MARATÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS · 5.ª EDICIÓN

Programa completo

Sábado 26 de septiembre de 2026 · de 6:45 a 22:00, hora de Colombia (UTC−5) · en directo y gratuito

Sesiones	26, sin pausa entre una y otra
De ellas, paneles	9
Ponentes y moderadores	43, de 16 países
Etapas temáticas	3
Asistir	Gratuito, con inscripción previa en maratondelasrrpp.org

Apertura · 6:45–7:00

6:45–7:00 · Bienvenida — Inauguración: bienvenida y hoja de ruta del día

Presentación oficial de la jornada, con un repaso de las tres etapas temáticas y las dinámicas de participación para los asistentes.

Sonia Yánez Blum · Directora académica · Ecuador / Austria

Etapa 1 · Ética, gobernanza y autoridad algorítmica · 7:00–12:30

Regulación y uso ético de la IA, protocolos organizacionales y reputación algorítmica, junto con thought leadership, el Marco ACA™ y la formación profesional del sector.

7:00–8:00 · Panel — IA y la nueva relación entre medios y agencias de comunicación

Un diálogo entre líderes de agencias y medios sobre cómo la inteligencia artificial está redefiniendo la colaboración, la confianza y los flujos de trabajo entre ambos sectores.

Luis Felipe Sánchez Lam · Fundador y director general, Estrategia Digital PR · Secretario general de CONFIARP · Honduras

Claudia Contreras · Editora de Innovación, Revista Estrategia & Negocios · El Salvador

Xiomara Herrera · Directora general, AXIOMA Comunicación Estratégica · Presidenta CONFIARP · El Salvador

Modera: Sonia Yánez Blum · Directora académica · Ecuador / Austria

8:00–8:15 · Charla — EU AI Act: ética y regulación para el ejercicio profesional de RRPP

Una explicación clara del marco regulatorio europeo de IA y sus implicaciones éticas y legales para comunicadores fuera y dentro de la Unión Europea.

Patrick Henz · Coordinador Observatorio IA, CLET · Estados Unidos

8:15–8:30 · Charla — IA, contratos y propiedad intelectual: lo que todo relacionista público debe saber (título provisional)

Un acercamiento práctico a los aspectos legales del uso de IA en RRPP, con foco en contratos, propiedad intelectual y los riesgos jurídicos que enfrenta el sector.

Raif Daher · Representante de CLET en Brasil · Abogado · Brasil

8:30–9:30 · Panel — ¿Quién decide qué se automatiza? Protocolos de IA en empresas

Un análisis de cómo las organizaciones están estableciendo (o deberían establecer) reglas claras sobre qué procesos comunicacionales pueden automatizarse y quién tiene la última palabra.

Chris Meniw · CEO, Chris Meniw Foundation · Argentina

Sonia Yánez Blum · Founder, Blum Digital PR · Ecuador / Austria

Modera: Verónica Suárez · Directora de I Global Comunicaciones · Consultora en RRPP · Ecuador

9:30–10:00 · Diálogo + Q&A — Reputación y autoridad algorítmica: los nuevos activos de marca

Una conversación que define estos dos conceptos emergentes y explica por qué determinarán la visibilidad de las marcas ante sistemas de IA.

Sonia Yánez Blum · Academia ARP · Ecuador / Austria

Augusto Ayesta · CEO y fundador, Trend PR & Reputación · Perú

10:00–10:30 · Charla — Thought leadership como motor de autoridad de marca

Estrategias prácticas para posicionar a líderes y organizaciones como referentes confiables de su industria.

José Manuel Ospinal · Cofundador y CEO, OS Latam · Perú

10:30–11:00 · Conferencia — Midiendo la autoridad de marca ante la IA con el Marco ACA™

Presentación de una metodología concreta para medir cómo la IA percibe y posiciona a una marca, con ejemplos reales en ChatGPT, Gemini y Perplexity.

Sonia Yánez Blum · Academia ARP · Ecuador / Austria

11:00–12:00 · Panel — Qué perfil piden hoy las agencias y las empresas, y cómo se forma después del título

Qué busca realmente el mercado cuando contrata para un área de comunicación, y cómo sigue formándose quien ya salió de la universidad: certificaciones, gremios, formación en la propia agencia y aprendizaje sobre la marcha con herramientas de IA.

Rosi González · CEO, Agencia Podium · Panamá

María Patricia Graf · MPG Comunicación · Ecuador

Ancízar Vargas · Doctor en comunicación · Presidente, Academia Colombiana de Relaciones Públicas · Colombia

Cindy Huaripata Yizuka · Directora y fundadora, FeedBack Comunicación Empresarial · Directora nacional de Desarrollo Profesional, Colegio de Relacionistas Públicos · Perú

Modera: Katherine Calero · Decana de la Facultad de Comunicación, Humanidades y Creatividad, ECOTEC · Ecuador

12:00–12:30 · Charla — Redes sociales, RRPP e IA: las métricas y contenidos que marcan tendencia

Un repaso de los formatos y métricas que están ganando relevancia en redes sociales gracias a la integración de IA en su producción y análisis.

Marlene Mosquera · Investigadora en métricas y reputación · España

Etapa 2 · IA, contenidos y ecosistema mediático · 12:30–17:00

Periodismo con IA, automatización y agentes de PR, GEO y protección frente a deepfakes, además de la formación universitaria y el contenido corporativo útil para los medios.

12:30–13:30 · Panel — Cómo usar la IA en periodismo sin perder la credibilidad

Un debate sobre cómo integrar herramientas de IA en la producción periodística sin comprometer la confianza del público.

José Roberto Arteaga · Editor adjunto, Forbes México · México

Sauris Ramírez · Catedrático, Universidad Autónoma de Santo Domingo · Periodista y escritor · República Dominicana

Franco Marín Toro · 2.º vicepresidente, Colegio Profesional de Relacionadores Públicos de Chile · Chile

Modera: Cecilia Herbas · Directora, Catomedia · Directora de Relaciones Públicas e Institucionales, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil · Ecuador

13:30–13:55 · Charla — Reposicionar tu marca cuando la búsqueda ya no es como era

Un análisis sobre la transición de Google a los agentes de IA como nuevos intermediarios de búsqueda, y cómo proteger la visibilidad de marca en ese cambio.

Gloria Marzo · CEO, elements digital · Experta en reputación online y gestión de crisis · España

14:00–14:30 · Charla — Qué es GEO y cómo lograr que la IA cite tu marca

Introducción a la optimización para motores generativos (GEO), la disciplina que busca que los sistemas de IA mencionen y recomienden correctamente a una marca.

Cristina Aced · Consultora en comunicación digital · España

14:30–15:20 · Panel — Proteger la credibilidad de marca frente a los deepfakes

Estrategias de prevención y respuesta ante contenido falso generado por IA que puede dañar la reputación de una marca o figura pública.

Javier G. Amblar · Fundador, consultoria.uno · Consultor estratégico en IA y autoridad profesional · España

María Elena Monroy · CEO, MM Comunica INC · Mentora de visibilidad y estratega de lanzamientos · Estados Unidos

Natalia Prestes · Asesora de ceremonial y protocolo, Ejército Nacional · Vicepresidenta de AURP · Uruguay

Moderación por confirmar

15:20–16:00 · Panel — Educar comunicadores para la era de la IA

Una reflexión sobre los cambios curriculares y pedagógicos que necesitan las universidades para preparar a los futuros profesionales de la comunicación.

Sylvia Poveda · Catedrática, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Espíritu Santo · Ecuador

Olisarith Polanco · Presidenta, Colegio de Relacionistas de Venezuela (Seccional Falcón) · Docente, Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda · Venezuela

Carolina Cerruti · Catedrática y directora de la Sede Nueva Córdoba, Universidad Siglo 21 · Argentina

Modera: Sonia Yánez Blum · Directora académica · Ecuador / Austria

16:00–16:30 · Taller — Contenido corporativo que sí sirve a los medios en tiempos de IA

Un taller práctico sobre cómo producir materiales corporativos (comunicados, notas, recursos) que realmente sean útiles y utilizables por periodistas en un entorno saturado de contenido generado por IA.

July Ruiz Herrería · Estratega en comunicación, relaciones públicas y reputación · Ecuador

16:30–17:00 · Masterclass — La dimensión humana de la reputación en las RRPP

Una reflexión sobre el rol insustituible del criterio humano, la ética y la empatía en la gestión de la reputación, incluso con IA de por medio.

Maritza Mosquera · PhD · Expresidenta de CONFIARP y de APREPPA · Investigadora y autora · Panamá

Etapa 3 · Crisis, sostenibilidad y reputación en acción · 17:00–21:40

Gobernanza aplicada y crisis amplificadas por IA, ESG y credibilidad frente al greenwashing, métricas reputacionales, y la construcción de referentes con las herramientas profesionales del sector.

17:00–17:30 · Masterclass — Gobernanza de IA: de la herramienta al protocolo organizacional

Una guía para pasar del uso informal de herramientas de IA a la construcción de protocolos formales de gobernanza dentro de una organización.

Zazil Chagoya · VP zona norte, CONFIARP · México

17:30–18:00 · Caso en vivo · Parte 1 — Crisis amplificada por IA: el concepto y el caso

Sesión dividida en dos momentos de quince minutos y dos voces. Luz Mejía explica el concepto y el contexto de una crisis de reputación amplificada por inteligencia artificial. A continuación, Sonia Yánez Blum presenta el caso concreto que servirá de base para la resolución en vivo, más adelante en la jornada.

Luz Mejía · APREPPA · Panamá

Sonia Yánez Blum · Directora de la Maratón de las RR.PP. y de la Academia de Relaciones Públicas · Ecuador / Austria

18:00–18:45 · Panel — IA, sostenibilidad y confianza: compromiso real frente a promesa vacía

Un análisis crítico de cómo distinguir entre estrategias de sostenibilidad genuinas y greenwashing potenciado por narrativas generadas con IA.

Víctor Manuel Vega Reyes · Director de IA y Proyectos Estratégicos, AmeDigital · CEO, Rubicón Consulting · CLET · México

Ingrid Zurita · Directora de Relaciones Públicas, Colegio de Relacionistas de Venezuela (Seccional La Guaira) · Profesora, Universidad Nacional Experimental Marítima del Caribe · Venezuela

Modera: Jesualdo Salazar · Director de Asuntos Internacionales, Colegio de Relacionistas de Venezuela · Venezuela

18:45–19:00 · Charla + Q&A — La paradoja verde de comunicar sostenibilidad con IA

Una reflexión breve sobre la contradicción de usar tecnología de IA de alto consumo energético para promover mensajes de sostenibilidad ambiental.

Verónica Farías Rivero · Especialista en comunicación estratégica y gobernanza ética de IA, CLET/FIDE · México

19:00–20:00 · Panel — Las métricas que hoy definen la reputación de una marca

Una puesta en común sobre los indicadores más relevantes para medir la reputación corporativa en el contexto actual, marcado por la IA y los nuevos canales digitales. Kerlly Yance lleva al panel su tema propio: «Cuando la IA habla de tu marca: nuevos desafíos para la reputación corporativa».

Karla Rico Gil · Fundadora y directora, ALLYPRIM Comunicación Estratégica · México

Kerlly Yance · Docente e investigadora en Comunicación, Universidad Tecnológica ECOTEC · Ecuador

Modera: Thamara Laurens · Directora, Red ComuniCorpo · Venezuela

20:00–20:30 · Caso en vivo · Parte 2 — Resolución de la crisis

Cierre y resolución de la simulación de crisis iniciada en la Etapa 3, con análisis de las decisiones tomadas y lecciones aprendidas.

Sonia Yánez Blum · Directora académica · Ecuador / Austria

20:30–21:00 · Workshop — De profesional a referente: construir reputación en la era de la IA

Un taller orientado a la marca personal, con herramientas prácticas para que los comunicadores se posicionen como referentes en su especialidad.

Rina Pinoargote · Consultora en RRPP y marca personal · Estados Unidos

21:00–21:40 · Panel — Las herramientas del RRPP moderno: entre lo probado y la IA

Un balance entre las herramientas tradicionales que siguen funcionando en RRPP y las nuevas soluciones de IA que están transformando la práctica diaria.

Edith Verdejo · Verdejo Comunicaciones Corporativas · México

María Luisa Mercado · Foro Mundial de las RRPP · México

Maria C. Brusadin · Responsable de redes y ceremonial, Municipio de Juanicó · AURP · Uruguay

Moderación por confirmar

Cierre · 21:40–22:00

21:40–22:00 · Cierre — Síntesis, reconocimientos y cita para 2027

Resumen de los aprendizajes clave del día, entrega de reconocimientos, premios y diplomas, y anuncio de la próxima edición del evento.

Sonia Yánez Blum · Academia ARP · Ecuador / Austria