



XI Congreso Internacional de Investigadores del Audiovisual

PROGRAMA

Jueves 16 de mayo de 2024

09:30 – 11:30	Salón de actos. Facultad Ciencias Sociales y de la Comunicación. Campus de Jerez.	Mesa comunicaciones 1. Modera: Alejandro Tapia Frade, profesor del Departamento de Marketing y Comunicación (UCA) y miembro del Grupo de Investigación “Comunicación estratégica e influencia en la sociedad digital”.
11:30 – 12:15	Salón de actos. Facultad Ciencias Sociales y de la Comunicación. Campus de Jerez.	Inauguración del Congreso. Participan: <ul style="list-style-type: none">• María Jesús Ortega, Vicerrectora de Investigación de la Universidad de Cádiz.• José Antonio López, Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación• Pedro Pablo Marín, Director del Departamento de Marketing y Comunicación.• D. Francisco García García. Presidente de la Asociación científica Icono14• D. Javier Sierra Sánchez. Director del Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales.
12:15 – 13:15	Salón de actos. Facultad Ciencias Sociales y de la Comunicación. Campus de Jerez.	Conferencia plenaria: “La aplicación de la inteligencia artificial en la creatividad publicitaria” Mónica Moro, CCO Agencia “This is Libre” José Olivares, profesor UCM. Presenta: David Selva, profesor del Departamento de Marketing y Comunicación (UCA)
13:30 – 16:00	Pausa almuerzo	
16:00 – 17:00	Salón de actos. Instituto Universitario para el Desarrollo Social Sostenible (Indess). Campus de Jerez	Mesa redonda: «La vulnerabilidad de las audiencias: cómo proteger y defender sus derechos en el ámbito audiovisual y digital» . Participan: <ul style="list-style-type: none">• Domi del Postigo, Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía.• Ignacio Blanco, Catedrático en Periodismo en el CEU e Investigador coordinador del proyecto Programa de Actividades sobre Vulnerabilidad Digital (PROVULDIG)• Zoraida Callejas, Profesora Titular Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos de la Universidad de Granada. Investigadora Principal del Proyecto Iveres.• Modera: Leticia Rodríguez, profesora del Departamento de Marketing y Comunicación (UCA) e investigadora principal del Grupo de Investigación “Comunicación estratégica e influencia en la sociedad digital”.
17:30	Visita Instituto Universitario para el Desarrollo Social Sostenible (INDESS). Campus de Jerez	La visita será guiada por Manuel Arana, Director del Instituto Universitario para el Desarrollo Social Sostenible (Indess).
18:00	Degustación vinos de Jerez. Sala de catas del INDESS	La Cátedra del Vino, Sociedad y Sostenibilidad de la UCA ofrecerá a degustación gratuita de vinos de Jerez para los asistentes y participantes del congreso. La cata será guiada por Serafín Jesús Cruces Montes, Director de la Cátedra del Vino, Sociedad y Sostenibilidad de la UCA

Viernes 17 de mayo de 2024

10:00 – 12:00	Salón de actos. Facultad Ciencias Sociales y de la Comunicación. Campus de Jerez.	Mesa comunicaciones 2. Modera: Alfonso Maximiliano Rodríguez de Austria, profesor del Departamento de Marketing y Comunicación (UCA) y miembro del Grupo de Investigación “Comunicación estratégica e influencia en la sociedad digital”.
12:00 – 14:00	Salón de actos. Facultad Ciencias Sociales y de la Comunicación. Campus de Jerez.	Conferencia plenaria: Zoraida Callejas. “Presentación y resultados de PROYECTO IVERES “IDENTIFICACIÓN, VERIFICACIÓN Y RESPUESTA” . El Proyecto Iveres, Codirigido por la Universidad de Granada, RTVE y la Universidad Autónoma de Barcelona, tiene como objetivo desarrollar mediante herramientas de Inteligencia Artificial un sistema automático o semiautomático de verificación que se adapte a las necesidades de los periodistas y les facilite la tarea de verificación de la información. Presenta: Javier Sierra, presidente del Foro Internacional de Inteligencia Artificial y Comunicación y Director del Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales.

Organiza



Colabora





XI Congreso Internacional de Investigadores del Audiovisual

REPARTO DE MESAS

Día 16 de mayo de 9:30 a 11:30 Mesa 1 Salón de Actos.

Modera: Alejandro Tapia Frade, profesor del Departamento de Marketing y Comunicación (UCA)

Comunicación	Autores/as
El Noticiero Cinematográfico Español (NO-DO) como fuente histórica para el estudio de la vida y obra de Salvador Dalí	Francisco Cabezuelo Lorenzo
Publicidad en Videojuegos: Una forma comercial en auge	Alejandro Tapia Frade
Del detenimiento contemplativo a la personificación del detalle. Diégesis del lugar en la obra fílmica de Makoto Shinkai	Marcos García-Ergüín Maza
La Inteligencia Artificial en la Edición de Vídeo	Carlos Canelas
How films persuade: an approach to film rhetoric from multimodality	Alfonso Maximiliano Rodríguez de Austria Giménez de Aragón
Desinformación y elecciones: análisis del contenido audiovisual de la plataforma Elecciones Transparentes	Sara González Fernández, Leticia Rodríguez Fernández y Sergio Enrique Arce García
Los alcaldes también usan las redes sociales: un estudio de su comunicación digital durante la pandemia	Pedro Pablo Marin Dueñas
Los alcaldes también usan las redes sociales: un estudio de su comunicación digital durante la pandemia	Antonio Mateo Toscano
El fenómeno de los Live Action: Estudio de las series basadas en animés a través del análisis del caso One Piece	Isabel Vázquez Sacristán, Marina Rodríguez Hernández y Ana M ^a Del Valle Morilla
Sostenibilidad y fast fashion: análisis del caso inditex	Carmen Cristófol-Rodríguez, Fran Cristófol-Rodríguez y Nuria Muñoz Fernández
Reflexiones sobre los desafíos de la IA en la producción audiovisual	Mónica Hinojosa Becerra, Isidro Marín Gutiérrez y Mónica Maldonado Espinosa

Día 17 de mayo de 10:00 a 12:00 Mesa 2 Salón de Actos.

Modera: Alfonso Maximiliano Rodríguez de Austria, profesor del Departamento de Marketing y Comunicación (UCA)

Comunicación	Autores/as
Influencers y rentabilización de imagen de marca	Carmen Torres Narváez y Elena Borau Boira
Greimas, Campbell y Díaz Ayuso: un enfoque transdisciplinar sobre la «batalla del relato»	Juan Pedro Molina-Cañabate, Paloma Piqueiras-Conlledo y María Luisa Sánchez-Calero
Desinformación y framing en los contenidos de prensa deportiva digital en España	María Jesús Fernández Torres, Elena Blanco Castilla y María del Carmen Carretón Ballester
Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) y la producción de Contenidos Digitales accesibles e inclusivos. Estudio de caso en la gestión de los destinos turísticos de Andalucía	Alexander Aguirre Montero, María Dolores Hernández Sales y José Antonio López Sánchez
Estrategia de ventanas para el éxito de una producción audiovisual	Carlos A. del Álamo Alonso, Antonio Manuel Durán Rosal y Javier Pérez Rodríguez
Transformando la experiencia del consumidor en España: personalización de contenidos y recomendaciones de productos mediante Inteligencia Artificial	Samuel Calle Mendoza y Isidoro Arroyo Almaraz
Impacto del Neuromarketing en la Desinformación de la Publicidad Política Iberoamericana: Un Estudio con Enfoque en España	Carmen Torres Narvaez
El podcast «Historias de Pergamino» Un proyecto de marketing sonoro para la comercialización del café en Honduras	Emma Camarero Calandria
Neurociencia del consumidor como herramienta para evaluar la persuasión de mensajes que fomentan comportamientos de juego responsables: Revisión de literatura y propuesta experimental	Francisco Luis Sánchez-Fernández, José-Ángel Ibáñez-Zapata, María-Isabel Viedma-del-Jesús y Luis-Alberto Casado-Aranda
Inteligencia Artificial y el Gobierno Corporativo en las Empresas. Retos para un nuevo mercado laboral	Cristina Inmaculada Paredes Serrano, Eduardo Gismera y Ana Zapatero
Ficción televisiva y transmedialidad: cuando El Ministerio del Tiempo rompió las reglas del juego	Yolanda López López
Luces y sombras de la TDT en Chile	Fernando Fuente-Alba Cariola

Organiza



Colabora

