

Día	SALAS	SALA 4		SALA 5		SALA 6		SALA por confirmar		
	EJE	EJE 2 Políticas de Comunicación y Cultura		EJE 5 Nuevas Tecnologías de la Información y el Conocimiento		EJE 4 Estructura de la Comunicación				
Martes 12	4:00 - 5:30 PM	Eula Cabral	Comunicação e cultura na era digital: entre concentração e democratização midiática	Victor Ricardo Ramirez Vázquez	Los efectos especiales en el cine. La aplicación de las nuevas tecnologías como forma privatizada del conocimiento al servicio del capital	Sandra Vázquez	La expulsión de los pueblos y comunidades indígenas del espectro radioeléctrico en México	Presentaciones del libros		
		María Consuelo Lemus Pool	Políticas públicas para el fortalecimiento de las capacidades y alcance de los medios de comunicación del tercer sector en México	Jesús Ramé López	Modos de producción en el nuevo paradigma digital de la postproducción fílmica: "Materialidad elusiva" en el paso del <i>manufacto</i> al <i>artefacto</i>	Azahara Cañedo, Belén Galletero Campos, David Centellas y Ana Ma. López Cepeda	La oferta programática de Servicio Público en las plataformas a la carta de las televisiones autonómicas de España			
		Claudia Cecilia Flores Pérez	Las políticas de Comunicación en México y su impacto transexual	Cinthy Pires Oliveira y Maira Xavier	Algoritmo e cadeia audiovisual no consumo digital	Yulmar Montoya	Radio comunitaria de Costa Caribe em Nicaragua y desarrollo social			
		María Isabel Fernández Alonso	Las políticas relativas a la publicidad institucional del Gobierno Español	Fernando Cruz Quintana	El resurgimiento de los audiolibros en la era del streaming	Cinthy Pires Oliveira	Voz das comunidades. Estudo de caso			
		Marc Espín Heras	El papel del PP, el PSOE, Podemos y Ciudadanos en la reforma del modelo gobierno de la Corporación de Radio y Televisión Española (2017-2021)	Marcos Dantas y Thiago de Oliveira	Trabalho social gratuito e o leilão de dados na publicidade digital	Bruna Távora	De Jeca Tatu a Zê Brasil: sistema de signos no Movimento dos Pequenos Agricultores no Rio de Janeiro			
	RECESO									
	5:45 - 7:30 PM	Belén Galletero Campos	La dimensión política de la publicidad institucional: el caso de Castilla y León	Dardo Emanuel Neubauer	Obsolescencia programada: del industrialismo al post-industrialismo y la cuarta revolución industrial.	EJE 3 Comunicación Ciudadanía y Democracia				
		Miguel Álvarez Peralta	El reparto de publicidad institucional como herramienta de intervención política en el mercado comunicacional. Estudio de caso: Navarra.	Marcos Dantas y Ana María de Almeida Ribeiro	O trabalho informacional e a rotação do capital na logística postal, impulsionados pela pandemia COVID-19	Lenin Martell y Antonio Calderón	Del debate internacional al concepto de servicio público de radiodifusión			
		Quique Badia y Mercè Díez	La inversión en publicidad institucional de la administración pública local en España: análisis de los casos de Madrid y Barcelona	Marcos Dantas y Ana María de Almeida Ribeiro	O trabalho informacional na indústria cultural coreana: caso de estudio banda B.T.S.	Sandra Flores Guevara	SUMA, el Sistema Universitario de Medios Autónomos, una ventana de contenidos ante los desafíos de la era digital. La radiodifusión en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.			
		Aida Martori Muntsant	Publicidad institucional: regulación, procesos y transparencia en el Reino Unido.	César Augusto Rodríguez Cano	Los medios en las redes. Un modelo para estudiar los sistemas mediáticos en la era digital.	Mireille Campos Arzeta	Las radios comunitarias e indígenas: ¿frumió el nuevo sector mediático en los currículos de las universidades públicas de la Ciudad de México y zona metropolitana?			
Juan Carlos Gil González		Una propuesta por el periodismo de calidad en el siglo XXI: análisis crítico-práctico del Código Deontológico de la FAPE.			Raul Anthony Olmedo Neri	La voz que mueve. Reflexiones sobre las radios comunitarias en el siglo XXI. Nosotros/ellos desvelando los actores del discurso periodístico oficial en la Cuba de 1993				
					Laura Roque Valero	La radio universitaria en pandemia: repensando la información y la cercanía hacia las audiencias				
					Marina Vázquez Guerrero					