

Apreciados postulantes al IX Congreso Internacional de Comunicación Estratégica, Inspirar para crear, Crear para inspirar.

Nos sentimos emocionados por los resultados de la convocatoria de resúmenes de ponencias, recibimos 380 postulaciones de 16 países, lo cual supera nuestras expectativas y refleja el interés y compromiso de la comunidad académica y profesional en este evento.

La evaluación de las ponencias se hizo a ciegas por dos miembros del comité académico de la Mesa para Contar a la que se postuló y esta revisión se realizó a la luz de los criterios solicitados en la convocatoria, conocidos por Ustedes.

El comité académico en pleno está conformado por 70 personas, representantes de 40 instituciones aliadas, y se encuentra bajo la dirección de la profesora Sandra Castaño Rico de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín.

En el listado adjunto, presentamos **los resultados de la evaluación de las ponencias que se dividen en tres categorías:**

1. Ponencias aceptadas
2. Ponencias aceptadas con observaciones
3. Ponencias con reubicación de mesa.

A los ponentes **aceptados con observaciones** les haremos llegar los comentarios en la evaluación, los cuales solo tienen como propósito contribuir con la calidad de la ponencia y enriquecer el nivel académico del congreso.

Para las ponencias que se sugiere **reubicación de mesa**, las presentaremos a la respectiva Mesa sugerida y les notificaremos a los autores la evaluación que surta.

De igual forma, las **ponencias rechazadas** serán notificadas de forma individual a través del correo electrónico con el fin de compartirlas las evaluaciones e identificar la posibilidad de realizar ajustes para evaluar nuevamente su postulación en nuestro Congreso. En el listado adjunto no publicamos los nombres de las ponencias rechazadas.

Importante tener presente que...

La ponencia tendrá una **duración** de 15 minutos (incluyendo las preguntas), deberá compartirle a la coordinación académica de la Mesa la presentación que usará, a más tardar el 30 de octubre; en caso de que su participación sea virtual, se le enviará el enlace de zoom, el día antes de su exposición.

Si su exposición la realizará en **inglés o portugués** solicitamos que la presentación (diapositivas) las traduzca al español.



Recuerde que no es obligatorio el envío del texto completo de la ponencia, solo lo enviarán quienes deseen ser publicados en alguno de los tres medios de divulgación del Congreso.

Inscripción y Pago

Para las ponencias que tienen más de un autor, **el pago** al Congreso será individual, por lo cual todos los autores deben realizar el procedimiento señalado para el registro y el pago.

A través de la página del Congreso

<https://congresocomunicacion.udemedellin.edu.co/> podrá realizar el pago, una vez la plataforma esté lista para tal fin les notificaremos vía correo electrónico. **En caso de que el pago de su ponencia sea realizado por su institución** debe solicitar facturación al correo congresocomunicación@udemedellin.edu.co adjuntando los documentos requeridos para tal fin (certificado que acredite la representación legal y copia del documento de identificación del representante legal), la institución recibirá la factura para proceder a realizar el pago.

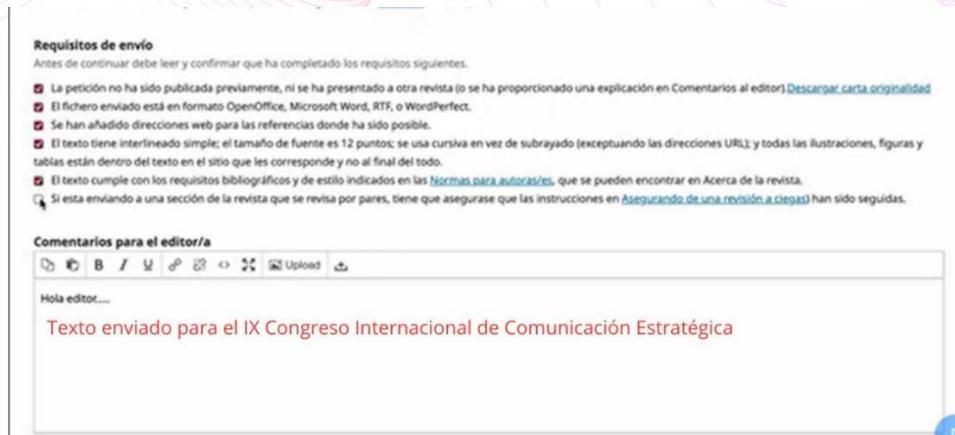
Envío de texto completo para publicación

En caso de que Usted vaya a enviar el texto completo para su publicación, es importante que recuerde el cronograma y las pautas del formato y contenido del texto (disponible en la página web del Congreso), con fecha límite para el envío **el 21 de junio**. Este será evaluado para la definición del medio de publicación en que estará. Nuestros tres medios son Libro Pensar la Comunicación VIII, Revista Anagramas o Libro digital Inspirar para Crear.

Lea con atención las siguientes instrucciones para asegurarse de que su texto será tenido en cuenta en la evaluación.

1. Ingrese a: <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/announcement>
2. Le sugerimos seguir las instrucciones, del siguiente tutorial <https://youtu.be/BPm24p875X0?si=Ff-XqYUvX5Va5HHT>
3. Indispensable que en comentarios al editor indique que **su texto será para la convocatoria del IX Congreso Internacional de Comunicación Estratégica**, como se ejemplifica en la siguiente imagen





GRACIAS POR INSPIRAR Y CREAR CON NOSOTROS

Esperamos contar con su presencia en las instalaciones de la Universidad de Medellín.

Somos más de 40 instituciones aliadas en la organización de este Congreso, convencidas de que la comunicación estratégica nos permite inspirar y crear juntos. ¡Lo esperamos!

Atentamente,

Sandra Castaño Rico

Directora Académica
IX Congreso Internacional de Comunicación Estratégica
scastano@udemedellin.edu.co

1. PONENCIAS ACEPTADAS

MESA 1 Comunicación disruptiva, buenas prácticas empresariales y profesionales				
	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Alejandro Álvarez-Nobell	Roxana Sera Rodriguez		El desarrollo del COMMtech y los procesos de digitalización de la gestión de comunicación estratégica en Cuba
2.	Alejandro Álvarez-Nobell	Xiomara Yamil Zambrano Bonilla	Rafi María Ascanio Rengifo	La remuneración en la profesión de relaciones públicas y comunicación estratégica en Latino América. Un estudio longitudinal 2013-2023 y su análisis a partir de variables contextuales.
3.	Alejandro Esteban Fitzmaurice Cahuni			Conocimiento del código de ética en redacciones periodística de la ciudad de Mérida, Yucatán
4.	Alejandro Riveros González	Nicolás Cediél Bejarano		Caso Inmersión social Chevron: integración de los grupos de interés en iniciativas de inversión social para maximizar su alcance e impacto
5.	Ana María Suárez Monsalve	Andreia Athaydes		Rompiendo el molde de la excelencia en comunicación.
6.	Camilo Andrés Calderón Acero			Lugares audiovisuales: Exploración de la memoria audiovisual colombiana a partir de cuatro tours digitales
7.	Claudia Beatriz Ontibón Echeverri	Sara Martínez Ramírez		El Capital Conversacional. Una transformación en la forma de medir a partir de un cambio en la forma de mirar.

8.	Ibeth Vanessa Gómez Monak	Javier Anibal Espitia Viasus		Comunicación y arte para transformar desde la cotidianidad: Experiencia de la campaña "Charlando nos entendemos" en Aguablanca - Cali.
9.	Juan David García Rhode			Comprendiendo los factores decisivos: una exploración de las pequeñas y medianas empresas del sector transporte y logística de Medellín para contratar el servicio de gestión de marca integral del laboratorio Go Markup.
10.	Juliana Serna Gallego			Ruta para el Desarrollo de Marcas Conscientes: una apuesta para la transformación consciente individual y social
11.	Leonardo Augusto López Medina			Jornadas de comunicación ¡Tú cuentas!
12.	Lina Marcela Gallego Moreno			La incidencia de la inteligencia artificial en los procesos comunicacionales
13.	María Cecilia Vitale			Comunicación para la emergencia. Planificación, preparación y respuesta ante emergencias radiológicas y nucleares en Argentina
14.	Marilyn Rodríguez Cruz	Jose Luis Ayala Perez		Integrando los Ecosistemas de Hospitalidad y el Deporte: Un Estudio de Caso de la Copa Mundial de Surf en Puerto Rico
15.	Mauricio Molano Díaz			Ruedas de negocio GSED: una estrategia disruptiva que favoreció la comunicación estatégica de Mindefensa
16.	Sandra Ines Fuentes Martinez			De la percepción a la construcción de la confianza

MESA 2 Epistemología, teorías y métodos en comunicación

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Alejandro Alvarez-Nobell	Consuelo Vasquez	Belén Barroso	Encuentro de perspectivas: la Comunicación Constitutiva de la Organización (CCO) y la regeneración biomimética de las organizaciones.
2.	César Alberto Aristizábal Valencia			Cartografía de las perspectivas teóricas y escenarios de la formación en comunicación en la Universidad Católica de Pereira comparado con el entorno regional
3.	Erinso Yarid Díaz Rodríguez			Generación Sur: Diálogo de saberes para enseñar a investigar investigando
4.	Jorge Gregorio Posada Ramírez			La indiferencia social a la verdad, una consideración sobre las consecuencias a la singularidad humana
5.	Luis Carlos Granja Escobar	Luis Armando Muñoz Joven	María Constanza Cano Quintero	ESTADO DEL ARTE DE LOS TRABAJOS DE GRADO DE LA MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN EL SUR OCCIDENTE COLOMBIANO (UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI).
6.	Luisa Elizabeth Narváez Narváez	Julio Adolfo Bravo Mancero		Acciones de metodología participativa enfocada a la Comunicación estratégica para resolver problemas de la ruralidad en Ecuador
7.	Mauricio Andrés Álvarez Moreno	Carlos Andrés Arango-Lopera		PERSPECTIVAS CONTEMPORÁNEAS SOBRE EL PENSAMIENTO ESTRATÉGICO: IMPLICACIONES DE LOS

				CAMBIOS EN EL ÁMBITO PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN
--	--	--	--	---

Mesa 3 Mediología, investigación y procesos de Inteligencia Artificial (IA) en el periodismo de datos

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Alejandra Giraldo Gaviria	Alejandra María Parra Sánchez	Yudy Celmira Castro Benavides	Aprendizaje en línea como Desafío Personal en Educación Superior (Caso de Estudio: Estudiantes del espacio académico Metodología y Estrategias para el aprendizaje en AVA). Autoría:
2.	Araceli Espinosa Márquez	Carla Irene Ríos Calleja	José Roberto Romero Espinosa	Comunicación política algorítmica durante la pandemia del SARS-CoV-2: Uso (obligatorio) del cubrebocas a través de los mensajes del subsecretario de salud en México
3.	Arlex Darwin Cuellar Rodríguez			El papel de la IA en el periodismo ambiental universitario: algoritmos, retos y esperanzas.
4.	Arlex Darwin Cuellar Rodríguez	Laura María López Urrea	Estefanía López Urrea	La IA como herramienta en el diseño y construcción de planes de comunicación Transmedia
5.	Fredy Armando Herrera Bueno			Análisis del uso de la inteligencia artificial y la ética, en el cubrimiento periodístico digital de los medios de comunicación: El Tiempo y Revista Semana en Colombia

6.	Gerardo Andrés Nossa Ramírez			Los datos y la IA en el periodismo deportivo colombiano
7.	Mario Fernando Londoño Marín	Johan Andrés Rodríguez Lugo	Carolina Montoya Mejía	Uso de la inteligencia artificial en los programas académicos de Comunicación Social y Periodismo y en los medios de comunicación del Quindío
8.	Moisés Limia Fernández			Redefiniendo el periodismo de datos en la era de la IA: Consideraciones éticas y enfoques prácticos en torno a la responsabilidad algorítmica
9.	Oyuni Antonio Mendiola Ruiz			Inteligencia artificial en la producción audiovisual
10.	Paulo César Paz Ramos	Pedro Felipe Díaz Arenas	Paola Andrea Martínez Acosta	Detrás de los titulares: análisis del uso de IA en el periodismo local de Colombia: estudio de caso en Popayán y Armenia
11.	Sergio Llano Aristizábal	Jennie Peña Escobar		Aproximación preliminar a la literatura sobre Inteligencia artificial en el campo de las relaciones públicas
12.	Wilmar Daniel Gómez Monsalve			Uso, apropiación y retos de la Inteligencia artificial en el Periódico El Colombiano.

Mesa 4 Periodismo y narrativas/discursos mediáticos

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Andrés Antonio García costes			Periodismo-clickbait, el efecto en la divulgación científica: caso del eclipse total en México 2024.
2.	Catalina Restrepo Díaz			Una mirada al periodismo feminista en Colombia: Ópticas, desafíos y anhelos

3.	Claudia Margarita Arteaga Cuartas			El reportaje literario: una apuesta en primera persona y desde la voz de las víctimas. 'Te juro que mi suerte cambiará', relatos de una búsqueda.
4.	Daniela Lombana Cuartas	Saray Salazar Sánchez	Valentina Herrera Salgado	¿Cómo nos cuentan? Análisis de los contenidos periodísticos digitales relacionados con la violencia infantil en Risaralda entre los años 2019 - 2022
5.	Giuliano Seni Medina	Martha Romero Moreno		Análisis fenomenológico de las composiciones del género musical vallenato originario o juglar
6.	Jhon Mario Zuluaga Morales	Eliana Lucía Bernal Correa	Gerardo Andrés Nossa Ramírez	NARRATIVIDAD EN EL PERIODISMO DEPORTIVO COLOMBIANO. ANÁLISIS DEL RELATO DE LOS REFERENTES DE LA LOCUCIÓN TELEVISIVA DEL FÚTBOL EN LA DÉCADA DEL 90 EN COLOMBIA
7.	José Alberto Guerrero Silva			El meme: evolución en la comunicación y herramienta para incentivar la lectura en universitarios
8.	Julián David Zuluaga Agudelo			Sextante Radio, una apuesta pedagógica por el periodismo universitario desde el lenguaje sonoro
9.	Luis Manuel Fernández Martínez	Teresa Torrecillas Lacave		Ciberactivismo y movilización social en torno a la Guerra de Ucrania.
10.	María José Escobar Mejía			Tejiendo Voces, Transformando Realidades: El Poder de la Narrativa Social en Colombia
11.	Martha Karina Rotavista Pinzón			Del frame al estereotipo: Narrativa sobre los inmigrantes latinoamericanos en España a través de los periódicos El País y El Mundo
12.	Miguel Rosa-Alejandro, Ph.D.			Hábitos de consumo noticioso de la Generación Z; Estudio de Caso: Estudiantes de comunicación social de República Dominicana y Puerto Rico

13.	Nicolás Roberto Arturi			Las noticias sobre rotura de silobolsas desde los conceptos de agenda y encuadre
14.	Oscar Yamid Tamara Puerto	Carlos Rodríguez Pérez		Desinformación en la esfera pública europea: análisis del fact-checking de medios españoles para combatir la información falsa
15.	Sergio Quiroga			Periodismo Artesanal y Nuevos Medios: camino a la transformación
16.	Wilmar Vera Zapata			Hacer periodismo contra viento y marea: 22 años de Sextante Prensa de la Universidad Católica Luis Amigó
17.	Ximena Forero Arango	Edgar Walter Arias Hidalgo		Desafíos, acciones y rutas de trabajo para consolidar al Sistema De la Urbe como un laboratorio de periodismo para la experimentación y la innovación, al servicio del pregrado de Periodismo de la Universidad de Antioquia

Mesa 5 Industrias culturales y creativas

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Alejandra Correa Giraldo	Alexander Gil Triana		Transformación social a través del muralismo: un análisis bajo los indicadores de vulnerabilidad social en el Municipio San Carlos, Antioquia
2.	Andrea Miranda Nakane			EVENTOS DE ENTRETENIMIENTO AO VIVO & MARCAS: UMA ALIANÇA DE REPERTÓRIOS COMUNICACIONAIS DE IMPACTO E CONSOLIDAÇÃO DE IMAGENS.
3.	Aura María Florian Morales	Jhon Esteban Morales Quintero		El papel de los paisajes visuales y sonoros en la formación de la identidad cultural del municipio de San Pedro de los Milagros

4.	Carlos López Lizarazo			Las industrias culturales y creativas (ICC) del Área Metropolitana del Valle de Aburrá. Un acercamiento desde la cartografía cultural digital aplicada.
5.	Cátia Silene Câmara Lassalvia			Saberes e conexões que transbordam: os letramentos móveis na base das indústrias criativas
6.	César Alonso Cardona Cano			Impacto del Audio Espacial THX en la Experiencia Sensorial y Emocional: Perspectivas desde la Inmersión Sonora y Reacciones Emocionales
7.	Claudia María Maya Franco			¿LECTORES O CLIENTES? LA LITERATURA EN EL CONTEXTO DE LA INDUSTRIA EDITORIAL
8.	Felipe Baena Botero	Carlos Andrés Arias	Alejandro Ríos C.	Distrito Creativo y de Innovación del Centro de Pereira
9.	Francisco Cabezuelo-Lorenzo			Fuentes periodísticas, audiovisuales y digitales para el estudio de la vida y obra de Fernando Botero
10.	Gabriel Jaime Silva Bolivar	Juliana Silva Bolívar	Rubiela Isabel Beleño Ramos	DESARROLLO DE UNA INTERFAZ CEREBRO-COMPUTADOR (BCI) PARA LA CREACIÓN DE ARTE DIGITAL A TRAVÉS DE COMANDOS MENTALES
11.	Isabel Cristina Restrepo Acevedo	Andrés Uriel Pérez Vallejo		Ecologías Digitales. Explorando la Co-Creación entre Arte, Tecnología y Sociedad
12.	Jerónimo Rivera-Betancur			Balance del cine colombiano a 20 años de la ley de cine
13.	Luis Rodrigo Viana Ruiz	Martin Fernando Delgado Henao	Alejandro Alzate Giraldo	Turismo en Medellín y gentrificación: la brecha entre el imaginario y la marca ciudad
14.	Paula Andrea Malabehar Tlatilpa	Rosalía Guerrero Escudero	Sandra Flores Guevara	Estrategias de comunicación de artistas plásticos a través de la bidireccionalidad, multimedialidad, interactividad e hipertexto de la web 2.0

15.	Regina Célia Ruiz			Enigmas da contemporaneidade: um olhar criativo para a produção literária
16.	Ricardo Iannace	Sandra Trabucco Valenzuela		El proceso, de Kafka, y la adaptación cinematográfica de Orson Welles: los marcadores de lo insólito y la opresión
17.	Sandra Trabucco Valenzuela			Edward Scissorhands, de Tim Burton: un cuento de hadas steampunk
18.	Victoria Salamea Limones	Cecilia Dahik Solis	Fausto Hidalgo Troya	De la televisión al Streaming: Impacto en plataformas digitales.

Mesa 6 Comunicación digital e interacciones comunicativas: crossmedia, transmedia y convergencia digital

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Daniela Sacuchi Amereno			Transformação da mídia digital no Brasil: Desafios e Oportunidades para marcas e produtos
2.	Dario Enrique Rojas Cervantes	Yamid Galindo Cardona		AMPLIACIONES DIEGÉTICAS Y NARRATIVAS EXPANSIVAS EN EL AUDIOVISUAL COLOMBIANO.
3.	Diego Alejandro Santa Ayala	Susana Castañeda Flórez	Paula Andrea Velásquez Calle	La comunicación digital y la convergencia de medios en el proyecto Sennior's App: el mundo a un clic de distancia.
4.	Gerson Jaquin Cristancho Triana			Efecto de la actitud y eWOM en redes sociales en el consumo de las generaciones Y y Z
5.	Johana Isabel Esquivel Jácome	Miguel Augusto Velásquez López		Plan estratégico de comunicación y marketing digital en medios universitarios para la dimensión sonora de

				Utópicos como apuesta transmedial de la Universidad Santiago de Cali
6.	Jose Javier Castro Hurtado	Roque Andrés Amaya Torrenegra		Museo Transmedia: CoCreación y Participación en la Era Digital
7.	Juliana Porto Chacon			O sentido do óbito: análise dos discursos em torno da morte nos meios digitais brasileiros e seus aspectos entretenimento digital.
8.	Laura Montero Corrales			El nuevo perfil de los líderes de opinión: influencers de marcas e influencers de información.
9.	Manuela Herrera Betancur	Daniel Rincón Rodríguez		Instagram como herramienta de crecimiento de los emprendimientos en el Oriente antioqueño.
10.	Marcolino Alexandre Siteo			MIDIATIZAÇÃO E MERCANTILIZAÇÃO RELIGIOSA EM MOÇAMBIQUE: PROFECIAS DE LIVRAMENTO, CURA E BENDIÇÃO COMO MECANISMOS DE ACUMULAÇÃO DE CAPITAIS
11.	Mariely Rivera Hernández			La convergencia mediática de las redes sociales y plataformas digitales: un caso de estudio de las culturas juveniles desde dos géneros musicales afroboricuas
12.	Patricia Lora León			El Tecnocampo de la Red de Comunicación Popular: un ciberterritorio para la co-creación y la inteligencia colectiva
13.	Ximena Forero Arango	Herlaynne Segura Jiménez		¿Qué aprendimos durante el confinamiento? Lecciones sobre educación mediada por la tecnología en la Facultad de Comunicaciones y Filología de la Universidad de Antioquia.

Mesa 7 Comunicación organizacional y relaciones públicas

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Andrés Felipe Giraldo Dávila			Relaciones públicas internacionales en las empresas multilatinas colombianas
2.	Andrés Guillermo Montenegro	África Mosciaro		Techo de Cristal y RR.PP. en Argentina
3.	Angela Karina Gómez Ortega	John Carlos Gómez Granja	Gabriel Alberto Goyes Herrera	Estudio de la Comunicación Corporativa en la ciudad de Pasto. Censo empresarial Cámara de Comercio de Pasto, Colombia
4.	Candela Fernandez			Relaciones Públicas en el Sector Público: Consejo de la Magistratura de la Nación.
5.	Carlos Rodríguez Pérez			¿Qué tan satisfecho estás con tu alcalde? Explorando la satisfacción de las políticas públicas para la gestión estratégica de la comunicación en el sector público
6.	Cristhian Martín Reyes Hidalgo			Optimización de la comunicación externa mediante el uso de Podcast
7.	Denise de Paiva Costa Tangerino			Universidades comunitárias no estado de São Paulo: reputação corporativa enquanto forma de re(existência).
8.	France Camila Guazmayan Moreno	Carlos Rodríguez Pérez		La comunicación como eje articulador del capital intangible en la Administración pública: estudio de caso, "La Gobernanza del Agua y Territorio en la Región Hídrica del Valle de Atriz".
9.	Heiller Abadía Sánchez			La auditoria de la comunicación en las organizaciones, un asunto estratégico del alto valor.

10.	John Jairo Molina Roncancio			Reputación corporativa en la UCC campus Bogotá, a partir de acciones de responsabilidad social universitaria.
11.	Jonathan Alexander Toro Osorio			Comunicación Estratégica para el Cambio Social: La labor de los comunicadores en las ONGS-ESAL del Oriente antioqueño
12.	Jorge Alberto Hernández Patiño	María Victoria Pabón Montealegre		Escucha Social Activa para la gestión de la reputación de las marcas: Caso Tablero Digital EPM.
13.	Juan Pablo Cabrera Aldana	Kaleb Burgos Castillo	Daniela Milagros Chávez Mendoza	Estudio del enfoque ético del lobby desde la multidisciplinariedad de las relaciones públicas: explorando el quehacer del lobbista para la incidencia pública.
14.	Juliana Tabares Quiroz	Alexandra López Martínez	Yuliana Gómez Zapata	Comunicación en el cambio tecnológico organizacional: Prácticas Comunicativas en la integración de Sistemas Informáticos en las organizaciones.
15.	Katherine Paola Castro Molina			Estrategia transmedia Radar Empresarial Radio y Televisión un impacto creativo e innovador desde la comunicación organizacional y las relaciones públicas.
16.	Luz Amalia Gamez Cuadrado			Modelo relacional y comunicacional para instancias de concertación lideradas por una institución de formación para el trabajo y el desarrollo humano en Colombia
17.	Maria José Salazar Ramírez			Construyendo cultura de Apropiación Social del Conocimiento: el rol estratégico del comunicador
18.	María Luz Canella Tsuji	Carolina Andrea Carbone		El rol de las profesionales de las Relaciones Públicas argentinas en el ámbito académico
19.	Milton Amitrano			La planificación de la comunicación como apaciguadora de la incertidumbre
20.	Sandra Milena Castaño-Rico	Mauricio Andrés Álvarez Moreno	Carlos Andrés Arango-Lopera	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA: REVISIÓN BIBLIOMÉTRICA, TRAMAS Y CONCEPTOS

21.	Sandra Milena Castaño-Rico			La comunicación corporativa: una aliada en la consolidación de la cultura de la calidad en instituciones de educación superior
22.	Solange Prediger	Maria Ivete Trevisan Fossá		Cenário atual das Instituições Federais de Ensino Superior Brasileiras brasileiras e de suas Políticas de Comunicação
23.	Venancio Elías Caballero Córdoba			Relaciones Públicas en Panamá: Caminando Siempre Hacia la Excelencia
24.	Yeimer Prieto Lopez	Beatriz Loor Avila		Estimulación de las Habilidades Comunicativas y su Incidencia en la Formación de un Adecuado Ambiente Laboral
25.	Yoiver Giraldo Quintero	Carlos Eduardo García Cortés		Relación entre las condiciones laborales y la satisfacción con la comunicación interna en organizaciones colombianas. Un estudio de caso.

Mesa 8 Comunicación pública y marketing electoral

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Alejandro Álvarez-Nobell	Claudia Labarca		COMMtech y digitalización en la gestión estratégica de la comunicación de gobierno en América Latina
2.	Alessandra de Castilho	Giselda Cristina Ferreira		Ocupação feminina na Câmara dos Deputados: o desequilíbrio de gêneros e a insuficiência de iniciativas legais no plano de fundo eleitoral brasileiro.
3.	Alvaro Bufarah Junior	Roberto Gondo Macedo		A relevância estratégica e midiática dos PODCASTS no Brasil sob o ponto de vista da comunicação política e eleitoral.

4.	Carolina Arango Peláez	Luisa Camila España Pantoja		Entre Pantallas y Votos: Radiografía de las Campañas Electorales Digitales de Galán y Gutiérrez en Instagram durante 2023
5.	Claudia Ramón Pérez			Estrategias de campaña en la elección para la gubernatura de Puebla 2024.
6.	Danghelly Giovanna Zúñiga Reyes			El cubrimiento periodístico a la figura y gestión de Francia Márquez como vicepresidenta en Colombia 2023-2024
7.	Daniel Palacio Tamayo			El relato explica el dato: comunicación pública para incidir en las agendas ciudadanas, el caso de Medellín Cómo Vamos
8.	Daniel Palomero Sanz	Jorge Aracena Arancibia	Franco Fredes Giambó	Potenciando la participación ciudadana y la digitalización desde los gobiernos comunales en la Región de Valparaíso, Chile: Análisis de reputación digital y rendimiento comunicacional político.
9.	Diana Patricia Balbuena Espinosa			Preferencias electorales en Tik Tok: análisis de la campaña para la gubernatura de Puebla, México
10.	Emerson David Devia Acevedo			Educación Mediática y Política Para Jóvenes: Estrategias para Navegar en la Era de la Posverdad
11.	Enrique Castañeda Tenorio			La comunicación gubernamental en la Cámara de Diputados Federal en México. Una estrategia de comunicación política.
12.	Ezequiel Parolari			Elecciones Presidenciales de Panamá en 2024: Análisis de la Comunicación Electoral del Candidato Presidencial Gabriel Carrizo del Partido PRD.
13.	Federico Sandoval Hernández	Claudia Arroyo Salinas		Impacto electoral de las Face News México

14.	Graciela Padilla Castillo			Consumo y temas favoritos de noticias políticas en período de campaña. Elecciones municipales en España 28M 2023
15.	Guadalupe Segura Vinalay	Marco Polo Calderón Arellanes	Oscar Basave Hernández	Campañas políticas en redes por la gubernatura de Guerrero, 2021
16.	Jaime Arturo Vázquez Aguilar			Democratizar la ciudadanía, el dinamismo en los actores sociales y empresariales.
17.	Jorge Andrés Rico Zapata			Información y propaganda en el marco de los conflictos armados
18.	José Luis Estrada Rodríguez	Jose Luis Mendoza Tablero		Partidos políticos y democracia en México: los dilemas institucionales que enfrentan
19.	José Luis Mendoza Tablero			Constitución política y sociedad. Una relación apremiante.
20.	José Ojeda Bustamante	Ricardo Martínez Martínez		El proceso de refacultamiento ciudadano en Guerrero, México: estrategias para garantizar el compromiso social y político
21.	Juan C. Figuereo-Benítez	Pastora Moreno Espinosa		La evolución de las campañas electorales en España y la irrupción de TikTok en el contexto de las elecciones generales de 2023
22.	Juan Carlos Córdoba			La caricatura durante las Elecciones Regionales 2023 en Colombia.
23.	Juan Carlos Rojas Cajamarca			Campañas Digitales y Campañas Análogas: la experiencia del monitoreo de medios para la campaña para la gubernatura de Puebla 2024
24.	Juan Sebastián Delgado Gil			RELACIÓN DE LOS SESGOS COGNITIVOS Y LA PUBLICIDAD POLÍTICA EN INSTAGRAM PARA LA CAMPAÑA DE GUSTAVO PETRO EN LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE COLOMBIA 2022
25.	Luis Ignacio Arbesú Verduzco			La comunicación en las imágenes simbólicas y su impacto en la ciudadanía

26.	Luis Miguel Santibáñez Suárez			La observación electoral en América Latina
27.	Marco Polo Calderón Arellanes	Inti Leopoldo Calderon Arellanes		El Papel de las medios sociales en la participación política y la opinión pública en México.
28.	Marcolino Alexandre Siteo			O CONTEXTO E A SEMIOSE EM GILBERT DURAND: ANÁLISE DO IMAGINÁRIO SIMBÓLICO DO PERDÃO DE PERUS NO THANKSGIVING NORTE-AMERICANO
29.	María Alejandra Auza Garrido			Narrativas de las Crisis Políticas en Perú y Bolivia en 2019: La Perspectiva de los Legisladores en Twitter.
30.	María De Los Ángeles Freile Pinargote			Estrógeno Electoral. Ascenso de la representación femenina en alcaldías de provincia con índices adversos al desarrollo y liderazgo de la mujer. Caso Manabí, Ecuador.
31.	Martha Cecilia Franco Gómez			Concejo de Bogotá: el reto es, no caer en el marketing electoral en época electoral
32.	Michelle Annel Juárez Romero			Análisis de la opinión de los líderes sobre el discurso ideológico de la gobernadora Evelyn Salgado
33.	Mónica Ivette Ventosa Avila	Javier Puga Martínez		Radio Comunitaria y Cabildo Abierto: modelo para la democracia en México
34.	Monserrat Barranco Silva			El cringe político en México. Campañas presidenciales de 2024 en redes sociales
35.	Omar Derahin Saldaña Medrano	Ketzalcóatl Pérez Pérez		Violencia político electoral: caso red social X en las elecciones presidenciales de México 2024
36.	Santiago Mendoza Oviedo			El manejo de Instagram como canal político y comunicativo del candidato Juan Daniel Oviedo y su relación con medios comunicativos locales en las elecciones a la Alcaldía de Bogotá durante el 2023

37.	Vidal Niebles Mejía	Brenda Paola Camargo	Jose Luis Estrada	La Batalla por los Votos: Estrategias de Marketing Electoral y su Impacto Viral en la Era Digital en México y Colombia
38.	Yuniel de la Rúa Marin			Iglesia católica, redes sociales y política en Cuba.

Mesa 9 Comunicación educativa, comunicación para el cambio social y diálogo de saberes

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Bibiana Magaly Mejía Escobar	Maria José Salazar Ramírez		Estrategias de Apropiación Social del Conocimiento: Experiencias y desafíos desde la Universidad del Quindío
2.	Brayan Alexis Galicia Hernández			Pedagogía Libertaria en el México del Siglo XXI. ¿Fundamento o casualidad?
3.	Burgos, Alfredo Ismael	Meza, Lourdes Amira		La planificación estratégica comunicacional para la apertura de un museo escolar. El caso del mED, en Salta Argentina
4.	Carlos Alberto Espinosa Herrera			Las prácticas comunicativas de los niños y jóvenes de la fundación "La oportunidad" como estrategia de defensa del territorio contra la violencia, en Altos de Cazucá- Ciudad Bolívar en Bogotá.
5.	Carmen Rosa Sánchez Avilez			Construcción (abordada desde la co-creación) y desarrollo de la marca personal Consciente, a partir de identidades campesinas a través de un modelo dirigido por la investigación-acción-participación hacia las nuevas ciudadanía rurales digitales.

6.	Dandara Morilla França	Andrea Miranda Nakane	TORCIDA VERDE, AMARELA E DE TODAS AS CORES: Contribuições das Relações Públicas para promover a diversidade racial nas arquibancadas de futebol.
7.	Eliana Herrera Huérfano		Justicia comunicativa y perspectiva indígena de la comunicación
8.	Farida Rabia Sequeteiro	Flavi Ferreira Lisboa Filho	Comunicação e Cultura em Moçambique: Importância do Festival de Zalala na Divulgação, Comercialização e Troca de Bens Simbólicos Populares Locais
9.	Gabriel Jaime Vieira Posada		PROCESO DE CO-CREACIÓN INTERCULTURAL SOBRE RACISMO Y DISCRIMINACIÓN EN CONTEXTO INDIGENA EN CANADÁ
10.	Jhon Aider Dávila Fernández	Maria José Salazar Ramírez	Diálogo y transformación tecnológica: el papel del comunicador social en la ASC
11.	Juan Carlos Escobar		Procesos pedagógicos de apropiación social del conocimiento basados en comunicación digital
12.	Julio Vicente Salazar Velandia	Marisol Ramírez Rivera	La Educomunicación como estrategia de apropiación comunicativa.
13.	Julio Vicente Salazar Velandia	Patricia Pacheco-Lozano	Un meme vale más que mil palabras: El meme como unidad de información comunicativa
14.	Laura Aristizábal Jaramillo		ARPA: Estrategia educomunicativa para co-crear con jóvenes
15.	Lucero Giraldo Marin	Jorge Prudencio Lozano Botache	Prácticas de resistencia en los colectivos de comunicación audiovisual en Colombia.
16.	María Alejandra Puerta Olaya		Comunicación de la historia para no historiadores
17.	Marlon Echavarría Rodríguez		Sintonia de Paz. Cartilla edu-comunicativa para la construcción de contenidos sonoros que permitan narrar el tono de la paz en el departamento de Antioquia.

18.	Miguel Arango Marín	Maria José Arias Echavarría	Maria Antonia Restrepo Rojas	Gestar la hoguera. Experiencias de recolección co-creada de información para la valoración y apropiación del Informe Final de la Comisión de la Verdad (2022) desde la implementación de formas de comunicación interactivas y desde la participación ciudadana.
19.	Pablo Andrés Sánchez Novoa	Sergio Daniel Sánchez Pulido	Jenny Yulieth Rios Serrano	Co-creación de un modelo de gestión del conocimiento de un instituto científico en Colombia entre investigadores, gestores, comunicadores sociales de la ciencia y la ciudadanía.
20.	Ruth Estefanía Romero Urbina	Francisco Franco Rendon Rea		Construcción colectiva de un plan de comunicación estratégica en el Parque Nacional el Rey en la provincia de Salta, Argentina.
21.	Sergio Cardona Ospina			Entre aperos y angarillas Contenidos creativos y estrategias de comunicación para la expresión de la Medellín Rural
22.	Valentina Osorio Beltrán			Bioancestría: Una experiencia sonora interdisciplinaria para la concientización medioambiental.
23.	Yony Alexander Zuluaga Betancur			Fortalecimiento de las dinámicas de comunicación intercultural en comunidades étnicas de Caldas y Risaralda
24.	Yony Alexander Zuluaga Betancur			Relación de cinco comunidades étnicas de Caldas y Risaralda con su conocimiento tradicional y las prácticas culturales derivadas de este que perviven en el territorio
25.	Yudy Paola Uñate Mahecha			Usme: Territorio de saberes-narrativas y memorias alrededor de la Educación
26.	Yudy Paola Uñate Mahecha	Olga Andrea Vinasco Díaz		NARRATIVAS INTERACTIVAS EN LA PRIMERA INFANCIA

Mesa 10 Migraciones, etnias, género(s) y diversidad

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Astrid Milena Carrasquilla Puerta			Vulnerabilidades y capacidades de jóvenes de Venezuela en las ciudades de Medellín y Cali desde una perspectiva de integración
2.	Diego Santos do Canto Friedrich			Identities homosexuales masculinas en Brasil: una mirada a las masculinidades y los estudios culturales
3.	Jhon Jaime De La Rosa Bobadilla			GÉNERO, LENGUAJE Y COMUNICACIÓN. Un juego de palabras entre heteronormatividad y performatividad
4.	Marianela Luzardo Briceño	Catalina Isabel Ortiz	Solbey Morillo Puente	Felicidad y Expectativas de jóvenes adolescentes estudiantes de Medellín bajo un enfoque de género
5.	Margarita Rosa Peñaloza Durán	Sandra Milena Páez		Marica sí, pero no así: Reivindicando a los “maricas” desde los medios de comunicación
6.	María Isabel Hurtado Mejía	David Leonardo Jimenez García	Ángela Piedad Garcés Montoya	Memorias Sonoras: Relatos de Mujeres en el Rap-Caso Medellín
7.	Martha Elisa Nateras González			Las violencias de género en México: La trata con fines de explotación sexual, panorama y perspectivas
8.	Matheus Maritan			Migración, usos y apropiaciones de Social Media: Una revisión bibliográfica del caso venezolano en el campo de las ciencias sociales entre los años 2018 - 2023
9.	Mirtes de Moraes Corrêa	Denise Cristine Paiero		Refugiadas Ucranianas e Venezolanas no Brasil: Revelando Estereótipos de Gênero

10.	Pablo Alejandro Espejel Barroso	José Leonar Botero Martínez		La ideología de género y las iglesias evangélicas, caso comparado México-Colombia.
11.	Patrcicia Meneses Ortiz			Dominación, control y reproducción de explotación sexual a mujeres Reconocimiento desde el ámbito escolar Tlaxcalteca.
12.	Porfirio Mauricio Gutiérrez Cortés			Análisis de la Gobernanza de la migración y la diversidad en dos ciudades mexicanas: condiciones institucionales para la gestión de problemas y comunicación con el otro.
13.	Priscila Ferreira Perazzo	João Batista Freitas Cardoso	Karla Yolanda Covarrubias	Memórias do trauma em mulheres em migrações transnacionais: comunicação e educação no enfrentamento da violência
14.	Raul Anthony Olmedo Neri			Las representaciones mediáticas de las poblaciones LGBTIQA+ en México: apuntes para su análisis
15.	Ricardo Andrés Becerra Agudelo			Revisión de estereotipos de género presentes en los videojuegos ambientados en Colombia (2017-2022).
16.	Solbey Morillo Puente	Paula Andrea Valencia	Marianela Luzardo Briceño	Moralidad con enfoque de género en adolescentes: Un estudio exploratorio con estudiantes de Medellín
17.	Solbey Morillo Puente	Yorneylis Torres Zambrano		Legislación y violencia de género en línea: ¿Avanzando hacia la equidad digital?
18.	Tatiana Alexandra Ávila Barbosa			Empoderamiento de la mujer: Análisis ideológico desde la película La Candidata Perfecta
19.	Teresa Marinelly Agreda Sigindioy	Jesús Alberto Muñoz Mesa	Carlos Hernando Agreda Sigindioy	Reflexión docente y prácticas pedagógicas para la inclusión de saberes de la estudiantes migrantes.
20.	Yamile Johanna Peña Poveda	Pedro Martín Martínez Toro		Territorialidades emergentes en la producción de Lugares. Entre memorias, imaginarios y prácticas territorializadas.

Mesa 11. Branding, publicidad y mercadeo

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Alberto Rengifo Hidalgo			Problemas y desafíos de la publicidad intercultural inclusiva en el Ecuador
2.	Helios José Roberto Valencia Ortega			El estilo como componente comunicacional en el diseño de la marca gráfica de emprendimientos en Puebla
3.	Samuel David González Cardona			Fenomenología, branding y estrategia: cómo crear marcas que de verdad conecten con la estrategia del negocio Análisis de caso: Colegio Marymount Medellín
4.	Sergio Castaño Escobar			Comunicación de marca de Netflix Original Colombia: estudio de caso de la narcoserie Griselda

Mesa 12 Creatividad e innovación en comunicación

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Andrés Naranjo Ortiz	Viviana Moreno Villegas		De la imitación a la recreación, modelo para la nueva representación visual.
2.	Fernando Marroquin Ciendua	Alberto Luis Garcia Garcia		El autoaprendizaje en la comunicación: un análisis desde las tecnologías audiovisuales

3.	Janneth Arley Palacios Chavarro			Comunicación para la sostenibilidad (CS): principales abordajes como campo emergente en los estudios de comunicación
4.	Juan Esteban Ocampo Rendón			Inteligencia de las máquinas
5.	Karen Tatiana Cetina Delgado	Ramiro de Jesús Cárdenas Cárdenas	Yesenia Mora Bolivar	Ecosistema de medios: Un Análisis de las tendencias y hábitos de consumo en la Industria de la moda colombiana
6.	Mauricio Antonio Aragón Sánchez			NeoCápsula: Proyecto tecnológico y de comunicación creativa para detectar contenidos alterados en Internet
7.	Mauricio Montenegro			Las palabras y la forma. La sintaxis como última frontera de la creatividad algorítmica.
8.	Mónica Isabel Salazar Gómez	Mayra Alejandra Ríos Aguilar	Liliana María Gómez Céspedes	La comunicación, la creatividad y la innovación en los ecobarrios de tres ciudades colombianas: Bogotá, Cali y Cartagena.
9.	Sara Palacios Chavarro			Conservando Nuestra Herencia: Creación de una Herramienta de Traducción para Dialectos Indígenas

Mesa 13 Fotografía, imagen y memoria

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Alejandro Jiménez Salgado	Valeria Serna Jiménez		Entretejer nuevas relaciones comunicativas entre las narrativas digitales y análogas
2.	Catalina Montaña Maya	Juliana Giraldo Calderón		Narrativas locales del vestido.

3.	Claudia Solanlle Gordillo Aldana	Lina María Pava Saldaña	Lina María Pava Saldaña	Acervo de la mirada: cañaduzales, ingenios y luchas en el Valle y Norte del Cauca
4.	Diego Augusto Arango Bustamante			Imágenes e Imaginarios: Percepciones Visuales de la Migración Venezolana en Medellín.
5.	Edgar Osvaldo Archundia Gutiérrez			Fotografía: Imagen y Memoria: La Máquina del Tiempo
6.	Enrique Xavier Aguirre Belgrano			Contrapunteo fotográfico Ernesto Fierro, Melitón Rodríguez y Martín Chambi, pioneros de la fotografía latinoamericana a inicios del siglo XX
7.	Folkert Engelbert van Dunné			La fotografía en la era inmaterial
8.	Gloria Inés Ocampo Ramírez			Memoria familiar y epigenética: reconstrucción y ficcionalización fotográfica del archivo personal. Un acercamiento desde el Semillero de investigación-creación en fotografía "Desenfocados"
9.	Isabella Pérez Restrepo	Gloria Inés Ocampo Ramírez		Luigi Ghirri y la experiencia contemplativa del paisaje
10.	Jorge Eduardo Urrea Giraldo			Exploración de la Fotografía Dimensional: caracterización y técnica de Investigación-Creación
11.	Juan David Cárdenas Ruiz			La imagen digital como dispositivo de la memoria mediatizada: reflexiones a propósito de la construcción mediática de la memoria en los paros nacional de 2019 y 2021
12.	Juliana Arroyave Rincón			Reflexiones sobre la imagen en la era digital, las narrativas digitales como memoria cultural.
13.	Juliana Restrepo Santamaría			Autorreferencialidad en la obra fotográfica de Graciela Iturbide y Juan Rulfo

14.	María José Casasbuenas Ortíz			FOTO-SÍNTESIS. UNA EXPLORACIÓN DE LAS FOTO-SENSIBILIDADES EN TORNO AL UNIVERSO DE LAS PLANTAS.
15.	Mónica Medina Cuevas			La expansión de la memoria a través del web documental "Ermitaños" (Daniela Uribe, 2009)
16.	Verónica Morales García			Memorias de la gráfica popular en la zona centro-norte de Medellín
17.	Ximena Velásquez Sánchez			Fotografía vernácula y la posibilidad de una segunda vida en el campo del arte

Mesa 14 Investigación+creación en comunicación y artes (muestra audiovisual y multimedia)

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	César Augusto González Vélez			Tradición e innovación en la salsa colombiana contemporánea: Tensiones, lenguajes y puestas en escena
2.	Johanna García Ruiz			La Imagen que Somos: Estrategia de Apropiación Social del Conocimiento de CANALES, televisión digital soñada.
3.	Jorge Agudelo Jiménez	Ana Lorena Malluk Marengo		Diseño de una herramienta crossmedia para la promoción de la cultura popular en las instituciones educativas del departamento de Córdoba, Colombia.
4.	María Catalina Cruz González			(Re)configuración del pasado en el presente: la nostalgia como eje transversal en procesos de investigación-creación

Mesa 15 Investigación formativa

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Karen Dayana Arguello Núñez			La Educomunicación como estrategia de innovación en el aula para nativos e inmigrantes digitales
2.	Santiago Padilla Medina			El papel comunicativo e identitario del tatuaje en Madrid - España.
3.	Camila Ariana Serpa Periche	Cornejo Espinoza, Viviana Emely	Salas Castromonte, Catherine Alejandra	La inteligencia artificial aplicada a las Relaciones Públicas y comunicación corporativa.
4.	Sara Palacios Gómez	Lucía Margarita Ortiz Angulo	Samuel Fernando Ospina González	Ser mirada, Ser mirada: el espectador, la representación y el poder
5.	Laura Echeverry Ángel	Jairo Sojo Gómez	Camilo Torres Sanabria	NUEVOS PUNTOS DE ENCUENTRO ENTRE LAS PERSONAS Y LAS MARCAS
6.	Catalina Isabel Olarte Marín	Jhonatan Stib Maya Builes	María Isabella Villegas Hernández	EL UNIVERSO DE KIKE: Sistematización de la experiencia del proyecto de aula transmedia a través de la reconstrucción de los mundos narrativos desarrollados por los estudiantes durante el año 2022 hasta el semestre 2023-1 de la FCAV
7.	César Augusto Olaya Vanegas	Valentina Ríos González	Danayla Michel Andrades Moreno	Señales Sonoras: construcción de un acervo conceptual en el ámbito sonoro para la comunidad sorda interesada en estudiar Comunicación Audiovisual en el Politécnico Jaime Isaza Cadavid

8.	Ana Sofia Triana Beltrán	Alexandra Mazo Jaramillo	Samuel Vélez Mejía	Juntos somos udemedellín
9.	Andrea Arévalo	Keyla Monterroza Oviedo	Daniela Alexandra Rios Guarin	Diseño de una estrategia de comunicación para la divulgación del proyecto “Identidad de las mujeres excombatientes de las FARC, AUC y Fuerzas Militares antes y después de la firma de los acuerdos de paz.”
10.	Moisés Limia Fernández	Nicolle Sofía Acero Acosta	Dana Vanessa Torres Hernández	Estrategias Transmedia para fomentar el cuidado de Páramos: Caso del Páramo Cruz Verde
11.	Valerie Cristina García Ramirez	Carolina Guerra		Participación Política de Mujeres Graduas en Comunicación y Relaciones Públicas: Barreras de Género y Acciones Afirmativas en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá durante las Elecciones de 2023
12.	Isabella Zapata Ríos	Sara Mejía Orrego		Comunicación y Empleabilidad: Análisis de la Relación entre la Formación Académica y el Mercado Laboral en Colombia entre 2023 y 2024
13.	Paula Andrea Velásquez Calle	Carolina Arango Peláez	Mariana García Guerra	Laboratorio de perfiles para profesionales reales en Colombia
14.	Carolina Velásquez Ochoa	Angelica Ospina Porras	Esteban Suárez Aristizabal	El sonido de la gentrificación
15.	Jose David Castillo Clavijo			Medellín, dime de qué alardeas y te diré qué escondes. Explorando discrepancias en su narrativa popular.
16.	Mariana Vélez Ochoa			Todos perreamos con la Cenicienta
17.	Sofia Castaño Londoño			Entre Pasos y Persuasión: Descubriendo el Poder del Baile como catalizador de cambios positivos en la sociedad

Mesa 16 Temporalidad y narrativas audiovisuales

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Aimar Erkiaga Erkiaga			LA DECISIÓN DE HUIR. EL PAMPERO Y "TRENQUE LAUQUEN" (LAURA CITARELLA, 2022): UN ANALISIS SOBRE LA TEMPORALIDAD DIEGETICA Y PRODUCTIVA
2.	Bernardita M. Cubillos			Invocación de una Memoria Imperfecta: Revalorizando Archivos Fílmicos Fragmentarios en Contextos de Emergencia y Pérdida durante la Era Digital
3.	Jonatas Lopes de Oliveira			Transmidialidade na mesma mídia: poderia o filme Liga da Justiça de Zack Snyder ser considerada uma adaptação
4.	Leire Azkunaga García			Juego de matrioskas: Descomponiendo "La maravillosa vida de Henry Sugar"
5.	Víctor Lope Salvador			El tiempo del espectador en el actual espectáculo audiovisual seriado
6.	Wilson Orozco	Ósmar Gaviria	Pablo Pareja	Yo soy Betty, la fea: de la televisión ritualizada al streaming líquido

2. PONENCIAS ACEPTADAS CON OBSERVACIONES

MESA 1 Comunicación disruptiva, buenas prácticas empresariales y profesionales				
	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Carlos Mario Ríos Acevedo			Publicidad disruptiva de una empresa del sector funerario
2.	Clara Catalina Tangarife Maya	Mariana Gutierrez Uribe		LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN EL SECTOR EDUCATIVO MIRADA DESDE UN PREESCOLAR Y COLEGIO PRIVADO
3.	Claudia Margarita Mejía	Ana Gisela Pieschacon		GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN EN EL NUEVO MODELO ORGANIZACIONAL HÍBRIDO

MESA 4 Periodismo y narrativas/discursos mediáticos				
	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Andrés Alexander Puerta Molina	Lina María Velázquez Restrepo		Los editores y el lector que no lee ¿cómo contar buenas historias es una posible respuestas para la crisis de los medios?

2.	Carlos Fernando Ossa Tangarife			LA REALIDAD MUERE MIENTRAS SE TRANSMITE EN DIRECTO.
3.	Carolina Quiñónez Zuñiga	Isabel Rodríguez Bolaños	Natalia Vaca Pardo	Narrativas del periodismo ciudadano en medios universitarios, caso periódico universitario El Claustro

MESA 5 Industrias culturales y creativas

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Sergio Cardona Ospina			La expresión popular, ruralidades que palpitan entre Montañas

MESA 6 Comunicación digital e interacciones comunicativas: crossmedia, transmedia y convergencia digital

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Juan David Gil Palacio			Creación de narrativa transmedia para incentivar el pensamiento crítico a través de la divulgación astronómica
2.	Patricia Bustamante Marín	Susana Castañeda Flórez		Prácticas emergentes en el consumo de noticias por parte de los jóvenes estudiantes de periodismo y carreras de comunicación de universidades latinoamericanas

3.	Sandra Isabel Arango Vásquez	Beatriz Eugenia Quiceno	Bell Manrique Lozada	Explorando las interacciones comunicativas durante la pandemia del COVID-19: un análisis de sentimientos en los foros de discusión.
----	------------------------------	-------------------------	----------------------	---

MESA 7. Comunicación organizacional y relaciones públicas

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Beatriz Annabell Loor Avila	Fernanda Burgos González		La influencia de las Relaciones Públicas en la Comunicación Organizacional
2.	Karina Ortiz			Relaciones públicas, comunicación corporativa y permacrisis
3.	Sonia García Oñate	Joan Sebastian Rodríguez Martínez		La comunicación estratégica 360: usos e incidencias en organizaciones sociales. Entre la investigación formativa, la interdisciplinariedad y el impacto social
4.	Zorka Marilia Korianka Medrano Garcia			Herramientas digitales para la comunicación de la responsabilidad social en una universidad pública peruana.

MESA 9. Comunicación educativa, comunicación para el cambio social y diálogo de saberes

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Alma Griselda Pinillo Flores			Al rescate del Planeta: Comunicación del cambio climático para comunidades infantiles

2.	César Carrillo Trueba			La comunicación de la ciencia en la construcción de un Pluriverso desde la educación básica en comunidades indígenas de Oaxaca, México
3.	Elisa Lubeck	Flavi Ferreira Lisboa Filho		A COMUNICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA PARA O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL SUSTENTÁVEL DOS DISTRITOS CRIATIVOS
4.	Elizabeth Espinosa Arango			Comunicación para la paz, experiencia del Colectivo de Comunicaciones Jóvenes con Futuro
5.	Germán Muñoz González			La tercera generación del campo de la Comunicación Educativa
6.	Hector Alejandro Osorio Romero			Sistematización de experiencias para la divulgación del conocimiento científico en México. El caso de Divulgaciencia
7.	Jorge Andrés Cárdenas Santamaría	John Jairo Sandoval Cardozo		ARGUMENTAR LA VIOLENCIA: REPRESENTACIONES DESDE EL CUERPO, LA LITERATURA Y EL ARTE EN EL ENTORNO ESCOLAR
8.	José Carlos Cámara Molina	Marcela Durán Camero		Comunicación para la ciudadanía: una experiencia de formación universitaria
9.	Lourdes Mateos Espejel			Estrategia en la Comunicación de la ciencia para la transformación social

MESA 10. Migraciones, etnias, género(s) y diversidad

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Mercedes Lucía Posada Meola			¿Qué por qué te quiero?: Una mirada al mito del amor romántico, la misoginia, los estereotipos de género y otras prácticas patriarcales presentes tanto en las

				tramas de las telenovelas latinoamericanas como en sus bandas sonoras”
2.	Angel Ignacio Jerez Cárdenas			Las marcas del desplazamiento forzoso en el núcleo familiar.

MESA 11. Branding, publicidad y mercadeo

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Erika Marieth Barbosa Ceballos	Ingrid Caterine Luengas Fajardo		Campañas de desinformación en comunicación: estudios de caso de publicidad engañosa en Colombia.
2.	Juan Felipe Mejía Giraldo	Alexander Gil Triana	Valentina Molano Hernández	Asociación de marca con la conmemoración del Pride LGBTQ+ en Medellín (Colombia)
3.	Laura Echeverry Ángel	Patricia Rojas Barragan	Jairo Sojo Gómez	DE LAS MACROTENDENCIAS AL DESARROLLO DE PILARES DE COMUNICACIÓN ESTRATEGICOS PARA MARCAS
4.	María Victoria Pabón Montealegre	Verónica Isabel Suescún Ramírez		Análisis de la gestión de comunicación estratégica de turismo de negocios y su contribución a la consolidación de la marca ciudad Medellín.
5.	Thiago Pereira da Costa	Marcos Aurélio Castanha Junior		Grandes Proyectos para Pequeños Negocios

MESA 12. Creatividad e innovación en comunicación

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Carla Silva Santisteban Vásquez			El podcasting narrativo. Una potente herramienta para la Capacitación y Consolidación de la Cultura Corporativa en las Organizaciones.
2.	Carlos Andrés Arango Lopera	Mauricio Andrés Álvarez Moreno	Sandra Milena Castaño Rico	Comunicación disruptiva: sondeo del concepto en los entornos científicos, empresarial y de divulgación
3.	Claudia Patricia Rincon Rodriguez			Liderazgo para la Gestión del Cambio: Modelo innovador desde la comunicación universitaria
4.	Fanny Estela Duque Gómez	Iván René León Garzón	Marcela Catalina Correa Samudio	El cómic como dispositivo edu-comunicativo que aporta desde la imagen a las problemáticas de bullying en el ámbito escolar para crear entornos más seguros. Análisis semiótico-narrativo de la imagen del cómic
5.	Ivonne Rosio Ortiz Ruiz			Marca comunitaria: un desafío en la comunicación estratégica
6.	Lida Rubiela Fonseca Gómez	Jenny Paola Danna Buitrago	Janneth Arley Palacios Chavarro	Campañas de comunicación para la OWSD Colombia
7.	Luis Ramiro Leguízamo Serna			El aula como principal escenario para prevención y atención de violencias basadas en género
8.	María del Pilar Flor Sánchez	Andrea González Rodríguez		La Sala Fest: Impulsando la creatividad y la excelencia en el Periodismo Universitario
9.	Marisol Ramírez Rivera	Julio Vicente Salazar Velandia		DIVERSIDAD, APROPIACIÓN Y APLICACIÓN DEL CONCEPTO DE CREATIVIDAD EN ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES

10.	Martha Cecilia Franco Gómez			Un Concejo con “C” de Comunicación
11.	Nestor Felipe Vega Calvera			Las redes sociales como herramienta de comunicación en festivales de ilustración, caso de estudio Imago Festival.
12.	Carla Silva Santisteban Vásquez			El podcasting narrativo. Una potente herramienta para la Capacitación y Consolidación de la Cultura Corporativa en las Organizaciones.

MESA 14. Investigación+creación en comunicación y artes (muestra audiovisual y multimedia)

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Ana Lorena Malluk Marengo	Jorge Ricardo Agudelo Jiménez		Contando Mitos y Leyendas de la Región Caribe Colombiana. Estrategia educomunicativa de investigación-creación para la promoción de la cultura popular en las instituciones educativas del departamento de Córdoba, Colombia.
2.	Brayan Julián Cárdenas Robayo			Film Mayéutico – Estudio de caso del documental el Legado, un enfoque Educomunicacional Rizomico
3.	Carlos Mario Betancurth Becerra			VISUALIZACIÓN DE DATOS: UNA TÉCNICA PARA LA COMPRENSIÓN DE CONJUNTOS DE DATOS OBTENIDOS, POR MINERÍA DE DATOS, ENCUESTAS Y LEXICOMETRÍA AUTOMATIZADA.
4.	Carolina Quiñónez Zuñiga	Santiago Chacón	Wilfred Rivera Martínez	Empoderhadas: historias reales e inspiradoras de emprendedoras caucanas.
5.	Cristian Francisco Guerrero Jaramillo	Fredy Yesid Higuera Diaz		Resultados de talleres de desarrollo de competencias narrativas (simbólica, semiótico, compositiva) con

				niños, niñas, adolescentes y jóvenes adultos con discapacidad visual a través de las metodologías de fotografía participativa.
6.	Daniel Andrés Ospina Hurtado	Daniela González García		Exploración de la narrativa documental bajo las dinámicas de las redes sociales. Un proyecto transmedia
7.	David Alonso Barón López			Murales monumentales en la ciudad pandémica de la región andina: entre la inconformidad social y el mercadeo de la ciudad como marca.
8.	Diego Fernando Guisao Castañeda	Carlos Andrés Arango Lopera		EduMóvil por Colombia: de la experiencia de la Televisión Pública a la Investigación
9.	Gabriel Jaime Silva Bolívar	Juliana Silva Bolívar	Ana María Cataño Ospina	Arte telequinético: creación de obras artísticas a partir de señales electro encefalografías.
10.	Juan Carlos Córdoba Laguna			Memorias Viajantes: Materializaciones votivas del mar y la ciudad
11.	Juliana Pizarro Ibarra	Daniel Yepes Cartagena		Entornos de ciudad: concepciones de futuro, proyecto formativo integrador del programa contenidos audiovisuales para el semestre 2023-2
12.	Maribel Salazar Estrada	Diego Luis Villegas Botero	Juan Camilo Arias Moncada	Tripulantes: exploración de las narrativas transmedia en los contextos escolares
13.	Mario Naranjo Muñoz	Carolina Castaño Pérez		Cartografías de Antioquia: Expresiones Plásticas del Territorio.
14.	Paola González Salas			Reconstruyendo Temuco Antiguo en Realidad Virtual: Diseño de Personajes 3D en Unreal Engine para una Experiencia Inmersiva de la década de 1930.
15.	Sofía Mejía Serna	Vanessa Alexandra Yepes Pérez		Estrategias transmedia en el patrimonio: Apropiación de la memoria y la identidad cultural en Granada Antioquia

MESA 15. Investigación formativa

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Ana Cristina Carrera Abella			Cultura Pop, Género y Performatividad: La mujer y la feminidad en la cultura pop de los 2000's.
2.	Andrés Eduardo Rodríguez Araujo	María Alejandra Sandoval Montealegre		La comunidad Kpopper y su impacto en el debate político en redes
3.	César Alberto Aristizábal Valencia	Laura Castaño Montilla	Sofía Quintana	Narrativas del conflicto: recuperación de memoria a través de narrativas culturales en el eje cafetero
4.	Daniel Andrés Calao Villalba			La indumentaria intervenida como discurso de autenticidad
5.	Diego Armando Pinilla Chaparro	Tiffany Karina Gonzalez Neira	Sharon Ivonne Gonzalez Varela	Inclusión, tendencia o acomodación. Construcción de un manual sobre el PinkWashing, para evitar caer en los excesos.
6.	Isabela Gómez Lopera			De neas y otros filósofos. Sobre el reguetón y hegemonía cultural en la música urbana
7.	Jhon Alejandro Ruiz Rincón			Estrategias de educomunicación en torno a los fenómenos de la hiperconectividad y la infoxicación.
8.	Laura Daniela Dosa			Métodos para el tratamiento del conflicto armado en el cine
9.	María José Chinchilla Santiago			MEMORIAS DEL SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN EN FOTOGRAFÍA DE LA UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN, CASO BARRIO MORAVIA.
10.	María Paula Quintero Buriticá			Música de barrio, negocio de ciudad
11.	Nicolás Darío Páez Alape			Visiones en movimiento: El cine como herramienta de enseñanza.

12.	Santiago Ortiz Sánchez			¡Oh! Y ahora ¿quién los hará leer el correo?
13.	Shara Bibiana Ruiz Domínguez			Los factores externos que influyen en la mejora de la imagen corporativa del Centro Comercial El Gran San.
14.	Yoni Alexander Osorio			DI-VER-SOS: Sonoridades-identidades-encuentros

MESA 16. Temporalidad y narrativas audiovisuales

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Ignacio Pablo Rico Guastavino			Tiempo y temporalidad en las películas de Éric Rohmer

3. PONENCIAS PARA REUBICACIÓN DE MESA

	Nombre completo (autor 1)	Nombre completo (autor 2)	Nombre completo (autor 3)	Título de la ponencia
1.	Alia Luna Guerrero Parra	Zeidy Sofia Piedrahita Lozano		La Comunicación como Estrategia para Visibilizar la Dignidad y Derechos Menstruales en Contextos Vulnerables
2.	Álvaro González de Pablo			El Activismo de Marca: una perspectiva multistakeholder
3.	Ana Lucia Mesa Franco			Análisis de las prácticas profesionales y su coherencia con un sistema de competencias que se transforma
4.	Andrea Catalina Bernal Bustos	Laura Natalia Niño Soto		Discursos de salud mental en marcas de moda local (Koaj- Mattelsa)
5.	Andrea Rivera Ramírez	Luisa María Erazo Londoño	Nicole López Zuluaga	Análisis de estrategias de comunicación en el desarrollo de marca y comunicación digital del Clúster Agroalimentario del Quindío y el Clúster de Cafés Especiales del Quindío. Estudio de Caso.
6.	Andrés Jesús Rojas			La Nueva Frontera de la Responsabilidad Política Empresarial: El Rol del CEO en las Redes Sociales como Catalizador de Política Pública
7.	Beatriz Loor Avila	FERNANDA BURGOS GONZÁLEZ		Los principios de la propaganda y su influencia en la era digital.
8.	Brayan Julián Cárdenas Robayo			Divulgación de las Políticas Institucionales de la Universidad del Tolima por medio del Programa Transmedia Polifonías UT
9.	Carlos Manuel Hornelas Pineda			Escribiendo el futuro: La Inteligencia Artificial y el periodismo ¿amenaza u oportunidad?

10.	Dejan Gluvacevic	Andrés Felipe Giraldo Dávila		Transforming Colombia's Image on the Global Stage
11.	Diana Carolina Suárez Albano	Daniela Gomez Rios		Campus Informa: Una estrategia de transmedia educativa
12.	Doria Constanza Lizcano Rivera			Masculinidades en entredicho: violencia contra los hombres, medios mexicanos y colombianos
13.	Fabio Andres Ribero			Estrategia publicitaria para el desarrollo de contenidos para difundir productos del cacao a través del empoderamiento de los campesinos en la población de la Palmas del Socorro
14.	Fernando Arenas Vélez	N.A.		Porfirio, de Nicolás Landes: Una mirada nueva a la discapacidad en el cine colombiano.
15.	Fernando Marroquin Ciendua	Janneth Arley Palacios Chavarro	Karen Daniela Amado Gamboa	Persuasión y cosmética ecológica: un acercamiento desde la publicidad, los procesos cognitivos y los argumentos normativos.
16.	Germán Collazos Guzmán	Ciro Parra Moreno		Nueva Teoría Estratégica, paradigma relacional de la comunicación
17.	Hilmer Andres Luna Victoria Cabrera			La Realidad Virtual en los procesos de enseñanza-aprendizaje a nivel de educación superior.
18.	Ivonne Rosio Ortiz Ruiz			Explorando el sentido humano en la intervención comunicativa empresarial
19.	Jhon Eddison Arroyave Moncada			El valor paisajístico de los elementos de comunicación visual: Aproximación al papel de los elementos de comunicación visual en la calidad del paisaje urbano del centro de Medellín
20.	Johan Andrés Rodríguez Lugo			La Caricatura como Género Periodístico de Opinión
21.	Juan Carlos Ceballos Sepúlveda	Andrés Felipe Velásquez Ibarra		Jóvenes comunicaron el tropel por las redes sociales. Experiencias de Medellín y Bucaramanga

22.	Juan Carlos Córdoba	Mónica Cuervo Prados		Descripción de los contenidos de las canciones del paro nacional de 2019 y de 2021, a la luz de las mediaciones
23.	Juan David Mira Duque	Claudia Liliana Fernández Silva	María Camila Pastas Riascos	Vestidos imagen y tecnología: Una antología entre los cambios tecnológicos y los cuerpos vestidos.
24.	Juliana Silva Bolivar	Jose Miguel Restrepo Moreno	John Fredy Vergara	Largometraje Documental sobre las Transformaciones Culturales y Comunicativas de los Pueblos Embera Dóbida y Chamí del Alto Baudó.
25.	Leonardo Ariel Fernandez			Campaña #CienciaEnLaUBA: Storytelling y estrategias comunicacionales para la difusión masiva de la ciencia argentina en entornos digitales
26.	Loreto Solís Petersen			Comunicación Profesional con IA: Atributos, Roles Legislativos y Ética en Contextos Laborales
27.	Marcolino Alexandre Siteo			Estratégias discursivas de construção de hegemonia popular: Análise do discurso político-eleitoral do movimento social coletivo CDD em Moçambique.
28.	Marcolino Alexandre Siteo			A narrativa como construção histórica de uma nação: simbolismo territorial e os valores humanos, no filme "Comboio e Açúcar" de Licínio Azevedo e Teresa Pereira.
29.	Marcolino Alexandre Siteo			O Cotidiano dos Funcionários e Agentes do Estado e a implementação da Tabela Salarial Única (TSU) em Moçambique: Análise das afetações e emoções à luz da Teoria de Reconhecimento de Axel Honneth
30.	María Camila Cano Franco			ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA EL FESTIVAL DE CINE COMUNA 13 LA OTRA HISTORIA: HERRAMIENTAS, PRÁCTICAS Y PROCESOS QUE FAVORECEN SU RECONOCIMIENTO SOCIAL
31.	María José Escobar Mejía			Enredados en la Red: La Transformación de la Comunicación en la Era de la Inteligencia Artificial

32.	Nathalee Giraldo Jiménez	Jorge Mario Pineda Estrada		Herramientas de aprendizaje digitales que utilizan los estudiantes del programa de Comunicación Digital
33.	Octavio Islas Carmona	Amaia Arribas Urrutia	Raúl Herrera Echenique	La comunicación estratégica. Estrategar es verbo, no sustantivo
34.	Óscar Toloza Navarro			Experiencia pedagógica en producción y convergencia digital para emprendimientos y comunidades vulnerables
35.	Paulo Rodrigo Ranieri Dias Martino Pinto	Renato Essenfelder		Discursos sobre Inteligência Artificial na mídia brasileira: análise dos jornais Folha de S.Paulo e O Globo