



Autores	Título
Esteban Canle Fernández Beatriz Legerén Lago Enrique Costa Montengro	Construcción de personajes neurodivergentes en videojuegos
Francisco Bernete García Belén Casas-Mas Cristina López-Navas	Dimensiones del sistema social concernidas por las innovaciones comunicativas
Laura Picazo Sánchez	Una propuesta de Alfabetización Mediática real. Resultados de la implantación de un programa de Educación Mediática adolescente de intervención directa con el menor.
Juan Carlos Maldonado Vivanco Carlos Ortiz León Ana María Beltrán Flandoli Andrea Victoria Velasquez Benavides	El rol de los laboratorios en el aprendizaje de la comunicación: MediaLab UTPL
Alexandra M ^a Sandulescu Budea	Gestión de departamentos de comunicación en empresas de artes escénicas
José P. Olivares-Santamarina	La comunicación comercial de marcas en social media y el transmedia storytelling: del impacto recurrente a la relación de engagement
Luis Mañas Viniestra Ismael López Cepeda	Las interacciones en redes sociales de las revistas científicas de Comunicación
Lisset Aracely Oliveros Rodríguez Flavio Valencia Castillo Emilia Castillo Ochoa Mariel Montes Castillo	Competencias Profesionales y evaluación de desempeño en Ciencias de la Comunicación
Fidel Eduardo Sánchez Rincón Jaqueline Estévez Lizarazo	Uso del video como apropiación social del conocimiento en salud
Eliza Vayas Ruiz Álvaro Jiménez Sánchez Carlos Núñez Miranda Marcelo Morales José María Lavín	E-salud UTA. Diseño de una aplicación móvil para la educación preventiva de enfermedades crónica no transmisibles
María Jesús Ruiz Muñoz	La enseñanza del guion audiovisual en el espacio europeo de educación superior. metodologías docentes aplicadas en la universidad de Málaga



Francisco Julián Martínez Cano Begoña Ivars Nicolás	La interactividad como estrategia narrativa audiovisual: estudio de caso de Black Mirror: Bandersnatch
Sandra Martorell Miguel Ángel Valero	Método #Hashtag": minería de datos más allá de Twitter
María Purificación Subires Mancera	La denuncia de la contaminación marina a través del género documental: A plastic ocean (2016), del periodista Craig Leeson
Estefanía Cestino González Mireya R. Carballeda Camacho	Las Redes Sociales en los programas culturales: estudio de caso @metropolis_tve y @camaraabierta
Beatriz Gutiérrez-Caneda Sara Pérez-Seijo	Contenido y usabilidad en los productos inmersivos: estudio comparativo de las secciones 360º/RV de la BBC y ZDF
Santiago Tejedor Santiago Giraldo-Luque	Adultos y jóvenes ante las fake news: ¿quién comparte más mentiras?
Yolanda Cruz Linda Gosse	Cortos y Español. Competencia audiovisual para la enseñanza de ELE
César Augusto Palencia Triana	Nuevos Desafíos de la Investigación en Comunicación en Entornos Digitales
Yolanda Cruz López Carmen Parra	Roles y estereotipos. Mujer, de la pasividad a la acción
Guerrero Navarro Daniel	Los vehículos en el universo transmedia de Matrix: análisis práctico del brand placement.
Silvia Olmedo Salar Paloma López Villafranca	Fuentes, ciudadanía y periodistas: aportes multifocales para el abordaje de problemáticas sociales que cuestionan los modelos de ciudad turística
José Luis Torres Martín	El auge de las series de ficción españolas y las nuevas narrativas transmedia. La producción original de Movistar +: el caso de "La zona".
Paloma López Villafranca Emilia Smolak Lozano Silvia Olmedo Salar	El consumo cultural digital de los programas de radio a través Youtube en los países PIGS de la eurozona
Lluís Anyó Sayol	Emociones fílmicas y videolúdicas: la adaptación de Max Payne
Lourdes Esqueda Verano Isadora García Avis	GICA: Un proyecto piloto de innovación docente aplicado a la investigación en Comunicación Audiovisual



José Luis Martín Sáez Yolanda Ortiz de Guinea Ayala	La batalla de la (des) información en las redes sociales. De los (ro) bots al control de los (ro) bots
Paloma del H. Sánchez-Cobarro	Análisis de las tendencias audiovisuales del siglo XXI
Natalia Sofía Revello Mouriz	Gamificación como herramienta inmersiva: análisis del documental "Detrás del Paraíso"
Patricia Izquierdo Iranzo	Cómo investigan los estudiantes de los Grados de Comunicación. El peso del historicismo epistemológico de Kuhn
Juan Gorostidi Munguía Elpidio del Campo Cañizares	Por unas gotas de sangre: de Hawks a Pucini
Ana María Mendieta Bartolomé Udane Goikoetxea Bilbao	Las aplicaciones móviles en el periodismo local de la Comunidad Autónoma Vasca
Luis Miguel Pedrero Esteban Marta Saavedra Llamas Nicolás Grijalba de la Calle	La adaptación del Grado en Comunicación Audiovisual al ecosistema digital: descripción de los nuevos perfiles, competencias y habilidades profesionales
Juan Francisco Hernández Pérez Sergio Albaladejo Ortega	Turismo inducido a través de experiencias videolúdicas: del viajante virtual al visitante-jugador
Leticia Barzilai Sordo María Laura Rocha Ignacio García	Formación en competencias para los nuevos profesionales aplicada en Proyecto de Ingeniería Audiovisual
Natalia Sofía Revello Mouriz	Elige tu propia aventura: historias interactivas de Netflix
Patricia Izquierdo Iranzo César Bernal Bravo Fernando Giner Riballo	Uso de las redes sociales en la tarea de estudio personal del alumnado de Comunicación. Radiografía del estudigramer
Blanca Miguélez Juan	Claves y propuestas de los expertos publicitarios para crear un portfolio profesional en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Leonor Solís Rojas	Consumo e impacto de los videos en redes sociales en la comunicación del cambio climático
Gabriela Inés Fabbro Santiago Ospital Carmen Rodríguez Wangüemert	Las series televisivas y nuevos modos de consumo: el modelo ergódico. Una aplicación comparativa.



Patricia Delponti	
Mauro Giuntini	Narrativas audiovisuales de un Brasil en trance
Mireya R. Carballeda Camacho	LOVES TV: estrategias interactivas de la TV tradicional frente a las nuevas formas de consumo audiovisual.
Cristina Fernández Rovira Santiago Giraldo Luque	La economía de la atención como eje del monopolio económico y social del siglo XXI. Un estudio empírico
Carmina Crusafon Ricardo Carniel Bugs	Adaptarse o “morir”: la televisión pública en España frente a los retos del Mercado Único Digital europeo
Ismael Cardozo Rivera	La Paz es mi cuento: Producto Audio-Visual para socializar el reconocimiento de la paz en la cotidianidad de niños con discapacidad visual y/o auditiva
Leonor Solís Rojas	Conflictos en la comunicación visual del cambio climático
Aida María de Vicente Domínguez	¿Cómo usar las narrativas interactivas en un telediario tradicional para informar?
Yolanda Elizabeth Lema Acosta	Los medios de comunicación de masas en redes sociales y su aporte a la Educomunicación. un estudio de caso en el contexto mediático de Ecuador
Isabel Ruiz-Mora María Jesús Ruiz Muñoz Alejandro Álvarez-Nobell	Activismo ciudadano, estrategias de comunicación y redes sociales. estudio de casos en la ciudad de Málaga
Basilio Cantalapiedra Mora	Los límites del humor y la extensión de su frontera mediante las redes sociales.
Sara Cortés Gómez Raquel Echeandía	Videojuegos y conectividad: función social de la multiplataforma
Diana Santos Fernández Óscar Díaz Chica Matías López Iglesias	El humor en la docencia universitaria: recomendaciones del alumno al profesor
Pilar San Pablo Moreno Sorany Marín Trejos	Transmedia, memoria y alfabetización mediática, la experiencia de “la piragua”.



Ana Belén Jara	Los tópicos de conversación con mayor impacto en la comunidad de seguidores de Harry Potter en Twitter
Andrea Castro Martínez Cristina de los Ángeles Pérez Ordóñez	Formato horizontal o vertical, una decisión marcada por la edad y por la influencia de Instagram. El caso de la generación Z en España
Cristina de los Ángeles Pérez Ordóñez Andrea Castro Martínez	Análisis de la narrativa de los festivales de música moderna en España, a través de sus carteles
Henar León Barroso	Los Archivos Históricos en la era digital: nuevas formas para la difusión de documentos centenarios.
Julia Sabina Gutiérrez Sánchez Julián de la Fuente Prieto Rut Martínez-Borda Iris Barraión Lara Alba García Vega	Comunidades de fans y Redes Sociales: el caso de "Skam" en España
Teresa Martinho Almagro Emilia Smolak Lozano	Comunicación en Redes Sociales y participación ciudadana en la Tercera Edad. Estudio de las plataformas de jubilados en defensa de las pensiones públicas
Roberto Rodríguez Andrés	¿El fin del rol de la televisión como medio prioritario de información en campañas electorales?
Dora Yéssica Caudillo Ruiz	La Cultura de la Información como eje central para el acceso al conocimiento: acceso, evaluación y uso de la información en estudiantes de nivel superior
Gloria Jiménez Marín Rodrigo Elías Zambrano	Eficacia del marketing de influencers: La comunicación de las empresas de retail a través de Instagram.
Lucía Margarita González Barrón	Socialización y ciberacoso entre jóvenes frente a los móviles desde una perspectiva interdisciplinar.
Dolores Aragón Robles Linares	La evolución y perspectiva sobre la práctica científico-académica del periodismo. Un estudio partir de la Revista Communication and Society (España).



Camilo Giordano Paula Porta Emiliano Rimoldi	Contenidos Audiovisuales Digitales en la Escuela Pública
Estefanía Cestino González	Maqam; cultura y arte musical, tradicional y actual
Livier Olivia Escamilla Galindo	Impacto de las redes sociales en la percepción de la ciudad.
Eva Magaña Rodríguez	Influencers: valores y contravalores que proyectan los youtubers como líderes de opinión en la audiencia adolescente
Leire Gómez Rubio Nereida López Vidales María Isabel Blanco Huerta	Audiencia y nuevos formatos informativos en las redes sociales: el caso de 'Enviado Especial'
Narce Dalia Ruiz Guzmán	Plataformas digitales orientadas al ecosistema de producción audiovisual
Beatriz Gutiérrez Caneda	El periodismo inmersivo en Europa: una propuesta de análisis
Basilio Cantalapiedra Mora	Lo espacio-temporal ausente como motor del audiovisual generado para dispositivos móviles.
Sandra Martorell	Nuevas visualidades a través de la hibridación. El cinemagraph como formato para ser visto en pantalla
Alba García Vega Iris Barrajón Lara Rut Martínez-Borda Julián de la Fuente Prieto Julia Sabina Gutiérrez Sánchez	Realidad aumentada: diseño de narrativas inmersivas
Sandra Arias Montesinos Irene Ramos Soler Concepción Campillo Alhama	Social Media: definición de perfiles de audiencia para las principales plataformas de redes sociales en España.
Isabel María Valverde Sánchez	Aproximación al vídeo mapping, sus posibilidades como expresión creativa y aplicación en el contexto educativo
Elena Cortés-Melero Fernando Suárez-Carballo Juan-Ramón Martín-Sanromán	La enseñanza del diseño gráfico en los grados en Publicidad de la universidad española: análisis del perfil docente
María Ortiz Tello	Métodos computacionales aplicados a las Humanidades: Picasso y sus exposiciones



Marta Gotor Ccuairan Dolores Lucia Sutil	Base neurocientífica de la comunicación eficaz entre marcas y consumidores
María Margarita Gutiérrez Gutiérrez	El marketing ecológico, el greenwashing y su influencia en el brand equity caso de estudio: Colombia -Suramérica
Marian Núñez Cansado José Carlos Cañadas Jiménez	Kids youtuber: ejes de poder de influencia
Víctor Lope Salvador	El reto de la inteligencia artificial ante la escritura y la narración audiovisual
Seila Castro Velázquez Elba Sánchez-Regidor	Fenómeno operación triunfo: los espectadores como creadores en la era transmedia
Antonio Rodríguez Ruibal Luis Alberto Casado Aranda Ana Belén Bastidas Manzano Santiago Hernandez Hernandez	Los nuevos comunicadores: los 'inforfluencers'
Julia Fontenla Pedreira José Rúas Araújo Erica Conde Vázquez	Redes sociales en la campaña del 28A: Uso de Facebook y Twitter de las televisiones nacionales durante los comicios generales de 2019
Mario Rajas María Bastida César Cáceres	El aula audiovisual: formatos emergentes de video educativo en YouTube
Inês Amaral Sílvio Santos	Redes sociales y comunicación institucional: el caso de las universidades portuguesas
Pablo Garmen Celestino Rodríguez Patricia García Redondo Trinidad García	¿Pueden los videojuegos mejorar la atención?
Víctor Lope Salvador	La repetición en la narración seriada bajo el influjo del agujero negro
Fabio Sadao Nakagawa Regiane Miranda de Oliveira Nakagawa Óscar Estupiñán Jorge Juárez	La interacción entre cine y ciudad Nuevo paradigma de producción cinematográfica



Diana Santos Fernández Mónica Matellanes Lazo Óscar Díaz Chica	La creatividad de la Generación Z según su actividad en las redes sociales
Raquel Avila Muñoz Jorge Clemente Mediavilla María José Pérez-Luque Maricalva	Hacia una taxonomía de funciones de la animación en la interfaz de usuario.
José María Benito García Eduardo Rodríguez Zaballos	Claves para una distribución internacional rentable del cine español
Nathalie Alejandra Rodríguez Egas	Códigos deontológicos para manejo de redes sociales y plataformas web
Diana Elizabeth Moreno Carrillo Gustavo Adolfo León Duarte Carlos René Contreras Cázarez	El intercambio de contenido sexual entre jóvenes mediante dispositivos móviles.
Ignacio José Martín Moraleda	La transformación digital en los procesos y los i-contenidos
Adriana Anacona Muñoz	Relato audiovisual del empoderamiento pacifista de mujeres indígenas en contexto de ciudad
Francisco Bernete García Cristina López-Navas Belén Casas-Mas	Redes sociales y transformaciones en la comunicación pública
Luis Alberto Casado Aranda Antonio Rodríguez Ruibal Ana Belén Bastidas Manzano Santiago Hernández Hernández	Neurociencia del Consumidor y Turismo: Una Revisión de las Aplicaciones de la Neurociencia a las Estrategias de Comunicación en Turismo
Marcos Vinicius Meigre e Silva	La telenovela brasileña y los espacios de circulación de sentidos cerca la espiritualidad: el caso de Espejo de la Vida
Alejandra Castaño Echeverri Luis Eduardo Gómez Vallejo Andrés Correa González	Haz lo que Amas: Precariedad en la Industria Audiovisual de Medellín
María Elena Del Valle Juan Rodríguez Terceño David Caldevilla	La desinformación en España: aspectos antropológicos, económicos y sociológicos que la motivan, historia, expansión y situación actual y propuestas de soluciones
José Alberto Abril Valdez	Cinefilia 2.0: Procesos y prácticas de jóvenes en torno a la afición por el cine en la era de las pantallas.



Sara González-Fernández	La representación del hombre violento en la serie Gigantes. Estudio de caso de los hermanos Guerrero
José M. Lavín Alvaro Jiménez-Sánchez	Las redes sociales: ¿ágoras políticas en dos continentes?
Monica Cohendoz	Un gallo para esculapio : realismos autenticantes
Aurora Forteza Martínez Óscar Costa Román	La verdad sobre las Fake News: una mirada crítica y científica hacia las noticias falsas
María José Higuera Ruiz	La figura del showrunner de series de ficción contemporáneas en las redes sociales
Fernando Peinado Miguel Dolores Rodríguez Barba	Emprendimiento femenino en la profesión periodística
Paula Bordonada Tosao	Perspectivas geográficas para el análisis fílmico: georreferenciación y análisis espacial en el estudio de la diégesis. Estudio de casos
Flavio Valencia Castillo	Uso del video y multiplataforma: Formación profesional del comunicólogo para la difusión del conocimiento científico
Jaime López Díez Enrique Morales Corral	La construcción del héroe y el villano en el storytelling de la campaña presidencial de Donald Trump en 2016
Almudena Jiménez Pérez Francisco Javier Ruíz del Olmo	El videojuego como nueva herramienta de comunicación entre adultos de 30 a 50 años en España
Ana Lanuza Avello Francisco Cabezuelo Lorenzo	El relato audiovisual de la maternidad en la obra de John Ford
Gustavo Adolfo Leon Duarte Erika Carolina Meneses Jurado Fernanda Esqueda Villegas Liseth Oliveros Rodríguez	Investigación y difusión científica en España y México. Estrategias, prácticas y posiciones académicas desde la Comunicación Audiovisual.
Emilia Castillo Ochoa	La interdisciplina para la generación de conocimiento y diseño de propuestas de transformación, comunicación y difusión en el perfil de formación en Educación Superior
Rafael Conde Melguizo	Visualización de datos: evaluación de las posibilidades de error en la percepción de la



	información en función del tipo de gráfico, color y posición.
Juan Miguel Sánchez Vigil María Olivera Zaldua	La docencia en documentación especializada en los estudios de Grado en Comunicación, Ciencias de la Información y Documentación
Martín Muelas Herraiz Julia Grifo Peñuelas	Un Proyecto Didáctico Interdisciplinar para Educación Infantil: Lee, (re)crea, siente el arte
Felip Vidal Auladell David Serra Navarro	Cuantificación del yo y simulacros de empoderamiento
Gustavo Adolfo Leon Duarte	Innovación e investigación aplicada a la producción audiovisual. Perspectiva metodológica interdisciplinar en la producción audiovisual
M ^a Isabel Rodríguez Fidalgo Adriana Paíno Ambrosio	Periodismo en 360º: El proceso de grabación, edición y posproducción en las noticias inmersivas.
Francisco Javier Gómez Pérez Antonio Castro Higuera José Patricio Pérez Rufí	Producción cinematográfica en Andalucía: ecosistema audiovisual autonómico.
Indhira Garcés Botacio M. Rosario Fernández Falero Soledad Ruano López	Internacionalización de los estudios de la Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación de la UEX
Xoán Montero Domínguez	El doblaje en el Estado Español: una herramienta política al servicio del poder
José Patricio Pérez Rufí Miguel de Aguilera Moyano Antonio Castro Higuera	Evolución de los modelos de negocio de YouTube: de plataforma colaborativa a comercial.
Luis Calandre Burgueros Liu Haibo	Adaptando el modelo de producción cinematográfica norteamericano al contexto y la realidad China: el caso de Shanghai Vancouver Film School
Leticia Crespillo Marí	Creando conocimiento en torno al Light Art Contemporáneo: Realidad Virtual y modelado 3D como alternativa para la catalogación y puesta en valor de la Instalación y el Environment de luz
Ermanno Aparo Fernando Moreira da Silva	Almada_Trumpet: a research project between Design and Music



Liliana Soares	
Alfonso López Yepes	Preservación digital de archivos audiovisuales: hacia una red iberoamericana para el análisis, visibilidad y difusión informativa
Samantha Mayordomo Morón Francisco Utray Delgado Belén Ruiz Mezcuca	Análisis de la calidad del subtítulo en directo con la técnica del rehablado en los programas de debate y sociedad en la TDT en España
Tony González Pacanowski Sergio Capa	Análisis de la eficacia de la publicidad de marca viral online con vídeo. Estudio comparativo
Carlos Canal Sánchez	La eficiencia de un webinar según el tipo de vídeo
Carmelo Garitaqonandia Garnacho Estefania Jimenez Iñaki Karrera Nekane Larrañaga Maialen Garmendia	Ecosistema digital, Infancia, Juventud y los riesgos online
sabel Adriana Vázquez Sacristán Paloma Fernández Fernández	La realidad virtual como argumento de venta en publicidad: el sector del automóvil-los concesionarios
Javier Trabadela Robles	Posibilidades creativas de apps fotográficas. Estudio de casos.
Marina Rodríguez Hernández Miguel Baños González Paloma Fernández Fernández	Lujo y exclusividad en las plataformas de video streaming bajo demanda. El caso de la Alta Costura de Chanel en Netflix
Adolfo Baltar Moreno	La imagen testigo en la investigación social
Cristina González Oñate Lorena López Font Carlos Fanjul Peyró	El consumo de proximidad mediante Apps: Estrategias de fidelización y vinculación para construir relaciones y fomentar el consumo local
Sergio Sánchez Sánchez	iCiencia. Transmedia en la comunicación de la ciencia.
German Velásquez Garcia	Impacto de la comunicación móvil en la formación de comunicadores y realizadores audiovisuales
Christiane Delmondes Versuti Maximiliano Martin Vicente	Media Literacy como nuevo contenido y propuesta formativa en los grados de Ciencias de la Comunicación



José Borja Arjona Martín	Televisión por internet: evolución de un mercado masivo a través de redes ip
Laia Vidal Morata Jaume Radigales Babí	Narrativas transmedia para el arte contemporáneo: interactivos y automatización
José Gomes Pinto Luís Cláudio Ribeiro	Solemnidad: imagen y muerte
Luís Cláudio Ribeiro José Gomes Pinto	Experiencia aural, territorio y comunidad
Carlos Ortiz León Juan Carlos Maldonado Vivanco Milenny Gabriela Suquilanda Ramírez	Videos 360: una innovadora forma de llegar a los nuevos públicos
Matías López Iglesias	Redes nuevas para videojuegos viejos. Estudio de las plataforma Computer Emuzone para dinamizar el retrogame.
Manuel Viñas Limonchi Alejandro Bonilla González	Videojuegos y redes sociales intermediados por la creatividad publicitaria
Belén Rodríguez Cánovas	Una visita a los medios sociales de los museos de Madrid
Paloma Sanz-Marcos Concha Pérez-Curiel	Lujo y moda. La imagen de marca a los pies del influencer musical
John Fredy Vergara Vélez José Santiago Correa Cortés	Prácticas comunicacionales juveniles-Usos, consumos y producción de Memes de internet de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.
Miguel Ángel Díaz Monsalvo José Luis Carreño Villada Nereida López Vidales	Valoración de las competencias más demandadas por los profesionales radiofónicos de Castilla y León en relación con el nivel de desarrollo en las radios universitarias castellano y leonesas según la percepción de estudiantes y coordinadores
Sergio Arce García Tatiana Cuervo Carabel Natalia Orviz Martínez	#ElDilemaSalvados, análisis de las reacciones en Twitter al programa de Jordi Évole sobre Cataluña
Eider Urcola Eceiza	La figura del padre en las películas de Andrei Zvyagintsev: "El Regreso", "Elena" y "Leviathan"
Eva Santana-López Joan-Francesc Fondevila-Gascón Manuel-Jesús Arteaga-Rico	Claves de las estrategias de branded content y marketing experiencial combinadas con la participación de influencers



Francisco Cabezuelo Lorenzo Joaquín Sotelo González	La representación del profesional de la comunicación política en el relato audiovisual contemporáneo
Soledad Ruano López M. Rosario Fernández Falero Javier Trabadela Robles	Análisis de la audiencia social de series de televisión: producción propia emitidas en prime time
Daniel Muñoz Sastre Isabel Rodrigo Matín Luis Rodrigo Martín	5G y redes sociales: la nueva era de las comunicaciones interpersonales
Paula Gil Ruiz	Punto y línea sobre el plano pero audiovisual
Maria Clara Salive Puyana	Enfoques sobre la mirada
José Javier Sánchez Aranda María Fernanda Novoa-Jaso	La respuesta emocional de los fans de Juego de Tronos. Discurso y análisis de recepción en España
Ana Margarida Barreto	Measuring Brand Equity with Social Media
Carlos Pedro Dias Bruno Carriço Reis Paula Lopes Vitor Tomé	Televisión en directo, información diferida; la manipulación de las audiencias
Javier Sanz Aznar Andreas Wulff-Jensen Carlos Aguilar Paredes Luis Emilio Bruni Lydia Sánchez Gómez	Búsqueda de articulaciones en el discurso fílmico desde la neurocinemática. Contribución a la discusión sobre si el cine es un lenguaje
Araceli Castelló Martínez Cristina del Pino Romero	La desconexión digital como concepto creativo en comunicación persuasiva
Luis Mañas-Viniegra Fernando Zamith Ismael López-Cepeda	Las Interacciones de los media labs españoles con sus públicos
Eréndida Cristina Mancilla González Manuel Guerrero Salinas Rocío Montserrat Hernández González Sagrario Martín Rodríguez Marcos García-Ergüín Maza	El ixtle y su transformación como un tecnotextil lumínico a partir de la incorporación de elementos eléctricos Disrupciones en las narraciones generacionales. Adaptaciones argumentales en las franquicias cinematográficas para su perpetuación
Carlos René Contreras Cázarez	Factores y conductas de riesgo asociados a los derechos fundamentales de los menores



	de edad en el proceso de socialización por redes sociales
Mayte Donstrup	Propaganda e ideología en redes sociales. Análisis de contenido de la campaña electoral andaluza en Twitter.
Patricia Gascón Vera Carmen Marta-Lazo	El formato televisivo de humor Oregón TV, análisis desde la visión de sus protagonistas y de la observación participante
Eréndida Cristina Mancilla González Manuel Guerrero Salinas	Registro del seguimiento ocular en la usabilidad de sitios web.
María Teresa Pellicer Jordá	Ética en los medios de comunicación españoles. Regulación y autorregulación
Eva Figueras Ferrer Pilar Rosado Rodrigo	POÉTICAS EXPANDIDAS. La influencia de las nuevas tecnologías digitales en la experiencia urbana del siglo XXI
Concha Pérez-Curiel Paloma Sanz-Marcos,	Nuevas estrategias de la comunicación y el marketing digital. Estudio del rol de influencer en el mercado de la Cosmética
Luis Matosas López Juan Romero-Luis	Correlaciones entre redes sociales y recursos educativos digitales en estudiantes universitarios de marketing en el EEES
Paula Martín José David Urchaga Litago	Periodismo y emoción
Cristina Algaba Mayte Donstrup	Ciencia ficción y reciclaje audiovisual: el rescate discursivo del Armagedón en el siglo XXI como pretexto para la crítica geopolítica. Análisis ideológico de la ficción televisiva 'Salvation'
Joan Francesc Fondevila Gascón Marc Polo López Giorgia Miotto Sheila Liberal Jordi Botey López	Tecnología audiovisual para la educación: potencial pedagógico del HbbTV en la Universidad
Angel Rodríguez Bravo Norminanda Montoya Vilar Elaine Lopes Da Silva Josep Maria Blanco Pont David Badajoz	La transmisión audiovisual de valores corporativos de CAIXABANK, BANCO DE SABADELL, BBVA Y BANCO DE SANTANDER: Medición y Evaluación.



Marta Pérez-Escolar Pablo Navazo-Ostua	Press play to act. Análisis de narrativas gamificadas como estrategias emergentes de participación ciudadana
Jhoeeen Sneyder Rojas-Díaz	Redes sociales y la mediatización de la sexualidad
José Luis Lozano Jiménez	La teoría orwelliana del Big Brother en 1984 como referente en la Cuarta Revolución Industrial.



<Colaboradores_VII_Congreso/>

Colaboran:

