

**I CONGRESO INTERNACIONAL COMUNICACIÓN ESPECIALIZADA EN LA SOCIEDAD DE LA  
INFORMACIÓN**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



**COMUNICACIONES ACEPTADAS**

25 y 26 de noviembre de 2020

*Versión 1.0*

Madrid,

martes, 20 de octubre de 2020

Autores	Título
Javier Almela Baeza	El montaje a través de la creación de contenidos informativos para televisión en estudios de grado
Laura Cervi	
Santiago Tejedor	
Fernanda Tusa	
Ana Pérez Escoda	Uso de la tecnología en tiempos de coronavirus: tipo de dispositivos y de contenidos utilizados por los jóvenes durante la cuarentena
David Sánchez Jiménez	La dialogicidad en la tesis doctoral y el artículo de investigación escritos en inglés y español en Medicina
Manuel García-Borrego	Áreas de especialización periodística y prácticas en empresas: una comparativa de las condiciones y las rutinas profesionales
Bernardo Gómez-Calderón	
Joan-Francesc Fondevila-Gascón	
Josep Rom-Rodríguez	
José-María Lavín-de la Cavada	
Marc Polo-López	Consumo de información y entretenimiento en tiempos de crisis: interactividad y HbbTV
Virginia Alarcón Martínez	Medidas preventivas para evitar o disminuir la propagación del coronavirus (COVID-2019) en las empresas de trabajo temporal (ETT)
Virginia Alarcón Martínez	Benchmarking como herramienta de aprendizaje en centros sanitarios de media y larga estancia.
Cristina Fernández Rovira	Estudio longitudinal (2010-2019) sobre el uso de redes sociales en los parlamentos de España, Francia e Italia. ¿Instrumentos de información y participación política?
Santiago Giraldo Luque	
Isabel Simões-Ferreira	The Portuguese Press Coverage of the 2019 European Elections

Maria João Centeno	
Pedro Marques Gomes	
Almudena Barrientos Báez	
David Caldevilla Domínguez	
José Rodríguez Terceño	Departamento de ventas en Hotelería: Comunicación persuasiva
Sonia Santoveña-Casal	
M <sup>a</sup> Carmen Navarro García-Suelto	Pensamiento crítico y comunicación en red
Lidia Valera Ordaz	¿Qué motiva la exposición selectiva a los medios en España? La influencia de la ideología y el interés por la política
María Luisa Humanes Humanes	
Fernanda Bonacho	
Helena Figueiredo Pina	Where is Europe? The Contribution of the Portuguese TV to the Coverage of the 2019 Elections to the European Parliament
Rúben Neves	
Teresa Maria Resende C. Gomes	Avances y retrocesos en la relación entre la Unión Europea y los Balcanes Occidentales
Sonia Parratt Fernández	
Montse Mera Fernández	Periodismo medioambiental y calidad informativa: análisis de la cobertura del cambio climático en prensa española
Rafael Carrasco Polaino	
Fernando Luque Cuesta	El arte como divulgador cultural del mundo rural: Una novela gráfica sobre las consecuencias culturales y ambientales de la agricultura industrial.
María del Carmen Hidalgo Rodríguez	
Fernando Peinado Miguel	
Marta Civil iSerra	
Mónica Herrero	Oferta formativa universitaria en el Grado para la empleabilidad y el emprendimiento de medios digitales.
Dolores Rodríguez Barba	

Mari Carmen Acuyo Verdejo	Comunicación e inmigración: retos para una sociedad intercultural
Marina Fernández Maestre	El periodismo especializado en arquitectura en la versión digital de los suplementos culturales españoles. El caso de Babelia, ABC Cultural y El Cultural en 2019
M <sup>a</sup> Isabel Rodríguez Fidalgo	
Adriana Paíno Ambrosio	La divulgación científica en el área de Ciencias Sociales. Estudio de caso del proyecto “Bajo pluma de mujer”
Yaneisi Diaz Ruiz	Resignificación del sentido de vida de migrantes centroamericanos en tránsito por Sonora con destino a Estados Unidos de América.
Begoña Gutiérrez San Miguel	Explorando saberes: la etnobotánica a través del registro audiovisual como instrumento de innovación para el aprendizaje significativo y la acción social del desarrollo sostenible.
M <sup>a</sup> Luisa Ibáñez Martínez	
Celia Rangel	La gestión de intangibles de las marcas de lujo
Jaime Lourenço	Cinema in the Front Page: a look through the journalistic coverage of cinema by the main portuguese newspapers
Maria João Centeno	
Silvia Carrasco-Molina	Periodismo cultural, rutinas profesionales y percepciones sobre la industria de los medios: el caso de la especialización en literatura
Manuel García-Borrego	
Lin Mendivil Alvarado	Redefiniendo a los nativos digitales: una mirada interdisciplinar al consumo, búsqueda y selección informativa de estudiantes universitarios en el noroeste de México
Jesús Ángel Enríquez Acosta	
Carmen Llorente-Barroso	Experiencias y percepciones de los seniors sobre las plataformas de e-commerce
María Sánchez-Valle	
Marilé Pretel-Jiménez	

Alba Córdoba-Cabús	Periodismo de datos y transparencia. Análisis comparado de los Sigma Awards 2020
Álvaro López-Martín	
Joanne Mampaso Desbrow	ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Elementos a considerar en la atención a las personas con discapacidad intelectual
Margarita Alonso Criado	
Elena López- Rioboo Moreno	
Ainoa Hernández García	
Daniel Higueta Olaya	Estrategias transmedia y comunicación de la ciencia: mapeo de la actividad científica y los patrones de colaboración a partir de la cienciometría.
Edorta Arana Arrieta	Usos y consumo de medios durante la pandemia
Bea Narbaiza	
Teresa Ruão	La comunicación interna medida por tecnologías: el caso de los media sociales en la gestión de la innovación
Sandra Marinho	
Sónia Silva	
Álvaro López-Martín	Periodismo turístico durante el COVID-19: Análisis de la prensa andaluza
Alba Córdoba-Cabús	
REGINA PALUD CABEZA DE VACA	La presencia en redes sociales de las pequeñas y medianas empresas hoteleras de la provincia de Málaga.
Teresa Ruão	La comunicación interna medida por tecnologías: el caso de los media sociales en la gestión de la innovación
Sandra Marinho	
Sónia Silva	
Manuel Antonio Pacheco Barrio	La eclosión del fútbol femenino en el periodismo deportivo
María García de Blanes Sebastián	Mobile Learning: Aplicación y ampliación del modelo UTAUT2 de adopción de nuevas tecnologías en estudiantes universitarios de España.

Alfredo Guzmán Rincón	Abandono estudiantil en educación superior y su relación con la comunicación en programas de modalidad virtual: Colombia
Lira Isis Valencia Quecano	
Nuria Segovia-Garcia	
Belén Rodríguez Canovas	Comunicación Científica y Herramientas Tecnológicas en Educación Superior
Erika Carolina Meneses Jurado	Fomentando la Cultura Científica en la Era Post-COVID-19
Gustavo Adolfo León Duarte	Beyond The Social Communication of Science
Sergio Ricardo Quiroga	Estudio sobre la percepción de la confianza institucional de la población y su interrelación con la identidad nacionalista, las preferencias de índole política y distintos modelos de Estado. Un estudio longitudinal sobre preferencias por modelos de organización territorial del Estado (1979-2019).
Víctor Manuel Muñoz-Sánchez	
Antonio Manuel Pérez-Flores	
Juan Maestre Alfonso	Comunicación de las políticas públicas en redes sociales: Caso Colombia.
Nieves Aroca Garrido	
Alfredo Guzmán Rincón	
Belén Rodríguez Canovas	
Lira Isis Valencia Quecano	Crítica social de la ficción seriada en la era Trump: Análisis de American Horror Story Cult
Daniel Alfredo Ramirez Zarama	
Luis Miguel Cruz López	Planes de comunicación efectiva para proyectos de ciencia e innovación
Alejandra Campos	
Lluís Codina	Educomunicación y cultura de paz en la radio comunitaria durante el posconflicto en Colombia
Dina Mosquera Barraza	
John Medina Bolaño	
Carlos Ramos Maldonado	

Isabel Rodrigo Martín	COMUNICACIÓN PUBLICITARIA COMO HOMOLOGADOR CULTURAL. LA EVOLUCIÓN CREATIVA DE LA PUBLICIDAD DURANTE LA CRISIS DEL COVID-19
Luis Rodrigo Martín	
Daniel Muñoz Sastre	
Ingrid Gil	Educomunicación ¿online?: actuación del profesorado universitario ante los escenarios de la crisis de la COVID-19
María Aurora Forteza Martínez	LA TEORÍA DEL VIAJE DE HÉROE EN EL CINE: ANÁLISIS DE LA PELÍCULA “CAMPEONES” COMO ESTUDIO DE CASO
Ana Pedreño	Diferenciación en la comunicación comercial en tiempos de pandemia. Una aplicación en Centros Comerciales.
Isabel A. Vázquez Sacristán	Las marcas se unen a la tendencia gamer en el videojuego Animal Crossing: New Horizons
Marina Rodríguez Hernández	
Marina Rodríguez Hernández	Repercusión del movimiento #BlackLivesMatter en las redes sociales de las principales marcas deportivas
Isabel A. Vázquez Sacristán	
Camilo Mauricio Grillo Torres	Análisis de contenidos digitales y su contribución a la identidad a través de redes sociales de las empresas de productos lácteos en Colombia.
Catalina Vega	
Adriana Calvo Viota	LA CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN DE SANTIAGO ABASCAL EN INSTAGRAM DURANTE LAS ELECCIONES GENERALES DEL 10N.
Jaime Lourenço	Portuguese International Correspondents: how Covid-19 affected their work
Carlos Pedro Dias	
Davinia Martín Critikián	
Fátima San Martín Baldor	Situación actual del sector de la moda sostenible en España.
Ignacio José Martín Moraleda	Los esports en el mercado audiovisual y telecomunicaciones en España.
Esther Gallego Nieto	

María Hernández Herrera	El marketing cinematográfico: importancia e influencia desde el consumo de los jóvenes
Francisco José Gil Ruiz	
María Luisa García Guardia	
Raquel Ayestarán Crespo	
Verónica Heredia Ruiz	Televisión en la convergencia y la convergencia en la televisión. Análisis comparativo de Netflix, Disney, Apple TV, Amazon Prime Video y Hulu.
César Alonso Cardona Cano	La narrativa musical de la violencia del narcotráfico. Un análisis de escenas clave de la serie Narcos.
Jaime López Díez	
Gema Lobillo	Análisis del tratamiento de la prensa malagueña de la afición de fútbol. Estudio del caso de Frente Bokerón como grupo ultra
Pedro Martín	
Antonio Javier López Carmona	Picasso, de los cuadernos de arte a las revistas de masas
Elena Blanco Castilla	
Ángela Castañeda González	EL PAPEL DE LA INTENSIFICACIÓN PRAGMÁTICA EN LA DETECCIÓN DEL SESGO IDEOLÓGICO: EL CASO DEL BREXIT EN LA PRENSA ESPAÑOLA
Álvaro Ramos Ruiz	
Álvaro Ramos Ruiz	LA IMAGEN DEL BREXIT EN LA PRENSA ESPAÑOLA EN LA COBERTURA DEL REFERÉNDUM DE SALIDA
Javier Jaspe Nieto	La comunicación social en el Leviatán: la importancia del mensaje en la construcción hobbesiana del Estado y la constitución del poder civil.
Rafael Carrasco Polaino	
Marta del Río Caballero	
Rafael Guerrero Elecalde	
Miguel Jesús López Serrano	La red social Facebook como recurso para la enseñanza de la historia local en el Grado de Educación Primaria



Miguel Jesús López Serrano	
Rafael Guerrero Elecalde	La prensa local y el debate como recursos didácticos para la enseñanza del medioambiente en el Grado de Primaria: el turismo sostenible de Córdoba
Ángel M. Alonso Jarrín	Información en televisión y covid-19: dos millones de espectadores de ida y vuelta
Víctor Núñez Fernández	
María Alcolea Parra	
Fernando María Martínez Vallvey	La especialización periodística en el ámbito educativo: el caso de Éxito Educativo
Javier Abuín-Penas	#LaLigaSantanderChallenge: uso de hashtags en Twitter durante un evento deportivo solidario
Julia Fontenla-Pedreira	
María-José Gómez-Ortiz	Los aforismos en el lenguaje especializado del deporte y su uso en las redes sociales antes y durante la pandemia del covid-19
Jelena Bobkina	
Elena Domínguez Romero	
Luis Claudio Ribeiro	
Jorge Bruno Ventura	Radio Language and Aesthetics
Patricia Lerma Escudero	Análisis de los principales portavoces de la unión europea en el Brexit a través de la prensa escrita española
Itziar Sobrino García	Aplicaciones de rastreo para el control de la crisis sanitaria del COVID-19 por la Administración Pública. El equilibrio entre la protección de datos y la salud pública
Diana Ramahi-Garcia	
Nàdia Alonso-López	Una interpretación de la realidad o la representación de una realidad emocional". La construcción narrativa en Euphoria (2019)
Beatriz Herráiz-Zornoza	

Ana Tirado de la Chica	Estrategias de comunicación visual sobre museos y gestión cultural: el juego de cartas TAG MUSEUM®
Natalia Abuín Vences	Rumorología y fuentes informativas en el periodismo deportivo en España: análisis de las informaciones publicadas durante el mercado de 2020
Daniel Francisco García Rosales	
Laura Calatayud Requena	M-learning y role-playing como estrategia de enseñanza-aprendizaje: percepción de los estudiantes universitarios respecto a la implementación de esta metodología en el aula
Mireia Guardado Juan	
Julia Fontenla-Pedreira	Empleo de Twitter por la CRTVG durante los debates electorales televisados en los comicios al Parlamento Gallego de 2020
Javier Abuín-Penas	
Hilda Gabriela Hernández Flores	Crisis Gubernamental vista desde la mirada de la prensa mexicana y Comunicación Responsable: El caso Culiacán
Paola Eunice Rivera Salas	
Melva Guadalupe Navarro Sequeira	
Raquel Seijas Costa	Efectos de las narrativas de la seguridad y antimigratorias: el pacto de migración y asilo de la UE
Jesús Pertiñez López	
Concepción Alonso Valdivieso	Animación Contemporánea: Movimiento y Realidad
Maria Luisa García Guardia	Estrategia de comunicación en los estrenos de Almodóvar: Análisis narrativo-creativo del tráiler como elemento promocional.
Váleri Codesido Linares	
Sergio Jesús Villén Higuera	Logotipos y símbolos en las franquicias cinematográficas hollywoodienses contemporáneas: identidad visual y promocional
Francisco Javier Ruiz del Olmo	
Carmen Peñafiel Saiz	El tsunami COVID-19 y la información sobre vacunas contra el coronavirus
Aitor Castañeda Zumeta	
Milagros Ronco López	

Magdalena Mut Camacho	Factores que influyen en la marca de los medios de comunicación: explorando el consumo de los jóvenes en pandemia
Diego Alberto Rengifo Hidalgo	Problemas y desafíos de la publicidad intercultural inclusiva en el Ecuador
Alicia Sánchez Camañ	Fundamentos teóricos y metodológicos del análisis de la comunicación estratégica en fuerzas y cuerpos de seguridad: el caso de la guardia civil
Olga Kolotouchkina	
Mónica Viñaras Abad	
Ana Belén López Tárraga	Ayuntamiento y comunicación institucional:: un elemento esencial en tiempo de crisis
José Miguel Rojo Martínez	El rol del portavoz como aspecto central en la comunicación de una crisis. el caso del gobierno español durante la covid-19: Fernando Simón.
Salvador Moreno Moreno	
Carlos René Contreras Cázarez	
Ilse Aglae León Lizárraga	Nivel de competencias digitales en modelo de educación no presencial de estudiantes universitarios ante el COVID-19.
Estefanía Cestino González	La estrategia de comunicación en las universidades del sur peninsular: Universidad del Algarve y Universidad de Sevilla
Ana Catalina Quirós Ramírez	Campañas publicitarias con enfoque diferencial de género en Colombia
Alberto Alejandro Alzate Giraldo	
Víctor Núñez Fernández	
María Alcolea Parra	
Fernando María Martínez Vallvey	
Sergio Manuel de la Fuente Valdez	La especialización periodística en el ámbito educativo: el caso de Éxito Educativo.net
Yolanda López Lara	Difusión en Medios de Comunicación y Práctica de la Danza Folklórica en Monterrey.
Raúl Terol Bolinches	Estrategias del podcast en la expansión narrativa de series de TV
Alfredo Arense Gómez	Podcast strategies for narrative expansion of TV series

Luis Miguel Pedrero Esteban	
Paloma Díaz Soloaga	La expansión internacional de la moda escandinava:
Gemma Muñoz Domínguez	Comunidades online y engagement emocional
Emma Torres Romay	La información sobre el coronavirus a través de las instituciones locales. El caso de Galicia.
Juan Cano Galindo	COBERTURA DE LOS CASOS MÁS GRAVES DE BULLYING:
Elena Blanco Castilla	PERIODISMO DE SUCESOS, TRIBUNALES O EDUCACIÓN
Verónica Hurtado Oldridge	La reputación de las instituciones públicas: una gestión necesaria
Beatriz Guerrero Glez.-Valerio	Los Estudios de posgrado en comunicación de moda y belleza en el ámbito universitario español
Mireya R. Carballeda Camacho	Origen de la revista La Leche: Divulgación para un público infantil
Gonzalo Peña Ascacibar	COVID-19 y consumo de información mediática: el caso de La Rioja
Cristóbal Fernández Muñoz	
Tomás Gomez Franco	
Eva Matarín Rodríguez	La indexación de las noticias sobre inmigración en Google
Javier García López	Merlí, filosofía práctica para problemas juveniles desde la ficción televisiva
Ubaldo Cuesta Cambra	
Luz Martínez Martínez	
Jose Igancio Niño González	La importancia del emisor en las respuestas visuales implícitas y la persuasión. El caso de la COVID-19
Victoria Cuesta Díaz	
Dolores Lucía Sutil Martín	Del CEO al Brain Chief Officer (BCO) en la nueva gestión organizacional del siglo XXI
Ruth Gómez de Travesedo Rojas	

Marta Gil Ramírez	La (des)cortesía verbal en comunicación política en redes sociales: la elección del insulto como estrategia
Regina Palud	La presencia en redes sociales de las PYME hoteleras de la provincia de Málaga
Marta Gil Ramírez	YOUTUBE COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN
Ruth Gómez de Travesedo Rojas	POLÍTICA DURANTE LA PANDEMIA DE LA COVID-19 EN ESPAÑA
María Rodríguez-López	Patrimonio andaluz UNESCO en webs institucionales nacionales y autonómicas, un escaparate más para su difusión
María Rodríguez-López	Las redes sociales y aplicaciones móviles como herramientas de difusión del patrimonio andaluz: estudio de caso de los bienes UNESCO de Andalucía
Alberto Montero Gómez	El género y la propagación audiovisual en TikTok en tiempos de pandemia
Flavio Valencia Castillo	Propuesta de innovación para la producción de cortometrajes para procesos de divulgación del conocimiento científico y vinculación Universidad-comunidad
José Luis Valhondo Crego	Integración de Ciencia y Humanidades a través del cine de Arte y Ensayo
José Luis Valhondo Crego	Historias de vida y desempleo en la sociedad del espectáculo: el caso audiovisual de la serie de televisión Recursos Inhumanos
Yolanda López Lara	La comunicación escrita: proceso de interacción entre el pensamiento y el lenguaje en los estudiantes universitarios
Sergio Manuel de la Fuente Valdés	
Alicia González Cervantes	Educación para la reinserción social en México: Pertinencia del bachillerato técnico en el contexto penitenciario
Patricia Liliana Cerda Pérez	
Silvia García Mirón	Deporte y televisión: evolución de la presencia de los contenidos deportivos en la programación de Antena 3 en el periodo de desregulación (1990-2020)

Lisset Aracely Oliveros Rodríguez	Competencias Metodológicas para la investigación en Ciencias de la Comunicación.
Celia Quico	Migrants Stories: producing participatory videos to promote global citizenship education among secondary and university students
Angel Deroncele Acosta	Competencia epistémica del investigador
Elena del Pilar Jiménez-Pérez	Fomento de la lectura en los medios de comunicación: relación con la competencia lectora
Pedro García Guirao	
Almudena Cantero Sandoval	
Javier Sierra Sánchez	Periodismo y comunicación científica: pautas para la producción de piezas informativas
Aida María de Vicente Domínguez	
Ainhoa García Rivero	LA ADAPTACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN A LA “NUEVA NORMALIDAD”: UNA EXPLORACIÓN A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DE MASTERCHEF 8 Y OPERACIÓN TRIUNFO 2020
Vania Valdi	Interpassive communication in the age of automatized culture: new challenges for the ethics of mediation
Javier Sierra Sánchez	Twitter en los clubes de futbol de primera división española
David M. Gómez	
Nereida Cea	La prensa especializada en España, 25 años después
María Teresa Pellicer	Las revistas femeninas como soporte publicitario gratuito para el sector de la moda. El caso español