



PROGRAMA

II Seminario de Investigaciones y Estudios del Audiovisual Consejo Audiovisual de Andalucía

Jueves 30 de octubre de 2025

9:00 INAUGURACIÓN DE LAS JORNADAS

Domi del Postigo. *Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía*

María del Mar Ramírez Alvarado. *Consejera del Consejo Audiovisual de Andalucía*

MESA 1

Modera: Isabel Pedrote. *Consejera del Consejo Audiovisual de Andalucía*

9:30 Entre formatos clásicos y memes virales: las transformaciones de los formatos televisivos tradicionales en la era del *streaming* y su recepción entre las audiencias juveniles andaluzas

Between Classic Formats and Viral Memes: The Transformation of Traditional Television Formats in the Streaming Era and Their Reception Among Young Audiences in Andalusia

Juan Francisco Gutiérrez Lozano

jfg@uma.es

Eduardo Ramos Rodríguez

eduardoramos@uma.es

9:45 Influencers y transmisión de valores al público joven y adolescente: estudio de casos de buenas prácticas en los formatos de RTVE Playz

Influencers and the Transmission of Values to Young and Teenage Audiences: Case of Studies of Good Practices in RTVE Playz Formats

María Jesús Ruiz Muñoz

mariajesus@uma.es

Mireya Carballada Camacho

mcarballada@uma.es

Estefanía Cestino González

ecestino@uma.es



10:00_Kick al asalto de Twitch: los nuevos modelos de plataformas de streaming en directo

Kick's Assault on Twitch: The New Models of Live Streaming Platforms

Antonio Cuartero Naranjo

cuartero@uma.es

10:15_“Tal Como Somos”: un ejemplo de la influencia social en la imagen de las pequeñas localidades andaluzas según su participación en programas de televisión de Canal Sur.

“Tal Como Somos”: an example of the social influence on the image of small Andalusian towns according to their participation in Canal Sur Television programs.

Elena Durán Rodríguez

elenaduranrodriguez@uma.es

MESA 2

Modera: Rocío Ruiz. *Consejera del Consejo Audiovisual de Andalucía*

10:35_Cartografía del consumo de contenidos de influencers de adolescentes y jóvenes

Mapping the consumption of influencer content by teenagers and young adults

Rebeca Suárez-Álvarez

rebeca.suarez@urjc.es

Antonio García-Jiménez

antonio.garcia@urjc.es

10:50_Entre la viralidad y la manipulación: redes sociales, publicidad y desinformación en la cultura de consumo

Virality and or manipulation: social media, advertising, and misinformation in consumer culture

Javier García López

javier.garcialopez@um.es

José Vázquez González

jvazquez9@us.es

11:05_Impacto social positivo en el bienestar emocional: análisis del rol de la identidad de los influencers y de los comentarios del público en campañas de responsabilidad social

Positive social impact on emotional well-being: analysis of the role of influencer identity and audience comments in social responsibility campaigns

María Fernández Osso Fuentes

maria.fernandez@mu.ie

Ignacio Cote Cardin

ignaciocotecardin@gmail.com

11:20_Revisión literaria del influencer de moda. Uso y relevancia en el contexto actual del fashion consumption

Literary review of the fashion influencer. Use and relevance in the current context of fashion consumption

Jonatán Camacho Escobar

joncamesc@alum.us.es

María Salinas Vázquez

msalinav@nebrija.es



11:35_ PAUSA CAFÉ | Intercambios

MESA 3

Modera: Ignacio González. *Consejero del Consejo Audiovisual de Andalucía*

12:15_ Jóvenes *influencers* sobre cine en TikTok: hacia una nueva y diversificada crítica cinematográfica

Young film influencers on TikTok: towards a new and diversified film critique

Francisco Javier Ruiz del Olmo

fjruiz@uma.es

12:30_ De *influencer* a celebridad: redefiniendo la fama a través de las redes sociales. Estudio de caso

From influencer to celebrity: redefining fame through social media. Case study.

Cristina González Oñate

onate@uji.es

Marialejandra Zorrilla Lizardo

al404507@uji.es

12:45_ Evangelizar con 'likes'. El papel de los *influencers* católicos andaluces en la era digital

Evangelizing with 'likes': The role of andalusian catholic influencers in the digital age

Carlos Saénz-Torralba

carlos.comdig@gmail.com

Diego Berraquero Rodríguez

diegobr@euosuna.org

Francisco Javier Cristòfol Rodríguez

franciscojavier.cristofol@unir.net

13:00_ Análisis del sector de los *influencers* virtuales humanizados creados con inteligencia artificial en España

Analysis of Sector of the Humanized Virtual Influencer Created with Artificial Intelligence in Spain

Sergio Jesús Villén Higuera

svillen@us.es

Almudena Mata Núñez

amnunez@us.es

MESA 4

Modera: Mateo Rísquez. *Consejero del Consejo Audiovisual de Andalucía*

13:20_ Medios digitales como prescriptores del análisis visual de lo social

Digital Media as Promoters of Visual Analysis of the Social Sphere

Mario Pérez-Montoro Gutiérrez

perez-montoro@ub.edu

13:35_ Buenas prácticas educomunicativas en las asociaciones de prensa andaluzas

Best educommunication practices in Andalusian press associations

Laura López Romero

lauralopezr@uma.es



13:50_Creando marca a través de las redes: La radio universitaria vía podcast como triada entre marcas, *influencers* y consumidores

Building a brand through social media: University radio via podcast as a triad among brands, influencers and consumers

Rodrigo Elías Zambrano

rodrigoelias@us.es

Alberto Martín García

alberto.martin.garcia@uva.es

Francisco Cabezuelo Lorenzo

fcabezue@ucm.es

14:05_La integración del *influencer* en la estrategia digital de la empresa sanitaria y farmacéutica: implicaciones para la publicidad y la sociedad

The integration of influencers into the digital strategy of healthcare and pharmaceutical sector: implications for advertising and society

Gloria Jiménez Marín

gloria_jimenez@us.es

Nuria Sánchez Gey Valenzuela

nsanchez-gey@us.es

14:20_CIERRE DE LAS JORNADAS

Dirección:

Consejo Audiovisual de Andalucía
C/ Pagés del Corro, 90B. 41010 Sevilla

Contacto:

620816423 | 954786580

Coordinación del Seminario:

Consejera María del Mar Ramírez Alvarado
mariam.ramirez.alvarado@juntadeandalucia.es

***Este programa puede estar sujeto a cambios**