



Día 9 de mayo de 9:00 a 10:30h

Mesa 1. Aula 1	
Modera: Patricia Nuñez	
Comunicantes	Título del trabajo
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	
Ricardo Carniel Bugs	ADAPTARSE O "MORIR": LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN ESPAÑA FRENTE A LOS RETOS DEL MERCADO ÚNICO DIGITAL EUROPEO
Carmina Crusafon	
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 AUTÓNOMICO
Carmen Marta-Lazo	
Raquel Echeandía Sánchez	
Sara Cortés Gómez	VIDEOGAMES, CONNECTIVITY AND MOBILITY
María-Ruth García-Pernía	
Sandra Martorell	
	NUEVAS VISUALIDADES A TRAVÉS DE LA HIBRIDACIÓN. EL CINEMAGRAPH COMO FORMATO PARA SER VISTO EN PANTALLA



Mesa 2. Aula 2.	
Modera: Francisco García García	
Comunicantes	Título del trabajo
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	LA FIGURA DEL PADRE EN LAS PELÍCULAS DE ANDREI ZVYAGINTSEV: EL REGRESO, ELENA Y LEVIATHAN
Joan-Francesc Fondevila-Gascón	TECNOLOGÍA AUDIOVISUAL PARA LA EDUCACIÓN: POTENCIAL PEDAGÓGICO DEL HBBTV EN LA UNIVERSIDAD
Marc Polo López	
Giorgia Miotto	
Sheila Liberal	
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	
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	



Aida María De Vicente Domínguez	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL DE LA REVISTA VIAJES NATIONAL GEOGRAPHIC EN INSTAGRAM
---------------------------------	--

Mesa 3. Aula 3	
Modera: Beatriz Gutiérrez-Caneda	
Comunicantes	Título del trabajo
Óscar Díaz Chica	LA CREATIVIDAD DE LA GENERACIÓN Z SEGÚN SU ACTIVIDAD EN LAS REDES SOCIALES
Diana Santos Fernández	
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 Ávila 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	



Mesa 4. Aula 4	
Modera: José María Lavín	
Comunicantes	Título del trabajo
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
Isabel Adriana Vázquez Sacristán	LA REALIDAD VIRTUAL COMO ARGUMENTO DE VENTA EN PUBLICIDAD: EL SECTOR DEL AUTOMÓVIL-LOS CONCESIONARIOS
Paloma Fernández Fernández	
Nathalie Alejandra Rodríguez Egas	CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS PARA LA ERA DIGITAL
José Borja Arjona Martín	TELEVISIÓN POR INTERNET: EVOLUCIÓN DE UN MERCADO MASIVO A TRAVÉS DE REDES IP
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	
José M. Lavín	LAS REDES SOCIALES: ¿ÁGORAS POLÍTICAS EN DOS CONTINENTES?
Victor H. Guachimposa	
Alvaro Jiménez-Sánchez	



Mesa 5. Mesa 1 Virtual Google Hangouts	
Modera: Alicia Formigo	
Comunicantes	Título del trabajo
Isabel Ruiz-Mora	ACTIVISMO CIUDADANO, ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES. ESTUDIO DE CASOS EN LA CIUDAD DE MÁLAGA
María Jesús Ruiz Muñoz	
Alejandro Álvarez-Nobell	
Daniel Guerrero Navarro	LOS VEHÍCULOS EN EL UNIVERSO TRANSMEDIA DE MATRIX: ANÁLISIS PRÁCTICO DEL BRAND PLACEMENT
Paloma del H. Sánchez-Cobarro	ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS COMUNICATIVAS EN EL SIGLO XXI
María Teresa Pellicer Jordá	RADIOGRAFÍA DEL SEXISMO EN LA PUBLICIDAD ESPAÑOLA
Óscar Díaz Chica	EL HUMOR EN LA DOCENCIA UNIVERSITARIA: RECOMENDACIONES DEL ALUMNO AL PROFESOR
Diana Santos Fernández	
Matías López Iglesias	
Lluís Anyó Sayol	EMOCIONES FÍLMICAS Y VIDEOLÚDICAS: LA ADAPTACIÓN DE MAX PAYNE



Día 9 de Mayo de 16:00 a 17:30h

Mesa 6. Aula 1	
Modera: Patricia Gascón	
Comunicantes	Título del trabajo
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	



Sorany Marín Trejos	TRANSMEDIA, MEMORIA Y ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA, LA EXPERIENCIA DE "LA PIRAGUA".
Laura Cecilia Chaves Herrera	

Mesa 7. Aula 2.	
Modera: Udane Goikoetxea Bilbao	
Comunicantes	Título del trabajo
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	
Cristina San José de la Rosa	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)
Alicia Gil Torres	
Oscar Estupiñán	NUEVOS PARADIGMAS DE LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA INDEPENDIENTE EN LA ERA DIGITAL. EL CASO: "EL PAMPERO, CINE"
Jorge Juárez López	
Narce Dalia Ruiz Guzmán	PLATAFORMAS DIGITALES ORIENTADAS AL ECOSISTEMA DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL
María Isabel Rodríguez Fidalgo	PERIODISMO EN 360º: EL PROCESO DE GRABACIÓN, EDICIÓN Y POSPRODUCCIÓN EN LAS NOTICIAS INMERSIVAS
Adriana Paíno Ambrosio	
Araceli Castelló Martínez	LA DESCONEXIÓN DIGITAL COMO CONCEPTO CREATIVO EN COMUNICACIÓN PERSUASIVA
Cristina del Pino Romero	



Mesa 8. Aula 3.	
Modera: Jaime López Díez	
Comunicantes	Título del trabajo
Seila Castro Velázquez	FENÓMENO OPERACIÓN TRIUNFO: LOS ESPECTADORES COMO CREADORES EN LA ERA DE LA CONVERGENCIA
Elba Sánchez-Regidor	
Sara Cortés Gómez	
María-Ruth García-Pernía	
Javier Sanz Aznar	BÚSQUEDA DE ARTICULACIONES EN EL DISCURSO FÍLMICO DESDE LA NEUROKINEMÁTICA. CONTRIBUCIÓN A LA DISCUSIÓN SOBRE SI EL CINE ES UN LENGUAJE
Carlos Aguilar Paredes	
Luis Emilio Bruni	
Lydia Sánchez Gómez	
Andreas Wulff-Jensen	
Lucía Margarita González Barrón	INTERDISCIPLINA Y TECNOLOGÍA DIGITAL EN LA EDUCACIÓN. SOCIALIZACIÓN Y CIBERACOSO MEDIANTE EL MÓVIL EN JÓVENES MEXICANOS.
Alba García Vega	REALIDAD AUMENTADA: DISEÑO DE NARRATIVAS INMERSIVAS
Iris Barraón 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
----------------------------------	--

Mesa 9. Aula 4.	
Modera: Araceli Castelló Martínez	
Comunicantes	Título del trabajo
José Javier Sánchez-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	DIMENSIONES SOCIALES CONCERNIDAS POR LA INNOVACIÓN COMUNICATIVA
Belén Casas-Mas	
Francisco Bernete García	
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
Sagrario Martín Rodríguez	DISRUPCIONES EN LAS NARRACIONES GENERACIONALES. ADAPTACIONES ARGUMENTALES EN LAS FRANQUICIAS CINEMATOGRAFICAS PARA SU PERPETUACIÓN
Marcos García-Ergüín Maza	
Beatriz Gutiérrez-Caneda	CONTENIDO Y USABILIDAD EN LAS SECCIONES 360°/RV: ESTUDIO COMPARATIVO DE LA BBC Y ZDF
Sara Pérez-Seijo	



Mesa 10. Aula 5.	
Modera: José María Lavín	
Comunicantes	Título del trabajo
Carlos Pedro Dias Bruno Carrigo Reis Paula Lopes Vitor Tomé	CATÁSTROFES EN LA TELEVISIÓN EN VIVO: EL CASO DE LOS INCENDIOS DEL 2017 EN PORTUGAL
Fábio Sadao Nakagawa Regiane Miranda de Oliveira Nakagawa	LA INTERACCIÓN ENTRE CINE Y CIUDAD THE CINEMA-CITY INTERACTION
Cristina Algaba Mayte Donstrup	¡QUÉ VIENEN! EL ARMAGEDÓN Y EL MIEDO HACIA EL OTRO EN LA FICCIÓN TELEVISIVA. ANÁLISIS IDEOLÓGICO DE LA SERIE SALVATION
Laura Caballero Trenado	GOBERNANZA ALGORÍTMICA, PROPIEDAD INTELECTUAL Y LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL
Santiago Tejedor Calvo Santiago Giraldo Luque	ADULTOS Y JÓVENES ANTE LAS FAKENEWS: ¿QUIÉN COMPARTE MÁS MENTIRAS?
Paula Bordonada Tosao	PERSPECTIVAS GEOGRÁFICAS PARA EL ANÁLISIS FÍLMICO: GEORREFERENCIACIÓN Y ANÁLISIS ESPACIAL EN EL ESTUDIO DE LA DIÉGESIS. ESTUDIO DE CASOS



Día 9 de Mayo de 20:00 a 21:30h

Mesa 11. Aula 1.	
Modera: Javier Sierra	
Comunicantes	Título del trabajo
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	
Patricia Izquierdo-Iranzo	CÓMO INVESTIGAN LOS ESTUDIANTES DE LOS GRADOS DE COMUNICACIÓN. EL PESO DEL HISTORICISMO EPISTEMOLÓGICO DE KUHN
Aida María De Vicente Domínguez	¿CÓMO USAR LAS NARRATIVAS INTERACTIVAS EN UN TELEDIARIO TRADICIONAL?
Joaquín Sotelo González	LA REPRESENTACIÓN DEL PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL RELATO AUDIOVISUAL CONTEMPORÁNEO
Francisco Cabezuelo Lorenzo	
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	



Mesa 12. Aula 2.	
Modera: Profesor CESINE	
Comunicantes	Título del trabajo
Ana María Mendieta Bartolomé	LAS APLICACIONES MÓVILES EN EL PERIODISMO LOCAL DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA VASCA
Udane Goikoetxea Bilbao	
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.
Víctor Lope Salvador	SERIES Y REPETICIÓN: LA ATRACCIÓN DEL AGUJERO NEGRO NARRATIVO

Mesa 13. Aula 3.	
Modera: Laura Picazo Sánchez	
Comunicantes	Título del trabajo
Juan Francisco Hernández Pérez	TURISMO INDUCIDO A TRAVÉS DE EXPERIENCIAS VIDEOLÚDICAS: DEL VIAJANTE VIRTUAL AL VISITANTE-JUGADOR
Sergio Albaladejo Ortega	
Marta Pérez-Escolar	



Pablo Navazo Ostua	PRESS PLAY TO ACT. ANÁLISIS DE NARRATIVAS GAMIFICADAS COMO ESTRATEGIAS EMERGENTES DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA
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 Trabadelo Robles	
Basilio Cantalapiedra Nieto	LO ESPACIO-TEMPORAL AUSENTE COMO MOTOR DEL AUDIOVISUAL GENERADO PARA DISPOSITIVOS MÓVILES
Francisco Javier Gómez Pérez	PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN ANDALUCÍA: ECOSISTEMA AUDIOVISUAL AUTONÓMICO
Antonio Castro Higuera	
José Patricio Pérez Ruffí	



Mesa 14. Aula 4.	
Modera: Hipólito Vivar Zurita	
Comunicantes	Título del trabajo
Eduardo Villena Alarcón	LA ASIGNATURA DE DIRECCIÓN DE ARTE PUBLICITARIA FRENTE AL EEES
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	
Mauro Giuntini Viana	NARRATIVAS DOCUMENTALES DE UN BRASIL EN TRANCE
Lisset Aracely Oliveros Rodríguez	COMPETENCIAS PROFESIONALES Y EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Flavio Valencia Castillo	
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



Mesa 15 Aula 5	
Modera: Aida María Vicente Domínguez	
Comunicantes	Título del trabajo
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. Carballeda 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
José Olivares Santamarina	LA COMUNICACIÓN COMERCIAL DE MARCAS EN SOCIAL MEDIA Y EL TRANSMEDIA STORYTELLING: DEL IMPACTO RECURRENTE A LA RELACIÓN DE ENGAGEMENT



Día 10 de MAYO de 10:30 a 11:30h

Mesa 16. Aula 1.	
Modera: Joaquín Sotelo	
Comunicantes	Título del trabajo
Luis Mañas-Viniegra	NEWS LABS Y MEDIA LABS: INTERACCIONES E INTERÉS DE SUS CONTENIDOS EN EUROPA Y EE.UU.
Fernando Zamith	
Ismael López-Cepeda	
Gloria Jiménez-Marín	EFICACIA DEL ENDORSEMENT MARKETING: LA COMUNICACIÓN DE LAS EMPRESAS DE RETAIL A TRAVÉS DE INSTAGRAM.
Rodrigo Elías Zambrano	
Elena Bellido-Pérez	
Paloma Sanz-Marcos	ANÁLISIS DE LA NARRATIVA DE LOS FESTIVALES DE MÚSICA MODERNA EN ESPAÑA A TRAVÉS DE SUS CARTELES
Cristina de los Ángeles Pérez Ordóñez	
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	



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	

Mesa 17. Aula 2.	
Modera: Aida de Vicente Domínguez	
Comunicantes	Título del trabajo
Sandra Martorell	MÉTODO #HASHTAG: MINERÍA DE DATOS MÁS ALLÁ DE TWITTER
Miguel Ángel Valero	
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	
David Serra Navarro	CUANTIFICACIÓN DEL YO Y SIMULACROS DE EMPODERAMIENTO
Felip Vidal Auladell	



María José Higuera Ruiz	LA FIGURA DEL SHOWRUNNER DE SERIES DE FICCIÓN CONTEMPORÁNEAS EN LAS REDES SOCIALES
-------------------------	--

Mesa 18. Aula 3.	
Modera: Patricia Nuñez	
Comunicantes	Título del trabajo
Adolfo Baltar Moreno	LA IMAGEN TESTIGO EN LA INVESTIGACIÓN SOCIAL: LECTURAS DE UNA SECUENCIA COMPLEJA
Cielo Patricia Puello Sarabia	
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	
Eduardo Villena Alarcón	EL BLOGGER COMO INFLUENCER EN LOS EVENTOS DE MODA: EL CASO DE MERCEDES BENZ-FASHION WEEK MADRID



Mesa 19. Aula 4.	
Modera: Jaime López	
Comunicantes	Título del trabajo
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	
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
José Patricio Pérez Ruffí	EVOLUCIÓN DE LOS MODELOS DE NEGOCIO DE YOUTUBE: DE PLATAFORMA COLABORATIVA A COMERCIAL
Antonio Castro Higuera	
Julia Fontenla Pedreira	TELEVISIONES Y DEBATE EN TWITTER EN LA PRECAMPAÑA DE LAS ELECCIONES GENERALES DE 2019
José Rúas Araújo	
Erica Conde Vázquez	



Mesa 20. Aula 5.	
Modera: Miguel Ángel Ortíz Sobrino	
Comunicantes	Título del trabajo
Mario Rajas	EL AULA AUDIOVISUAL: FORMATOS EMERGENTES DE VÍDEO EDUCATIVO EN YOUTUBE
María Bastida	
César Cáceres	
Belén Rodríguez Cánovas	UNA VISITA A LOS MEDIOS SOCIALES DE LOS MUSEOS DE MADRID
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 María Blanco Pont	
David Badajoz	
Patricia Izquierdo-Iranzo	USO DE LAS REDES SOCIALES EN LA TAREA DE ESTUDIO PERSONAL DEL ALUMNADO DE COMUNICACIÓN. RADIOGRAFÍA DEL ESTUDIGRAMER
Fernando Giner Riballo	
Manuel Viñas Limonchi	VIDEOJUEGOS Y REDES SOCIALES INTERMEDIADOS POR LA CREATIVIDAD PUBLICITARIA
Alejandro Bonilla González	



Día 10 de mayo de 18:30 a 20:00h

Mesa 21. Aula 1.	
Modera: Carmen Marta Lazo	
Comunicantes	Título del trabajo
Cristina Fernández-Rovira	REDES SOCIALES Y ECONOMÍA DE LA ATENCIÓN. EL EJE DEL MONOPOLIO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL SIGLO XXI. UNA APROXIMACIÓN EMPÍRICA
Santiago Giraldo-Luque	
John Fredy Vergara Vélez	EL MEME COMO PRÁCTICA, EXPRESIÓN Y MANIFESTACIÓN ARTÍSTICA, CULTURAL Y COMUNICACIONAL DE LOS JÓVENES EN LA ACTUALIDAD, CASO FACULTAD DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DEL POLITÉCNICO COLOMBIANO JAIME ISAZA CADAVID.
José Santiago Correa Cortés	
Ana Margarida Barreto	MEDICIÓN DEL BRAND EQUITY CON SOCIAL MEDIA
Teresa Martinho Almagro	REDES SOCIALES Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA TERCERA EDAD. ESTUDIO DE LAS PLATAFORMAS DE PENSIONISTAS EN DEFENSA DEL SISTEMA PÚBLICO DE PENSIONES
Emilia Smolak Lozano	
María Clara Salive Puyana	ENFOQUES SOBRE LA MIRADA: VIEJAS APARIENCIAS UN MISMO DESEO POR SER VISTOS
Francisco Bernete García	REDES SOCIALES Y TRANSFORMACIONES EN LA COMUNICACIÓN PÚBLICA
Cristina López-Navas	
Belén Casas-Más	



Mesa 22. Aula 2.	
Modera: Sara Osuna	
Comunicantes	Título del trabajo
María Margarita Gutiérrez Gutiérrez	EL MARKETING ECOLÓGICO, EL GREENWASHING Y SU INFLUENCIA EN EL BRAND EQUITY. CASO DE ESTUDIO: COLOMBIA
Toni González Pacanowski	LA EFECTIVIDAD DE LA PUBLICIDAD VIRAL EN INTERNET Y REDES SOCIALES: RECUERDO Y CAMPAÑAS
Sergio Capa Nieto	
Mayte Donstrup	ANÁLISIS PROPAGANDÍSTICO COMPARATIVO: CAMPAÑA ELECTORAL EN LAS REDES SOCIALES
Germán Velasquez García	IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN MÓVIL EN LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES Y REALIZADORES AUDIOVISUALES
Julia Sabina Gutiérrez Sánchez	COMUNIDADES DE FANS Y REDES SOCIALES: EL CASO DE SKAM EN ESPAÑA
Julián de la Fuente Prieto	
Rut Martínez-Borda	
Iris Barrañón Lara	
Alba García Vega	
Daniel Muñoz Sastre	5G Y REDES SOCIALES: LA NUEVA ERA DE LAS COMUNICACIONES INTERPERSONALES
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



Mesa 23. Aula 3.	
Modera: Profesor CESINE	
Comunicantes	Título del trabajo
Carlos René Contreras	FACTORES Y CONDUCTAS DE RIESGO ASOCIADOS A LOS DERECHOS FUNDAMENTALES DE LOS MENORES EN EL PROCESO DE SOCIALIZACIÓN POR REDES SOCIALES
Carmelo Garitaonandia Garnacho	ECOSISTEMA DIGITAL, INFANCIA, JUVENTUD Y LOS RIESGOS ONLINE
Inaki Karrera Xuarros	
Estefanía Jiménez Iglesias	
Nekane Larrañaga Aizpuru	
Xoán Montero Domínguez	EL DOBLAJE EN EL ESTADO ESPAÑOL: UNA HERRAMIENTA POLÍTICA AL SERVICIO DEL PODER
Sergio Arce García	#ELDILEMASALVADOS, ANÁLISIS DE LAS REACCIONES EN TWITTER AL PROGRAMA DE JORDI ÉVOLE SOBRE CATALUÑA
Tatiana Cuervo Carabel	
Natalia Orviz Martínez	
Luis Mañas Viniegra	LAS INTERACCIONES EN REDES SOCIALES DE LAS REVISTAS CIENTÍFICAS DE COMUNICACIÓN
Ismael López Cepeda	
Blanca Miguélez Juan	



Mesa 24. Aula 4.	
Modera: Mario Rajas	
Comunicantes	Título del trabajo
Elvira Calvo	65 AÑOS DE TELEVISIÓN EN ESPAÑA
Roberto Rodríguez Andrés	¿EL FIN DEL ROL DE LA TELEVISIÓN COMO MEDIO PRIORITARIO DE INFORMACIÓN EN CAMPAÑAS ELECTORALES?
Javier Trabadela Robles	ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE APLICACIONES MÓVILES FOTOGRÁFICAS. ESTUDIO DE CASOS
Ana Lanuza Avello	EL RELATO AUDIOVISUAL DE LA MATERNIDAD EN LA OBRA DE JOHN FORD
Francisco Cabezuelo Lorenzo	
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	
Paula Gil Ruiz	PUNTO Y LÍNEA SOBRE EL PLANO PERO AUDIOVISUAL. ROTOSCOPIA Y COLLAGE



Día 10 de mayo a las 17:00h (Hora española) MESA VIRTUAL

Mesa 25. Mesa 2 Virtual Google Hangouts	
Modera: Alicia Formigo	
Comunicantes	Título del trabajo
Silvia Olmedo Salar	FUENTES EN PRENSA VERSUS FUENTES EN REDES SOCIALES EN EL ANÁLISIS DE MODELOS DE CIUDAD TURÍSTICA
Paloma López Villafranca	
Luis Matosas-López	CORRELACIONES ENTRE REDES SOCIALES Y RECURSOS EDUCATIVOS DIGITALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE MARKETING EN EL EEES
Juan Romero-Luis	
María Purificación Subires Mancera	LA DENUNCIA DE LA CONTAMINACIÓN MARINA A TRAVÉS DEL GÉNERO DOCUMENTAL: A PLASTIC OCEAN (2016), DEL PERIODISTA CRAIG LEESON
César Augusto Palencia Triana	NUEVOS DESAFÍOS DE LA COMUNICACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES
Almudena Jiménez Pérez	EL VIDEOJUEGO COMO NUEVA HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN ENTRE ADULTOS DE 30 A 50 AÑOS EN ESPAÑA
Francisco Javier Ruíz del Olmo	
Natalia Revello Mouriz	ELIGE TU PROPIA AVENTURA: HISTORIAS INTERACTIVAS DE NETFLIX
Natalia Revello Mouriz	GAMIFICACIÓN COMO HERRAMIENTA INMERSIVA: ANÁLISIS DE "DETRÁS DEL PARÁISO"
Mónica Matellanes Lazo	ACCIONES DEL MARKETING SENSORIAL EN EL PUNTO DE VENTA
Luis Calandre	



**VII Congreso Internacional
de investigadores Audiovisuales
9 y 10 de mayo**



Liu Haibo	ADAPTANDO EL MODELO DE EDUCACIÓN EN PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA NORTEAMERICANO AL CONTEXTO Y LA REALIDAD CHINA: EL CASO DE SHANGHAI VANCOUVER FILM SCHOOL
Gabriela Fabbro	LAS SERIES TELEVISIVAS Y NUEVOS MODOS DE CONSUMO: EL MODELO ERGÓDICO. UNA APLICACIÓN COMPARATIVA
Santiago Ospital	
Carmen Rodríguez Wangüemert	
Patricia Delponti	
Esteban Canle Fernández	
Beatriz Legerén Lago	CONSTRUCCIÓN DE PERSONAJES NEURODIVERGENTES EN VIDEOJUEGOS
Enrique Costa Montengro	REDES SOCIALES Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: EL CASO DE LAS UNIVERSIDADES PORTUGUESAS
Inês Amaral	
Sílvio Santos	