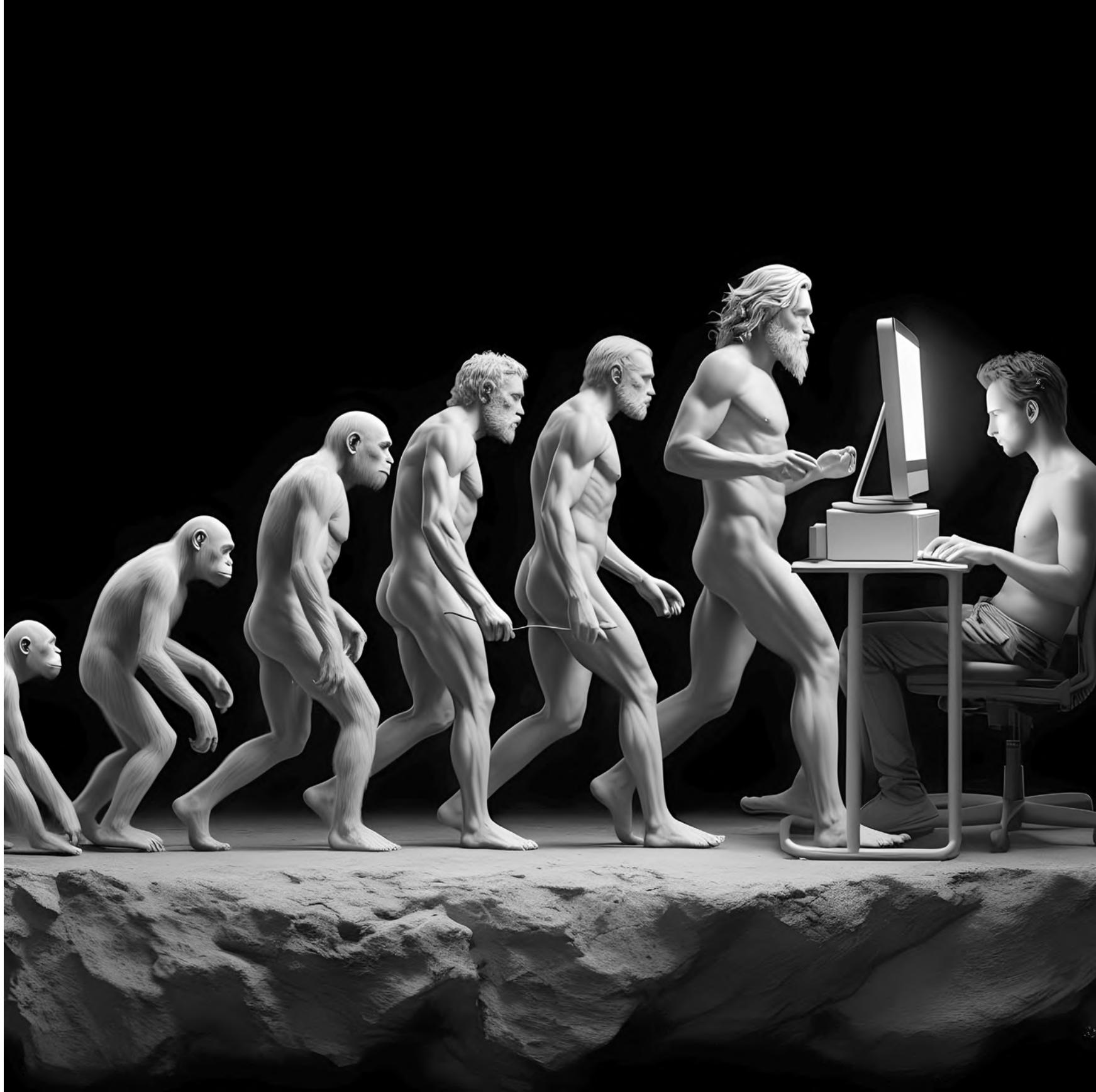
| Salida de emergencia
Beatriz Lirón Martínez



| El internauta
Laura Cristina de Arco González



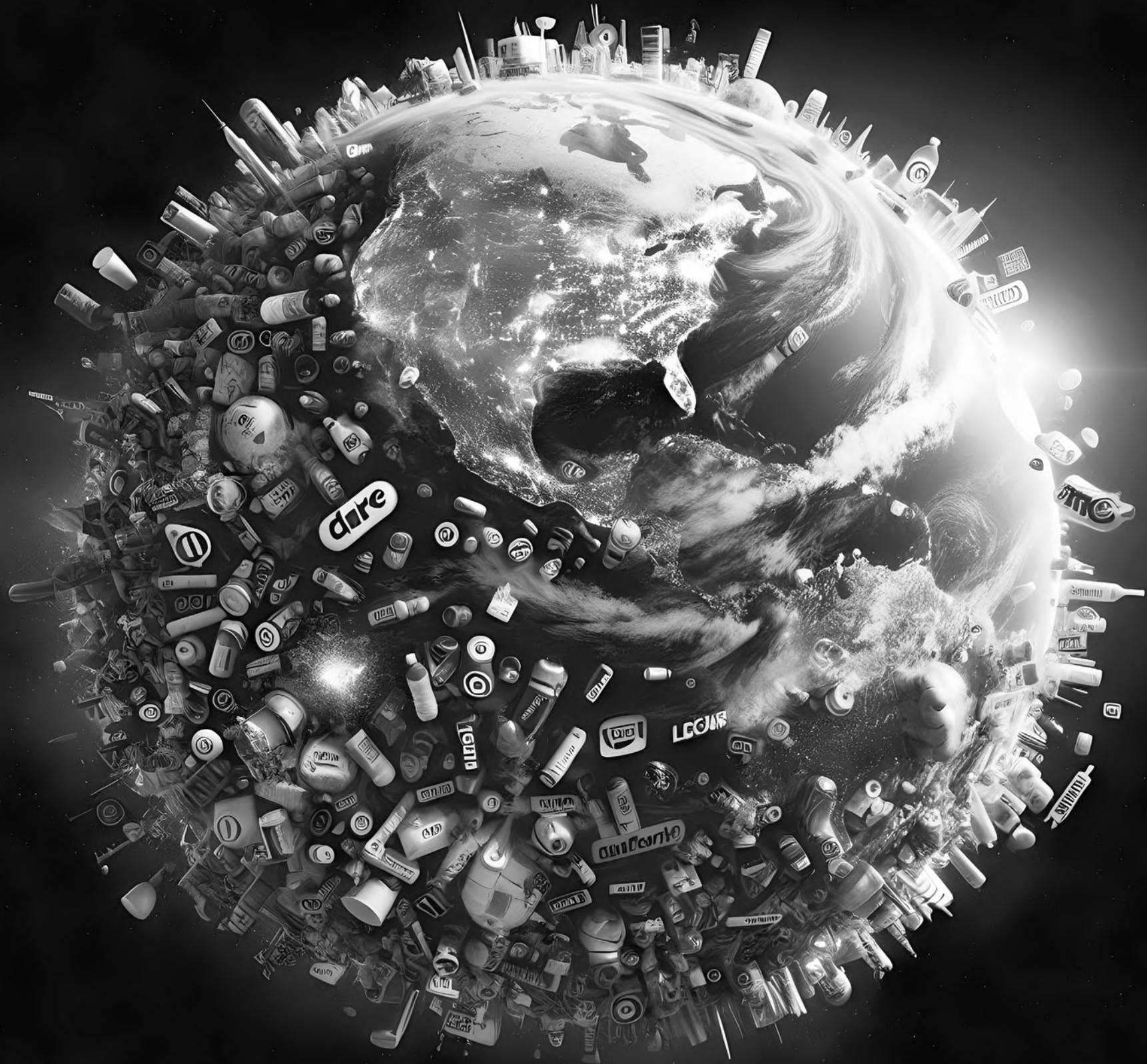
| Evoluci-ON
Natividad Ruiz González



| Geolocalizados
Stiven Mauricio Quinaucho Catota



| Globalizados
Marta Torrecillas López



| Esperanzados
Natalia Fernández Espín



Consumidos. Publicidad y Cultura de Masas

Parte de estas obras fueron seleccionadas para la muestra colectiva que fue exhibida en la sala de exposiciones del Centro Social Universitario del 27 de mayo al 12 de junio de 2024 con motivo del IX Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Del 22 de octubre al 13 de diciembre de 2024 también fue expuesta en la sala Isidoro Valcárcel Medina de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia



UNIVERSIDAD
DE MURCIA

Facultad de
Comunicación y Documentación



UNIVERSIDAD
DE MURCIA

Facultad de
Comunicación y Documentación

Sala Isidoro Valcárcel Medina