



Listado de Comunicaciones aprobadas por el Comité Científico del Congreso que se publicarán dentro del Libro que editaremos con McGraw Hill



Autores	Título
Luis Mañas-Viniegra	NEWS LABS Y MEDIA LABS: INTERACCIONES E INTERÉS DE SUS CONTENIDOS EN EUROPA Y EE.UU.
Fernando Zamith	
Ismael López-Cepeda	
Luis Matosas-López	CORRELACIONES ENTRE REDES SOCIALES Y RECURSOS EDUCATIVOS DIGITALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE MARKETING EN EL EEES
Juan Romero-Luis	
Mónica Cohendoz	UN GALLO PARA ESCULAPIO: realismos autenticantes
Marian Nuñez Cansado	KIDS YOUTUBERS: EJES DE PODER DE INFLUENCIA. UN ANÁLISIS DESDE EL NEUROMARKETING
José Carlos Cañadas Jiménez	
Cristina González Oñate	EL CONSUMO DE PROXIMIDAD MEDIANTE APPS: ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN Y VINCULACIÓN PARA CONSTRUIR RELACIONES Y FOMENTAR EL CONSUMO LOCAL
Lorena López Font	
Carlos Fanjul Peyró	
José Patricio Pérez Rufí	EVOLUCIÓN DE LOS MODELOS DE NEGOCIO DE YOUTUBE: DE PLATAFORMA COLABORATIVA A COMERCIAL
Miguel de Aguilera Moyano	
Antonio Castro Higuera	
Aurora Forteza Martínez	LA VERDAD SOBRE LAS FAKE NEWS: UNA MIRADA CRÍTICA Y CIENTÍFICA HACIA LAS NOTICIAS FALSAS
Óscar Costa Román	
Patricia Gascón Vera	ANÁLISIS DEL FORMATO OREGÓN TV, OBSERVACIÓN PARTICIPANTE EN UN PROGRAMA PERIODÍSTICO DE HUMOR AUTONÓMICO
Carmen Marta-Lazo	
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 ENVIROMENT DE LUZ
	Eider Urcola Eceiza



Joan-Francesc Fondevila-Gascón	
Marc Polo López	
Giorgia Miotto	
Sheila Liberal	TECNOLOGÍA AUDIOVISUAL PARA LA EDUCACIÓN: POTENCIAL PEDAGÓGICO DEL HBBTV EN LA UNIVERSIDAD
Jordi Botey-López	
Eva Santana-López	CLAVES DE LAS ESTRATEGIAS DE BRANDED CONTENT Y MARKETING EXPERIENCIAL COMBINADAS CON LA PARTICIPACIÓN DE INFLUENCERS
Joan-Francesc Fondevila-Gascón	
Manuel-Jesús Arteaga-Rico	
Almudena Jiménez Pérez	EL VIDEOJUEGO COMO NUEVA HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN ENTRE ADULTOS DE 30 A 50 AÑOS EN ESPAÑA
Francisco Javier Ruíz del Olmo	
Luis Alberto Casado Aranda	NEUROCIENCIA DEL CONSUMIDOR Y TURISMO: UNA REVISIÓN DE LAS APLICACIONES DE LA NEUROCIENCIA A LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN TURISMO
Antonio Rodríguez Ruibal	
Ana Belén Bastidas Manzano	
Santiago Hernández Hernández	ACCIONES DEL MARKETING SENSORIAL EN EL PUNTO DE VENTA
Mónica Matellanes Lazo	
Laia Vidal Morata	NARRATIVAS TRANSMEDIA PARA EL ARTE CONTEMPORÁNEO: INTERACTIVOS Y AUTOMATIZACIÓN
Jaume Radigales Babí	
Gustavo Adolfo León-Duarte	INNOVACIÓN Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA A LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL. UNA PROPUESTA INTERDISCIPLINAR INSTRUMENTAL
Miguel Ángel Díaz Monsalvo	VALORACIÓN DE LAS COMPETENCIAS MÁS DEMANDADAS POR LOS PROFESIONALES RADIOFÓNICOS DE CASTILLA Y LEÓN EN RELACIÓN CON SU DESARROLLO EN LAS EMISORAS UNIVERSITARIAS DE ESTA COMUNIDAD AUTÓNOMA
José Luis Carreño Villada	
Nereida López Vidales	
Raquel Avila Muñoz	HACIA UNA TAXONOMÍA DE FUNCIONES DE LA ANIMACIÓN EN LA INTERFAZ DE USUARIO
Jorge Clemente Mediavilla	
María José Pérez-Luque Maricalva	
Eva Figueras Ferrer	POÉTICAS EXPANDIDAS. LA INFLUENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DIGITALES EN LA EXPERIENCIA URBANA DEL SIGLO XXI
Pilar Rosado Rodrigo	
Manuel Viñas Limonchi	VIDEOJUEGOS Y REDES SOCIALES INTERMEDIADOS POR LA CREATIVIDAD PUBLICITARIA
Alejandro Bonilla González	
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
Luis Calandre	ADAPTANDO EL MODELO DE EDUCACIÓN EN PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA NORTEAMERICANO AL CONTEXTO Y LA REALIDAD CHINA: EL CASO DE SHANGHAI VANCOUVER FILM SCHOOL
Liu Haibo	



María José Higuera Ruiz	LA FIGURA DEL SHOWRUNNER DE SERIES DE FICCIÓN CONTEMPORÁNEAS EN LAS REDES SOCIALES
Nathalie Alejandra Rodríguez Egas	CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS PARA LA ERA DIGITAL
Joaquín Sotelo González	LA REPRESENTACIÓN DEL PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL RELATO AUDIOVISUAL CONTEMPORÁNEO
Francisco Cabezuelo Lorenzo	
José Borja Arjona Martín	TELEVISIÓN POR INTERNET: EVOLUCIÓN DE UN MERCADO MASIVO A TRAVÉS DE REDES IP
María José Rodríguez Fidalgo	PERIODISMO EN 360º: EL PROCESO DE GRABACIÓN, EDICIÓN Y POSPRODUCCIÓN EN LAS NOTICIAS INMERSIVAS
Adriana Paíno Ambrosio	
Sandra Martorell	NUEVAS VISUALIDADES A TRAVÉS DE LA HIBRIDACIÓN. EL CINEMAGRAPH COMO FORMATO PARA SER VISTO EN PANTALLA
Concha Pérez-Curiel	NUEVAS ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN Y EL MARKETING DIGITAL. ESTUDIO DEL ROL DE INFLUENCER EN EL MERCADO DE LA COSMÉTICA
Paloma Sanz-Marcos	
Araceli Castelló Martínez	LA DESCONEXIÓN DIGITAL COMO CONCEPTO CREATIVO EN COMUNICACIÓN PERSUASIVA
Cristina del Pino Romero	
Francisco Javier Gómez Pérez	PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN ANDALUCÍA: ECOSISTEMA AUDIOVISUAL AUTONÓMICO
Antonio Castro Higuera	
José Patricio Pérez Ruffi	
Paula Bordonada Tosao	PERSPECTIVAS GEOGRÁFICAS PARA EL ANÁLISIS FÍLMICO: GEORREFERENCIACIÓN Y ANÁLISIS ESPACIAL EN EL ESTUDIO DE LA DIÉGESIS. ESTUDIO DE CASOS
María Teresa Pellicer Jordá	RADIOGRAFÍA DEL SEXISMO EN LA PUBLICIDAD ESPAÑOLA
Ana Lanuza Avello	EL RELATO AUDIOVISUAL DE LA MATERNIDAD EN LA OBRA DE JOHN FORD
Francisco Cabezuelo Lorenzo	
Fernando Suárez-Carballo	LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO GRÁFICO EN LOS GRADOS EN PUBLICIDAD DE LA UNIVERSIDAD ESPAÑOLA: ANÁLISIS DEL PERFIL DOCENTE
Elena Cortés-Melero	
Antonio Rodríguez Ruibal	LOS NUEVOS COMUNICADORES: LOS 'INFORLUENCERS'
Luis Alberto Casado Aranda	
Ana Belén Bastidas Manzano	
Santiago Hernández Hernández	
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"



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
Luís Cláudio Ribeiro	EMPATHY AND THE URBAN ENVIRONMENT
José Gomes Pinto	
Pilar San Pablo Moreno	TRANSMEDIA, MEMORIA Y ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA, LA EXPERIENCIA DE "LA PIRAGUA".
Sorany Marín Trejos	
Laura Cecilia Chaves Herrera	NUEVOS DESAFÍOS DE LA COMUNICACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES
César Augusto Palencia Triana	
Marina Rodríguez Hernández	LUJO Y EXCLUSIVIDAD EN LAS PLATAFORMAS DE VIDEO STREAMING BAJO DEMANDA. EL CASO DE LA ALTA COSTURA DE CHANEL EN NETFLIX
Miguel Baños González	
Paloma Fernández Fernández	EVOLUCIÓN DE LA RADIO A TRAVÉS DEL CINE ESPAÑOL: ANÁLISIS DE LAS PELÍCULAS HISTORIAS DE LA RADIO (1955), SOLOS EN LA MADRUGADA (1978) Y DIARIO DE UNA BECARIA (2003)
Cristina San José de la Rosa	
Alicia Gil Torres	NUEVOS PARADIGMAS DE LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRÁFICA INDEPENDIENTE EN LA ERA DIGITAL. EL CASO: "EL PAMPERO, CINE"
Oscar Estupiñán	
Jorge Juárez López	LA REALIDAD VIRTUAL COMO ARGUMENTO DE VENTA EN PUBLICIDAD: EL SECTOR DEL AUTOMÓVIL-LOS CONCESIONARIOS
Isabel Adriana Vázquez Sacristán	
Paloma Fernández Fernández	PLATAFORMAS DIGITALES ORIENTADAS AL ECOSISTEMA DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL
Narce Dalia Ruiz Guzmán	
Seila Castro Velázquez	FENÓMENO OPERACIÓN TRIUNFO: LOS ESPECTADORES COMO CREADORES EN LA ERA DE LA CONVERGENCIA
Elba Sánchez-Regidor	
Sara Cortés Gómez	BÚSQUEDA DE ARTICULACIONES EN EL DISCURSO FÍLMICO DESDE LA NEUROKINEMÁTICA. CONTRIBUCIÓN A LA DISCUSIÓN SOBRE SI EL CINE ES UN LENGUAJE
María-Ruth García-Pernía	
Javier Sanz Aznar	INTERDISCIPLINA Y TECNOLOGÍA DIGITAL EN LA EDUCACIÓN. SOCIALIZACIÓN Y CIBERACOSO MEDIANTE EL MÓVIL EN JÓVENES MEXICANOS.
Carlos Aguilar Paredes	
Luis Emilio Bruni	REALIDAD AUMENTADA: DISEÑO DE NARRATIVAS INMERSIVAS
Lydia Sánchez Gómez	
Andreas Wulff-Jensen	
Lucía Margarita González Barrón	
Alba García Vega	
Iris Barrajon Lara	
Julián de la Fuente Prieto	



Rut Martínez-Borda	
Julia Sabina Gutiérrez Sánchez	
Alexandra María Sandulescu Budea	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA EN DEPARTAMENTOS DE COMUNICACIÓN EN ARTES ESCÉNICAS
Raquel Echeandía Sánchez	
Sara Cortés Gómez	VIDEOGAMES, CONNECTIVITY AND MOBILITY
María-Ruth García-Pernía	
José Javier Sanchez-Aranda	LA RESPUESTA EMOCIONAL DE LOS FANS DE JUEGO DE TRONOS. DISCURSO Y ANÁLISIS DE RECEPCIÓN EN ESPAÑA
María Fernanda Novoa-Jaso	
Cristina López-Navas	
Belén Casas-Mas	DIMENSIONES SOCIALES CONCERNIDAS POR LA INNOVACIÓN COMUNICATIVA
Francisco Bernete García	
Indhira Garces Botacio	
Soledad Ruano López	LOS PROYECTOS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA DOCUMENTACIÓN Y LA COMUNICACIÓN DE LA UEX
Rosario Fernández Falero	UNA PROPUESTA DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA REAL. RESULTADOS DE LA IMPLANTACIÓN DE UN PROGRAMA DE EDUCACIÓN MEDIÁTICA ADOLESCENTE DE INTERVENCIÓN DIRECTA CON EL MENOR
Laura Picazo Sánchez	DISRUPCIONES EN LAS NARRACIONES GENERACIONALES. ADAPTACIONES ARGUMENTALES EN LAS FRANQUICIAS CINEMATOGRAFICAS PARA SU PERPETUACIÓN
Sagrario Martín Rodríguez	
Marcos García-Ergüín Maza	CONTENIDO Y USABILIDAD EN LAS SECCIONES 360º/RV: ESTUDIO COMPARATIVO DE LA BBC Y ZDF
Beatriz Gutiérrez-Caneda	
Sara Pérez-Seijo	
José M. Lavín	
Victor H. Guachimbosa	LAS REDES SOCIALES: ¿ÁGORAS POLÍTICAS EN DOS CONTINENTES?
Alvaro Jiménez-Sánchez	
Carlos Pedro Dias	
Bruno Carriço Reis	
Paula Lopes	CATÁSTROFES EN LA TELEVISIÓN EN VIVO: EL CASO DE LOS INCENDIOS DEL 2017 EN PORTUGAL
Vitor Tomé	
Fábio Sadao Nakagawa	LA INTERACCIÓN ENTRE CINE Y CIUDAD THE CINEMA-CITY INTERACTION
Regiane Miranda de Oliveira Nakagawa	LA TELENOVELA BRASILEÑA Y LOS ESPACIOS DE CIRCULACIÓN DE SENTIDOS CERCA LA ESPIRITUALIDAD: EL CASO DE ESPELHO DA VIDA
Marcos Vinicius Meigre e Silva	
Natalia Revello Mouriz	ELIGE TU PROPIA AVENTURA: HISTORIAS INTERACTIVAS DE NETFLIX
Natalia Revello Mouriz	GAMIFICACIÓN COMO HERRAMIENTA INMERSIVA: ANÁLISIS DE "DETRÁS DEL PARAÍSO"



Cristina Algaba	QUÉ VIENEN! EL ARMAGEDÓN Y EL MIEDO HACIA EL OTRO EN LA FICCIÓN TELEVISIVA. ANÁLISIS IDEOLÓGICO DE LA SERIE SALVATION
Mayte Donstrup	
Andrea Castro Martínez	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 Pérez Ordóñez	
Santiago Tejedor Calvo	ADULTOS Y JÓVENES ANTE LAS FAKENEWS: ¿QUIÉN COMPARTE MÁS MENTIRAS?
Santiago Giraldo Luque	
Gema Lobillo	LA COMUNICACIÓN ONLINE DE ZARA Y MANGO: ANÁLISIS DE PERFILES DE TWITTER E INSTAGRAM DURANTE LA CAMPAÑA DE PRIMAVERA 2018
José Antonio Pedrosa	
Eduardo Villena Alarcón	EL BLOGGER COMO INFLUENCER EN LOS EVENTOS DE MODA: EL CASO DE MERCEDES BENZ-FASHION WEEK MADRID
David Serra Navarro	CUANTIFICACIÓN DEL YO Y SIMULACROS DE EMPODERAMIENTO
Felip Vidal Auladell	
Patricia Izquierdo-Iranzo	CÓMO INVESTIGAN LOS ESTUDIANTES DE LOS GRADOS DE COMUNICACIÓN. EL PESO DEL HISTORICISMO EPISTEMOLÓGICO DE KUHN
Jaime López Díez	LA CONSTRUCCIÓN DEL HÉROE Y EL VILLANO EN EL STORYTELLING DE LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL DE DONALD J. TRUMP EN 2016. ANÁLISIS CUALITATIVO A PARTIR DE ATLAS.TI
Enrique Morales Corral	
Gabriela Fabbro	LAS SERIES TELEVISIVAS Y NUEVOS MODOS DE CONSUMO: EL MODELO ERGÓDICO. UNA APLICACIÓN COMPARATIVA
Santiago Ospital	
Carmen Rodríguez Wangüemert	
Patricia Delponti	
Lluís Anyó Sayol	EMOCIONES FÍLMICAS Y VIDEOLÚDICAS: LA ADAPTACIÓN DE MAX PAYNE
Francisco Julián Martínez-Cano	LA INTERACTIVIDAD COMO ESTRATEGIA NARRATIVA AUDIOVISUAL: ESTUDIO DE CASO DE BLACK MIRROR: BANDERSNATCH
Begoña Ivars-Nicolás	
Marta Gotor Cuairan	EMOCIONES Y RECUERDO: FACTORES PARA UNA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL MAS EFICAZ ENTRE MARCA Y CONSUMIDOR
Dolores Lucía Sutil	
Isabel María Valverde Sánchez	APROXIMACIÓN AL VÍDEO MAPPING, SUS POSIBILIDADES COMO EXPRESIÓN CREATIVA Y APLICACIÓN EN EL CONTEXTO EDUCATIVO. SERIES Y REPETICIÓN: LA ATRACCIÓN DEL AGUJERO NEGRO NARRATIVO
Víctor Lope Salvador	TURISMO INDUCIDO A TRAVÉS DE EXPERIENCIAS VIDEOLÚDICAS: DEL VIAJANTE VIRTUAL AL VISITANTE-JUGADOR
Juan Francisco Hernández Pérez	
Sergio Albaladejo Ortega	PRESS PLAY TO ACT. ANÁLISIS DE NARRATIVAS GAMIFICADAS COMO ESTRATEGIAS EMERGENTES DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA
Marta Pérez-Escolar	
Pablo Navazo Ostua	



Víctor Lope Salvador	RETOS PARA LA INVESTIGACIÓN AUDIOVISUAL CON LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL
Soledad Ruano López	EVOLUCION DE LA AUDIENCIA SOCIAL DE LAS SERIES DE LAS CADENAS DE TV GENERALISTAS ESPAÑOLA
Rosario Fernández Falero	
Javier Trabadela Robles	
Basilio Cantalapiedra Nieto	
Eduardo Villena Alarcón	LA ASIGNATURA DE DIRECCIÓN DE ARTE PUBLICITARIA FRENTE AL EEES ADAPTING THE ADVERTISING ART DIRECTION TO THE EUROPEAN HIGHER EDUCATION AREA
Paloma del H. Sánchez-Cobarro	ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS COMUNICATIVAS EN EL SIGLO XXI
Javier Trabadela Robles	ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE APLICACIONES MÓVILES FOTOGRÁFICAS. ESTUDIO DE CASOS
José Luis Martín Sáez	LA BATALLA DE LA (DES) INFORMACIÓN EN LAS REDES SOCIALES. DE LOS (RO) BOTS AL CONTROL DE LOS (RO) BOTS
Yolanda Ortiz de Guinea Ayala	
Ana María Mendieta Bartolomé	LAS APLICACIONES MÓVILES EN EL PERIODISMO LOCAL DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA VASCA
Udane Goikoetxea Bilbao	
Lisset Aracely Oliveros Rodríguez	
Flavio Valencia Castillo	COMPETENCIAS PROFESIONALES Y EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Emilia Castillo Ochoa	
Mariel Montes Castillo	
Sara González-Fernández	LA REPRESENTACIÓN DEL HOMBRE VIOLENTO EN LA SERIE GIGANTES. ESTUDIO DE CASO DE LOS HERMANOS GUERRERO
Leonor Solís Rojas	LA MEDIATIZACIÓN VISUAL DEL CAMBIO CLIMÁTICO: COMPLEJIDAD Y PARADOJAS DE LA COMUNICACIÓN DE UN TEMA URGENTE
Juan Gorostidi Munguía	POR UNAS GOTAS DE SANGRE: DE HAWKS A PUCCINI
Elpidio del Campo Cañizares	
Mireya R. Carballada Camacho	LOVESTV: ESTRATEGIAS INTERACTIVAS DE LA TV TRADICIONAL FRENTE A LAS NUEVAS FORMAS DE CONSUMO AUDIOVISUAL
Rosalía Urbano	NARRATIVAS TRANSMEDIA Y MULTIPANTALLAS CREADAS PARA LA AUDIENCIA INFANTIL: EL CASO DISNEY
César Bernal-Bravo	
Estefanía Cestino González	MAQAM: CULTURA Y ARTE MUSICAL, TRADICIONAL Y ACTUAL
Mario Rajas	EL AULA AUDIOVISUAL: FORMATOS EMERGENTES DE VÍDEO EDUCATIVO EN YOUTUBE
María Bastida	
César Cáceres	



Gloria Jiménez-Marín	
Rodrigo Elías Zambrano	
Elena Bellido-Pérez	EFICACIA DEL ENDORSEMENT MARKETING: LA COMUNICACIÓN DE LAS EMPRESAS DE RETAIL A TRAVÉS DE INSTAGRAM.
Paloma Sanz-Marcos	
Cristina de los Ángeles Pérez Ordóñez	ANÁLISIS DE LA NARRATIVA DE LOS FESTIVALES DE MÚSICA MODERNA EN ESPAÑA A TRAVÉS DE SUS CARTELES
Andrea Castro Martínez	
David Cruz-García	LA PRESENCIA DE DISNEY EN KINGDOM HEARTS: LA NARRATIVA TRANSMEDIA COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN EN LOS VIDEOJUEGOS
Estrella Martínez-Rodrigo	
Mauro Giuntini Viana	NARRATIVAS DOCUMENTALES DE UN BRASIL EN TRANCE
Óscar Díaz Chica	EL HUMOR EN LA DOCENCIA UNIVERSITARIA: RECOMENDACIONES DEL ALUMNO AL PROFESOR
Diana Santos Fernández	
Matías López Iglesias	
Daniel Guerrero Navarro	LOS VEHÍCULOS EN EL UNIVERSO TRANSMEDIA DE MATRIX: ANÁLISIS PRÁCTICO DEL BRAND PLACEMENT
Carlos Ortiz León	VIDEOS 360: UNA INNOVADORA FORMA DE LLEGAR A LOS NUEVOS PÚBLICOS
Juan Carlos Maldonado Vivanco	
Milenny Gabriela Suquilanda Ramírez	
Juan Carlos Maldonado Vivanco	EL ROL DE LOS LABORATORIOS EN EL APRENDIZAJE DE LA COMUNICACIÓN: MEDIALAB UTPL
Carlos Ortiz León	
Ana María Beltrán Flandoli	
Andrea Victoria Velasquez Benavides	
Milenny Gabriela Suquilanda	
María Purificación Subires Mancera	LA DENUNCIA DE LA CONTAMINACIÓN MARINA A TRAVÉS DEL GÉNERO DOCUMENTAL: A PLASTIC OCEAN (2016), DEL PERIODISTA CRAIG LEESON
Adolfo Baltar Moreno	LA IMAGEN TESTIGO EN LA INVESTIGACIÓN SOCIAL: LECTURAS DE UNA SECUENCIA COMPLEJA
Cielo Patricia Puello Sarabia	
Aida María De Vicente Domínguez	¿CÓMO USAR LAS NARRATIVAS INTERACTIVAS EN UN TELEDIARIO TRADICIONAL?
Lluís Anyó	EMOCIONES FÍLMICAS Y VIDEOLÚDICAS: LA ADAPTACIÓN DE MAX PAYNE
Aida María De Vicente Domínguez	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL DE LA REVISTA VIAJES NATIONAL GEOGRAPHIC EN INSTAGRAM
Blanca Miguélez Juan	CLAVES Y PROPUESTAS PARA CREAR UN PORTFOLIO PROFESIONAL EN EL GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS



Patricia Izquierdo-Iranzo	USO DE LAS REDES SOCIALES EN LA TAREA DE ESTUDIO PERSONAL DEL ALUMNADO DE COMUNICACIÓN. RADIOGRAFÍA DEL ESTUDIGRAMER
Fernando Giner Riballo	
Daniel Muñoz Sastre	LA TRANSFORMACIÓN DE LAS PLATAFORMAS SOCIALES DIGITALES EN LA QUINTA GENERACIÓN DE INTERNET MÓVIL: OPORTUNIDADES Y AMENAZAS
Isabel Rodrigo Martín	
Luis Rodrigo Martín	
Alfonso López Yepes	PRESERVACIÓN DIGITAL DE ARCHIVOS AUDIOVISUALES: HACIA UNA RED IBEROAMERICANA PARA EL ANÁLISIS, VISIBILIDAD Y DIFUSIÓN INFORMATIVA
Leticia Barzilai Sordo	FORMACIÓN EN COMPETENCIAS PARA LOS NUEVOS PROFESIONALES APLICADA EN PROYECTO DE INGENIERÍA AUDIOVISUAL
María Laura Rocha	
Ignacio García	
María Laura Rocha Carminatti	FORMACIÓN EN COMPETENCIAS PARA LOS NUEVOS PROFESIONALES APLICADA EN PROYECTO DE INGENIERÍA AUDIOVISUAL
Ignacio García Terra	
Leticia Barzilai Sordo	
Ricardo Carniel Bugs	ADAPTARSE O "MORIR": LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN ESPAÑA FRENTE A LOS RETOS DEL MERCADO ÚNICO DIGITAL EUROPEO
Carmina Crusafon	
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
Esteban Canle Fernández	CONSTRUCCIÓN DE PERSONAJES NEURODIVERGENTES EN VIDEOJUEGOS
Beatriz Legerén Lago	
Enrique Costa Montengro	
Elvira Calvo	65 AÑOS DE TELEVISIÓN EN ESPAÑA
José Olivares Santamarina	LA COMUNICACIÓN COMERCIAL DE MARCAS EN SOCIAL MEDIA Y EL TRANSMEDIA STORYTELLING: DEL IMPACTO RECURRENTE A LA RELACIÓN DE ENGAGEMENT
María Elena Del Valle Mejías	LA DESINFORMACIÓN EN ESPAÑA: ASPECTOS ANTROPOLÓGICOS, ECONÓMICOS Y SOCIOLÓGICOS QUE LA MOTIVAN, Y PROPUESTAS DE SOLUCIONES
David Caldevilla	
José Rodríguez Terceño	
Angel Rodríguez Bravo	LA TRANSMISIÓN AUDIOVISUAL DE VALORES CORPORATIVOS DE CAIXABANK, BANCO DE SABADELL, BBVA Y BANCO DE SANTANDER: MEDICIÓN Y EVALUACIÓN.
Norminanda Montoya Vilar	
Elaine Lopes Da Silva	
Josep Maria Blanco Pont	
David Badajoz	
Laura Caballero Trenado	GOBERNANZA ALGORÍTMICA, PROPIEDAD INTELECTUAL Y LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL



<Colaboradores_VII_Congreso/>

Colaboran:

