

**Profesorado del
máster Curso
2024/2025**

**Máster Interuniversitario en
Dirección Estratégica
e Innovación en Comunicación**



Facultad de Ciencias Sociales y de la
Comunicación

Contenidos

Listado y CV breve del profesorado del Máster, 4

Listado y CV breve del profesorado del Máster

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Ana Almansa Martínez (Universidad de Málaga)	anaalmansa@uma.es

Curriculum vitae

Profesora Titular de Universidad, en la Universidad de Málaga. Cuenta con más de treinta artículos publicados en revistas indexadas y, en total, con más de sesenta artículos en revistas científicas de España, Colombia, Brasil, Chile, Ecuador, Bolivia y México. Autora de libros como *Ciberdemocracia y ciudadanía; Las relaciones de confianza. Agentes, medios y ciudadanía; Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación. La dirección de comunicación en la actualidad; Nuevos medios en Comunicación Política; Assessorías de Comunicação, Teoría, estructura y funcionamiento de los gabinetes de comunicación;* y de más de cincuenta artículos en revistas científicas.

En la actualidad, investigadora principal en el proyecto de investigación Lobby y Comunicación en la Unión Europea. Análisis de sus estrategias de comunicación (Programa I+D+I, 2020, PID2020-118584RB-I00), del proyecto La participación ciudadana en Andalucía a través de canales digitales: estudio de la adaptación a la ley de participación ciudadana y propuestas de mejora (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, Convocatoria de Ayudas a Proyectos I+D+i en el Marco del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014-2020, UMA20-FEDERJA-004); y del proyecto Observatorio de los gabinetes de comunicación de Andalucía (Junta de Andalucía, Modalidad Retos Consolidado, referencia P18-RT-3243). Además, ha sido IP del proyecto La Comunicación de los bienes patrimoniales para el desarrollo económico y social de Andalucía (Centro de Estudios Andaluces, referencia PRY223/17) y del proyecto Lobby y Comunicación en España (Ministerio de Ciencia e Innovación. Programa Nacional de I+D, referencia CSO2016-79357-R).

Editora de la Revista Internacional de Relaciones Públicas. Coordinadora del Máster Oficial Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación. Coordinadora en Málaga del Doctorado Interuniversitario en Comunicación. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0256-6369> Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=Q8LWr1AAAAAJ&hl=es&oi=ao>

Palabras clave / Líneas de investigación

Dirección de comunicación; comunicación institucional; comunicación política; ciberdemocracia; ciudadanía.

Publicaciones destacadas

REVISTA LATINA DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Autores: Ana Almansa-Martínez, María Jesús Fernández y Leticia Rodríguez. Título: Desinformación en España un año después de la COVID-19. Análisis de las verificaciones de Newtral y Maldita. Revista: Revista Latina de Comunicación Social, (80), 183-200. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1538>. Fecha Publicación: 2022.

REVISTA INTERNATIONAL JOURNAL OF ENVIRONMENTAL RESEARCH AND PUBLIC HEALTH. Autores/as: María Jesús Fernández, Ana Almansa-Martínez y Rocío Chamizo-Sánchez. Título: Infodemic and Fake News in Spain during the COVID-19 Pandemic. Revista: International Journal of Environmental Research and Public Health, 18 (JCR). DOI: 10.3390/ijerph18041781. Fecha publicación: 2021.

REVISTA EL PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN. Autores: Marta Gil, Ruth Gómez de Travesedo y Ana Almansa-Martínez. Título: Political debate on YouTube: revitalization or degradation of democratic deliberation? Revista: El profesional de la información (JCR). DOI: 10.3145/epi.2020.nov.38. Publicación: 2021.

REVISTA COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE. Autores/as (p.o. de firma): Ana Almansa-Martínez y Elizabet Castellero-Ostio. Título: Lóbis espanhóis no Registo Europeu de Transparência. Revista: Comunicação e Sociedade (Scopus), pp. 109-126. [https://doi.org/10.17231/comsoc.0\(2020\).2743](https://doi.org/10.17231/comsoc.0(2020).2743). Fecha publicación: 2020. País: Portugal.

REVISTA EL PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN. Autores/as (p.o. de firma): Ana Almansa-Martínez; Ana Belén Fernández-Souto. Título: Professional Public Relations (PR) trends and challenges. Revista: El profesional de la información (JCR), Vol. 29, Nº 3, 2020, pp. 01-06. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.03>. Fecha publicación: 05/05/2020. País: España.

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Lucía Benítez Eyzaguirre <i>(Universidad de Cádiz)</i>	lucia.benitez@uca.es

Curriculum vitae

Profesora Titular de la Universidad de Cádiz (UCA). Actualmente es la coordinadora y profesora del Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación, y profesora en el Máster en Dirección de Marketing Digital y Social, ambos en la UCA. Doctora por la Universidad de Sevilla. Premio Extraordinario de Doctorado de la Universidad de Sevilla y Premio RTVA a la mejor tesis doctoral de Comunicación. Formadora y consultora en comunicación, tecnologías e innovación. Periodista, socióloga y realizadora.

La Dra. Benítez ha contribuido con 40 artículos publicados en revistas indexadas (6 de ellos JRC y 9 SRJ), 51 capítulos de libros, 12 monografías y 91 ponencias en congresos internacionales y reuniones científicas. Actualmente participa en tres proyectos financiados por la Comisión Europea, en diferentes convocatorias, además de uno I+D del sistema nacional, otro con Fondos FEDER y un proyecto concedido por la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AACID) en régimen abierto y competitivo. También ha participado en otros 41 proyectos de las mismas características -en tres de ellos como Investigadora Investigador Principal (IC)-, y en 19 proyectos de Innovación Docente -en cuatro de ellos como IC- de diferentes enfoques y metodologías, con equipos y grupos de investigación de España y otros países. La trayectoria de la Dra. Benítez está marcada por un estudio constante y un amplio esfuerzo en Comunicación en sus diferentes facetas, tarea que aborda desde enfoques interdisciplinarios y con perspectiva de género, para acercarse a la complejidad y profundas transformaciones generadas por el impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Ha investigado sobre Comunicación y transformaciones sociales y políticas en varios países de África y América Latina, así como sobre prácticas y transformaciones de las TIC desde una perspectiva de género. Ha sido investigadora y profesora en universidades de Marruecos, Cabo Verde, Chile, El Salvador, Guinea Ecuatorial y Ecuador. Subdirectora de la revista Teknokultura, forma parte del Comité de Expertos de la Asociación Española de Información y Comunicación (AEIC) y es miembro de

la Junta Directiva de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC).

Palabras clave / Líneas de investigación

Comunicación digital, Género, Comunicación audiovisual, Comunicación para el Desarrollo, Tecnopolítica y ciberactivismo

Publicaciones destacadas

Benítez-Eyzaguirre, Lucía, de-Marcos, Celia y Acosta-Calderón, Lucía. (2023). La hiperconversación, el diálogo aumentado del mundo móvil a través del WhatsApp. *Revista Mediterránea de Comunicación*. ISSN: 1989-872X DOI:<https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23272>

Benítez-Eyzaguirre, Lucía. (2021). La cultura brogrammer y el sexismo digital (pp. 71-96). En: F. Sierra y Alberich, J. (ed.), *Cultura digital, nuevas mediaciones e identidades culturales*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-58-7

Benítez-Eyzaguirre, Lucía y Arencón-Beltrán, Sandra. (2020). Epistemología feminista y digital en el análisis de la comunicación del ciberfeminismo/Feminist and digital epistemology in the analysis of cyberfeminism communication. *IC: Revista Científica de Información y Comunicación*, (17), 369-394. Sevilla, España: Universidad de Sevilla. ISSN: 1696-2508. ISSNe: 2173-1071 DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/IC.2020.i01.16> URI: <http://hdl.handle.net/10498/24144>

Benítez-Eyzaguirre, Lucía y Sierra Caballero, F. (2020). TIC y comunicación para el desarrollo (pp. 1- 222). Cataluña, España: Editorial UOC. ISBN: 978-84-91-80708-7. Disponible en: <http://www.editorialuoc.cat/tic-y-comunicacion-para-el-desarrollo>

Benítez-Eyzaguirre, Lucía. (2019). Ética y transparencia para la detección de sesgos algorítmicos de género/Ethics and transparency for detection of gender bias in algorithms. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(3), 1307-1320. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid. ISSN: 1988-2696 DOI: <https://doi.org/10.5209/esmp.66989> URI: <http://hdl.handle.net/10498/22841>

Nombre y apellidos	Correo electrónico
Eva Bermúdez Figueroa (Universidad de Cádiz)	eva.bermudez@gm.uca.es

Curriculum vitae

Licenciada en Sociología por la Universidad de Salamanca, Doctora con Mención Internacional en Ciencias Sociales por la Universidad Pablo de Olavide, Posgrado en Género, identidad y ciudadanía por la Universidad de Cádiz, y Máster en Exclusión, integración social y ciudadanía por la UNED.

Su línea de investigación principal es el género, la acción social y el sindicalismo, junto con el trabajo de las mujeres. En esta línea de investigación, ha realizado estancias de investigación en la Universidad Queen Mary de Londres en el grupo de investigación Centre of Equality and Diversity, así como en la Alliance Manchester Business School, de la Universidad de Manchester, en el grupo de investigación European Work and Employment Research Centre (EWERC). Es miembro de la Red de Investigación de Relaciones de Género en el mercado de trabajo y el Estado de Bienestar (RN14 - Gender Relations in the Labour Market and the Welfare State) de la Asociación Europea de Sociología.

Miembro del grupo de investigación SEJ-657: Transformaciones y conflictos en las sociedades contemporáneas (TCSC). En la actualidad participa en el proyecto de I+D+I del plan Nacional de Excelencia en Investigación “La política del espacio de la fuerza laboral en la industria logística”.

Ha publicado en revistas internacionales como International Migration, Employee Relations o Labor History, así como otras de carácter nacional de reputado prestigio como Sociología del Trabajo o Cuadernos de Relaciones Laborales. Ha editado tres monografías y más de 25 capítulos de libro. Ha participado en el equipo investigador del Erasmus+ Programme Módulo Jean Monet “Civil society organisations and policy making in the EU”, y en Proyecto New Quality in Education for Gender Equality -Strategic Partnership for the Development of Master`s Study Program LAW AND GENDER, LAWGEM, KA2 Strategic Partnerships for higher education. Ha sido responsable del proyecto de investigación OTRI La infrarrepresentación de las mujeres en el Ayuntamiento de El Puerto de Santa María entre 2018-2019 y del proyecto “Mujeres y sindicalismo en el Marco de Jerez (1966-2015)” de la Universidad de

Cádiz. Así mismo, ha participado como investigadora en los proyectos sobre Mujeres especialmente vulnerables ante la violencia de género: mujeres de edad avanzada y mujeres con capacidades diferentes, financiado por el Instituto Andaluz de la Mujer, así como en el Proyecto sobre la prevención del acoso sexual y sexista en la Universidad de Cádiz financiado por el Pacto de Estado contra la violencia de Género.

A nivel externo al ámbito docente ha desarrollado experiencia como socióloga en la Diputación de Cádiz y Ayto. de Jerez, y ha sido coordinadora transnacional de dos proyectos de la IC EQUAL en la Mancomunidad de la Sierra de Cádiz (EQUAL- Adaptagro e EQUAL- Ímpetus), participando como ponente en reuniones EQUAL internacionales y del Proyecto Europeo Gründtvig, para la elaboración de un protocolo de la Igualdad de género en la formación no reglada.

Palabras clave / Líneas de investigación

Género y empleo, trabajo, mujeres y sindicalismo

Publicaciones destacadas

- Bermúdez Figueroa, E., Dabetić, V., Yuste, R. P., & Saeidzadeh, Z. (2023). Gender and Structural Inequalities from a Socio-Legal Perspective. In Vujadinovic D. Fröhlich M., Giegerich, T. (2023) ,Gender-Competent Legal Education (pp. 95-142). Cham: Springer International Publishing.
- Bermúdez-Figueroa, E., Minguela, A. y Escrivá, A. (2022): Dual-career Spanish couples in Europe: work-family balance in childcare. *International Migration*, <http://doi.org/10.1111/imig.13047>
- Bermúdez-Figueroa, E. and Roca, B. (2022), "Gender labor inequalities in the public sector: the interplay between policy and micro-politics", *Employee Relations*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/ER-06-2020-0306>
- Bermúdez Figueroa, Eva Y Roca, Beltrán (2021): Desigualdad de género y agencia femenina en el sector público externalizado. *Cuadernos de relaciones laborales*, ISSN 1131-8635, Vol. 39, Nº 2, 2021, págs. 391-410
- Bermúdez-Figueroa, E. (2021). Gendering the Public Sector: Women's Status in Local Administrations. A Case Study from Spain. *Journal of International Women's Studies*, 22(7), 107-120.
- Bermúdez Figueroa, E., y Roca Martínez, B. (2019). Participación de mujeres en el movimiento sindical. Análisis desde la perspectiva de los recursos de

poder. Sociología Del Trabajo, 53-72. <https://doi.org/10.5209/stra.66435>

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Mar Bornay Barrachina (Universidad de Cádiz)	mariadelmar.bornay@uca.es

Curriculum vitae

Maria del Mar Bornay Barrachina es profesora Titular de Universidad, del Departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz. La profesora desarrolló su tesis doctoral sobre liderazgo, creatividad e innovación en las organizaciones: un enfoque a nivel de equipo”, entre la Universidad de Central Florida (EEUU) y la Universidad Pablo de Olavide, defendida en 2007.

La profesora ha realizado estancias pre y post doctorales de investigación en el extranjero, concretamente en University of Central Florida (EEUU), en la Universidad de Nebraska-Lincoln (EEUU), y en la Texas Christian University (Texas, EEUU), que le ha permitido especializarse en esta materia y dirigir 1 tesis doctoral. Su producción científica ha dado lugar a la presentación de más de 30 contribuciones a congresos, conferencias científicas y seminarios nacionales e internacionales. Siguiendo esta línea de investigación, esta profesora, ha participado durante más de 18 años en distintos proyectos de investigación financiados por el MINECO e instituciones públicas. Además, ha sido beneficiaria e investigadora principal de un proyecto de investigación financiado por la Universidad Pablo de Olavide (2017-2018), y es también investigadora principal de un proyecto I+D+i en el marco del programa operativo FEDER Andalucía (2020-2021). En el ámbito internacional, es miembro investigador de un proyecto titulado Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness (GLOBE 2020).

Sus principales líneas de investigación se centran en la Gestión de los Recursos Humanos, equipos de investigación científica, y concretamente en el área de comportamiento organizativo del liderazgo. Entre sus publicaciones más recientes, relacionadas con este proyecto, se encuentran los trabajos sobre Liderazgo estratégico, liderazgo relacional y capital social y humano, publicados en British Journal of Management, Journal of Business and Psychology, o International Journal of Human Resource Management, entre otras.

Además, participa activamente en diversas actividades de investigación y organización de eventos científicos– revisora de trabajos científicos para revistas de impacto clasificadas en el JCR (European Journal of Work and Psychology, International Journal of Human Resource Management, R&D Management o Personnel Review, entre otras), miembro de comités científicos y organizadores de congresos nacionales de ACEDE, e internacionales como Workshops on Human Resource Management.

Su labor docente ha sido amplia, variada y reconocida en sus evaluaciones (DOCENTIA) con dos menciones especiales de excelencia. La amplitud de dicha docencia incluye primeros y segundos ciclos, posgrados, doctorado, docencia en lengua extranjera –inglés, en títulos oficiales, así como enseñanzas en lengua inglesa a alumnos extranjeros pertenecientes al Centro Universitario Internacional de la Universidad Pablo de Olavide. Ha desempeñado diversos cargos como coordinadora de movilidad de la Facultad de Ciencias Empresariales y coordinaciones de materias en grados, dobles grados y posgrado, además de pertenecer a distintas comisiones académicas de masters oficiales durante más de 6 años. Actualmente, es además, la coordinadora del Grado en Gestión y Administración Pública. Ha desarrollado también actividades de evaluación tanto internas a su universidad como externas, como la participación en Tribunales internacionales de evaluación de Tesinas, correspondientes a programas oficiales de la Universidad Carlos III de Madrid.

Palabras clave / Líneas de investigación

Liderazgo; Relaciones de Empleo; Sostenibilidad; Innovación.

Publicaciones destacadas

Bornay-Barrachina, M., Guerrero-Villegas, J., López-Fernández, M. & Ruiz, M. (2023). European Research on Management and Business Economics, 29(2).

Herrero, I., & Bornay-Barrachina, M., (2023). Leadership in a different light: understanding co-worker exchange in a triad. Review of Managerial Science, 1-28.

Bornay-Barrachina, M., Herrero, I. (2018). Team creative environment as a mediator between CWX and R&D team performance and moderating boundary conditions. Journal of Business and Psychology, Vol. 33, pp. 181-202. DOI: 10.1007/s10869-017-9495-8.

Bornay-Barrachina, M., López-Cabrales, A. y Valle-Cabrera, R. (2017). How do employment relationships enhance firm innovation? The role of Human and Social capital. *International Journal of Human Resource Management*, Vol. 28(9), pp. 1363-1391.

DOI:10.1080/09585192.2016.1155166.

López-Cabrales, A., Bornay-Barrachina, M., Díaz- Fernández, M. (2017). Leadership and Dynamic Capabilities: The Role of Human Resource Systems. *Personnel Review*, Vol. 46(2), pp. 255-276.

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
María Amparo Cadavid Bringe	maria.cadavid@uniminuto.edu

Curriculum vitae

Es profesora titular de la Maestría en Comunicación Estratégica y Cambio Social de UNIMINUTO en Bogotá, Colombia. Historiadora y Magíster en Comunicación por la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá y Master in Communications de Simon Fraser University, Canadá. Actualmente doctoranda en comunicación por la Universidad de Cádiz. Ha sido profesora invitada en varias universidades de América Latina, España, Inglaterra, Pakistán, Australia.

Antes de llegar a la vida académica fue gestora y productora de procesos comunicativos encaminados a la construcción de convivencia, la paz y el desarrollo por 20 años. Consultora en este campo para entidades de cooperación internacional como el Banco Mundial, la Unión Europea, la GIZ y otras. Cuenta con amplia experiencia en trabajo de campo tanto con organizaciones sociales como con instituciones. En la vida académica su trabajo se ha centrado en la comunicación transformadora, el cuidado del ambiente y el agua, la construcción de paz, el campo de la comunicación-educación. Adicionalmente ha desarrollado un trabajo de investigación participativa en diálogo de saberes y co-creación en una relación estrecha entre la academia y las comunidades.

Actualmente es miembro del grupo de investigación “Comunicación Lenguaje y Participación” reconocido por MinCiencias de Colombia, miembro de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación y miembro honorario de la International Association for Media and Communication Research, donde actualmente es Chair de la Sección de Medios Comunitarios. En 2018 obtuvo la mención de mejor investigadora de Colombia por la Asociación Colombiana de Facultades y Programas de Comunicación.

Palabras clave / Líneas de investigación

Comunicación estratégica y cambio social, agua y medio ambiente, construcción de paz, mediaciones, investigación participativa y co-creadora, comunicación-educación

Publicaciones destacadas

- (2024) *El Libro del Agua en el sur de Bolívar (Ed). Bogotá Fescol-Uniminuto*
- (2024) Con Herrera E., Vega, Jair: "Minga for Indigenous Collective Communication: Indigenous Communication Public Policy in Colombia" en *The Oxford Encyclopedia of Race, Ethnicity, and Communication*.
- (2024) "Comunicación organizacional, estrategia y responsabilidad social" en Espitia, J. y Gutiérrez, O. *Comunicación estratégica integral. Abordajes diversos para strategar nuevos caminos*. Bogotá, UNIMINUTO
- (2023) "La comunicación desde la Experiencia" en *Mujeres de la Comunicación* 2. Bogotá, FESCOL
- (2020) *Co-creación del Campus Universitario del sur de Bolívar - CUSB*, en Mediawelso, Z., Reyes, A., Plata, J.: "Marco de Referencia para la investigación y acción con la comunidad", Bogotá/Londres, Universidad de Los Andes, Lincoln University
- (2020) *Agua para la vida, Agua para la Paz*, en Mediawelso, Z., Reyes, A., Plata, J.: "Marco de Referencia para la investigación y acción con la comunidad", Bogotá/Londres, Universidad de Los Andes, Lincoln University
- (2019) Con Bohórquez L. y Nieto, A.: *Narrativas de la reconciliación en el sur de Bolívar* en Pereira JM (ed.): "Buen vivir, Cuidado de la casa común y reconciliación", Bogotá, Editorial Universidad Javeriana.
<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/44332>
- (2016) Con Herrera E., Fayad D., Vega J.: "Apropiación de TIC, pueblos indígenas y procesos políticos de resistencia en Colombia: el caso del Tejido de la Comunicación", en Sierra F. y Gravante T. (Coords): *Tecnopolítica en América Latina y El Caribe*, Quito, CIESPAL.
- (2015) *Con Eliana Herrera y David Fayad: "Life plans, communication and resistance in Colombia's Native People"* en el *International Journal of Communication*

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Lucía Caro Castaño (Universidad de Cádiz)	lucia.caro@uca.es

Curriculum vitae

Lucía Caro Castaño es doctora en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Cádiz (mención premio extraordinario). Ha sido profesora asociada en la Universidad de Sevilla y en la actualidad imparte docencia en la Universidad de Cádiz.

La investigadora mantiene en la actualidad dos líneas de investigación. La primera se centra en el estudio de las redes sociales digitales en tanto que tecnologías de la identidad cuyas potencialidades (*affordances*) favorecen modos de concebir y presentar la identidad individual en términos de autopromoción. En concreto, analiza el desarrollo de dos nuevas prácticas culturales como son la microcelebridad y la marca personal. La segunda línea de investigación estudia la emergencia de nuevos formatos y estrategias publicitarias y de relaciones públicas desarrolladas por marcas, agencias y nuevos intermediarios en el ecosistema de medios digital.

Palabras clave / Líneas de investigación

Redes sociales digitales, relaciones públicas, publicidad, autopromoción, comunicación política.

Publicaciones destacadas

Artículos en revistas científicas

CASTILLO ESPARCIA, A., CARO CASTAÑO, L. & ALMANSA MARTÍNEZ, A. (2023). Evolution of digital activism on social media: opportunities and challenges. *Profesional De La información*, 32(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.may.03>

- CARO CASTAÑO, L. (2022). Playing to be influencers: A comparative study on Spanish and Colombian young people on Instagram. *Communication & Society*, 35(1), 81-99. <https://doi.org/10.15581/003.35.1.81-99>
- CARO CASTAÑO, L. & GALLARDO HURTADO, L. (2022). “We have an Ondas Award and a lot of anxiety”: Engagement strategies and parasociality of the Estirando el chicle podcast. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 67, 145-165. DOI: <<https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3570>
- CARO CASTAÑO, L., & SELVA RUIZ, D. (2020). Data storytelling: el empleo de datos en la construcción de relatos publicitarios de marca. *Comunicación y Hombre*, 16, 35-57. <https://comunicacionyhombre.com/article/data-storytelling-empleo-datos-la-construccion-relatos-publicitarios-marca/>
- CARO CASTAÑO, L. (2017). El discurso de la autopromoción y la autenticidad en las redes sociales: la marca personal y la microcelebridad. *Área Abierta*, 17(3), 395-411. <http://dx.doi.org/10.5209/ARAB.52438>
- CARO CASTAÑO, L. (2017). Las redes sociales y la cultura de la autopromoción. Apuntes para una teoría de la identidad mosaico. *Doxá Comunicación*, 24, 13-36. <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/713>
- CARO CASTAÑO, L. (2016). Microcelebridades y comunicación encubierta online en España. El caso de #Pentatrillones. adComunica. *Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 11, 121-144. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2016.11.8>
- CARO CASTAÑO, Lucía (2017). El discurso de la autopromoción y la autenticidad en las redes sociales: la marca personal y la microcelebridad. *Área Abierta* (ISSN 1578-8393), vol. 17, nº 3, pp. 395-411. <http://dx.doi.org/10.5209/ARAB.52438>
- SELVA RUIZ, D. & CARO CASTAÑO, L. (2017). El uso de Instagram como herramienta de comunicación política por parte de los diputados españoles: la estrategia de humanización en la “vieja” y la “nueva” política. *Profesional de la Información* (ISSN 1386-6710), vol. 26, nº 5, pp. 903-915. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.12>
- CARO CASTAÑO, Lucía (2017). Las redes sociales y la cultura de la autopromoción. Apuntes para una teoría de la identidad mosaico. *Doxá Comunicación* (ISSN: 1696-019X / e-ISSN 2386-3978), nº 24, pp. 13-36. <https://recyt.fecyt.es/index.php/doxacom/article/view/58388>

SELVA RUIZ, David & CARO CASTAÑO, Lucía (2016). El uso de datos en la creatividad publicitaria: el caso de 'Art, Copy & Code' de Google. *Profesional de la Información* (ISSN 1386-6710), julio- agosto, vol. 25, nº 4, pp. 642-651. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.jul.14>

CARO CASTAÑO, Lucía (2015). Translated Bodies: The Hyper-Ritualization in the Representation of the Male Body among Spanish Youth in Social Networking Sites, en REY, J. (ed.): *The Male Body as Advertisement: Masculinities in the Hispanic Media*. New York: Peter Lang, pp. 139-148 (ISBN 978-1-4331-2837-0). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=700486>

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Antonio Castillo Esparcia (Universidad de Málaga)	acastilloe@uma.es

Curriculum vitae

Catedrático de Universidad. Autor de más de 170 publicaciones en revistas científicas (65 artículos), libros y capítulos de libro (87 aportaciones), presencia en congresos nacionales e internacionales (102 congresos científicos y de innovación docente), acciones de liderazgo en proyectos de investigación (un total de doce de los que siete son como investigador principal), dirección de proyectos de innovación educativa (cuatro como máximo responsable), y actividades de gestión Universitaria como Director de Departamento –desde 2013 hasta la actualidad- y Vicedecano de Ordenación Académica (tres años).

Participa en procesos de evaluación de profesorado, títulos y proyectos de investigación en la Agencia Estatal de Investigación (Proyectos de I+D+i de MINECO y Programa Juan de la Cierva), en la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU) y Agencia de Calidad del Sistema Universitario Vasco (UNIBASQ).

Director y Coordinador de Programas de Doctorado desde el año 2003 hasta 2012, con mención especial al Doctorado internacional entre la Universidad de Málaga y la Universidad Mayor de Chile. Desde el año 2009 es el Director del Máster Oficial Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación, de carácter interuniversitario con la Universidad de Cádiz. En el ámbito de la Universidad de Málaga es miembro de la Comisión de Contratación de Profesorado, de la Comisión del Plan Docente, del Plan Estratégico, del Claustro y ha sido Secretario de la Junta de Personal Docente e Investigador.

En su faceta investigadora es revisor de textos científicos de cuatro revistas incluidas en el JCR y de otras 6 revistas nacionales e internacionales. Miembro del Editorial Board de la revista Public Relations Inquiry (Sage, Inglaterra) y de Organicom (Universidade de Sao Paulo, Brasil).

Cuenta con dos sexenios concedidos (último del año 2013) y con tres quinquenios docentes.

Ha dirigido 37 tesis doctorales, todas con la máxima calificación y doce de ellas con mención europea o internacional.

En Google Scholar cuenta con 1252 citas y un Índice H de 16 y un Índice H i10 de 23. Cuenta con un RG Score 14.67, H-index: 8.

Palabras clave / Líneas de investigación

Comunicación Política, Relaciones Públicas, Investigación en Comunicación.

Publicaciones destacadas

Las relaciones Iglesia-Estado durante el régimen franquista. Estudio de su evolución histórica reflejada en la celebración de actos oficiales (2019), en *Historia y comunicación social* 24.1, 61-76.

Altmetrics, alternative indicators for Web of Science Communication studies journals (2019), *Scientometrics*.

Relationship between participation in forums and blogs of political debate on the internet and the monitoring of political information in professional media: Evolutionary analysis 2011-2016. *El profesional de la información*, v. 27, n. 6, pp. 1248-1256.

Testing the level of interactivity of institutional websites: From museums 1.0 to museums 2.0 (2016), *International Journal of Information Management*, Volumen: 36 (1) Páginas: 97-104.

Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud Colombiana y Española (2014), *Comunicar*, Número 40, Páginas:127-135.

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Nazaret Castro (Universidad de Cádiz)	nazaretcastro@gmail.com

Curriculum vitae

Investigadora contratada en el Proyecto **La política del espacio de la fuerza laboral en la industria logística** de la UCA (PID2021-122890OB-I00). Cuenta con una extensa experiencia profesional en el campo del periodismo y la comunicación, así como con una extensa formación académica transdisciplinaria, que abarca los campos de la Comunicación, las Ciencias Sociales y la Economía Social. Su experiencia como investigadora se ha centrado en el análisis de las cadenas globales de producción, distribución y consumo, desde la perspectiva de la comunicación para la transformación social y en análisis de los movimientos sociales contrahegemónicos y con un enfoque transversal de género. Residió diez años en Buenos Aires (Argentina), donde participa del **Grupo de Investigación Intervención Feminista (GIIF)** adscrito a la Universidad de Buenos Aires (UBA), coordinado por las Dras. Verónica Gago y Lucía Cavallero; el **Grupo de Estudios en Geopolítica y Bienes Naturales (IEALC-UBA)** adscrito a la Universidad de Buenos Aires (UBA), coordinado por el Dr. Bruno Fornillo; y el **Centro de Estudios Estudios Sociales de la Economía (CESE)** adscrito al IDAES-UNSAM (Universidad de San Martín, Buenos Aires). En la actualidad reside en la provincia de Cádiz y es miembro del **Grupo de investigación Transformaciones y Conflictos en las Sociedades Contemporáneas**, adscrito a la UCA y coordinado por el Dr. Beltrán Roca, y de la **Red Iberoamericana de Investigación en Trabajo, Género y Vida Cotidiana (TRAGEVIC)**. Desde 2021 coordina el grupo de investigación **Luchas desde el campo: antiextraextractivismo, agroecología y sindicalismo desde un enfoque feminista**, junto a [La Laboratorio Espacios de Investigación Feminista](#) y JornALERAS de Huelva en Lucha (JHL).

Palabras clave / Líneas de investigación

Comunicación para la acción social, consumo, feminismo, movimientos sociales, sistema agroalimentario

Publicaciones destacadas

Castro, Nazaret y Ana Pinto (2023): ***Abramos las cancelas. La lucha de las jornaleras de Huelva por otro modelo de agricultura.*** Madrid: Traficantes de Sueños. ISBN: 978-84-19833-03-7

Castro, Nazaret, Brenda Chávez y Laura Villadiego (2021): ***Consumo crítico. El activismo rebelde y la capacidad transformadora de la solidaridad.*** Madrid: Catarata (en coautoría con Laura Villadiego y Brenda Chávez). ISBN 978-84-1352-349-1.

Castro, Nazaret y Laura Villadiego (2020): ***Carro de Combate. Consumir es un acto político.*** Madrid: Clave Intelectual. 2ª edición actualizada y ampliada (hay una 3ª edición para América Latina: Buenos Aires, Capital Intelectual, 2021), con prólogo de Joan Martínez Alier. ISBN 978-84-122252-4-2.

Castro, Nazaret, Aurora Moreno y Laura Villadiego (2019): ***Los monocultivos que conquistaron el mundo. Impactos socioambientales de la caña de azúcar, la soja y la palma aceitera.*** Madrid: Akal, con prólogo de Maristella Svampa. (Hay edición latinoamericana: Buenos Aires, Akal, 2020). ISBN 978-84-16842-43-8.

Castro, Nazaret (2017): ***La dictadura de los supermercados. Cómo los distribuidores deciden lo que consumimos.*** Madrid: Akal (Hay edición latinoamericana: Buenos Aires, Akal, 2019). ISBN 978-84-460-4454-3.

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Marcial García López (Universidad de Málaga)	marcial@uma.es

Curriculum vitae

Profesor Titular de Universidad en la Universidad de Málaga. Docente en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, responsable de las asignaturas Creatividad Publicitaria y Comunicación en ONG y Movimientos Sociales. Actualmente, Vicedecano de Estudiantes, Cultura y Cooperación en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Investigador en el proyecto I+D+I “Prodrugage juvenil en las redes sociales y manifestaciones de las desigualdades de género: nuevas formas de violencia” FEM2017-83302-C3-2-P, financiado en el marco del Plan Nacional de Investigación. Investigador en varios proyectos I+D+I anteriores en torno a la Comunicación la Educación y el Cambio Social. Miembro y coordinador de varios Proyectos de Innovación Educativa financiados por la UMA que abordan los Derechos Humanos, la Solidaridad, el Cambio Social y la Comunicación en el ámbito de la Educación Universitaria y su transferencia a la sociedad. Investigador en el Grupo de Investigación PROCIE (HUM619), en el que viene participando y participa en proyectos y contratos con incidencia social e innovación educomunicativa. Autor y coordinador de varias publicaciones sobre innovación en comunicación, publicidad institucional y comunicación para el cambio social. Autor y coautor de artículos y capítulos de libros en revistas y editoriales de prestigio. Docente en másteres oficiales de la UMA, UCA, UCLM, US, UJI. Profesor del Programa de Doctorado de la UMA “Educación y Comunicación Social”.

Palabras clave / Líneas de investigación

Comunicación para el cambio social, comunicación participativa, estrategias narrativas en comunicación, publicidad institucional, creatividad publicitaria y

nuevas tendencias.

Publicaciones destacadas

García López, M. y Simancas González, E. (2018). Y la creatividad se hizo relato. Creatividad publicitaria y estrategias narrativas en la comunicación social. En L. Rodríguez Martín, F. García García, V. Tur-Viñes e I. Arroyo Almaraz (Coords.), Creatividad en Publicidad. Del impacto al comparto, pp. 191-214. Madrid: Dykinson. ISBN: 978-84-9148-567-4.

Simancas González, Esther y García López, Marcial. Título: “Gestión de la comunicación en las universidades públicas española”, en El profesional de la información, Vol. 26, Nº 4, 2017 (Ejemplar dedicado a: Comunicación política I). Páginas, inicial: 735 final: 744 Fecha publicación: 2017 ISSN 1386-6710.

Simancas González, Esther y García López, Marcial. Título: “Historia de un secuestro: de la Iglesia a la Marca. Evolución histórica de la universidad en España” en Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación. Número: 133. Páginas, inicial: 173 final: 190 (Ejemplar dedicado a: Capitalismo Cognitivo y Comunicología. La subsunción del trabajo intelectual) Fecha publicación: 2016 ISSN 1390-1079, ISSN-e 1390-924X Lugar de publicación: Quito (Ecuador).

García López, Marcial y Simancas González, Esther. Título: “La lucha está en el relato. Movimientos sociales, narrativas transmedia y cambio social” Revista: Cultura, Lenguaje y Representación. Cultura-Culture, language and representation: revista de estudios culturales de la Universitat Jaume I cultural studies journal of Universitat Jaume I (Ejemplar dedicado a: Communication and social change/Comunicación y cambio social) Volumen 15 (2016) Páginas, inicial: 139 final: 151 ISSN:1697-7750 e-ISSN: 2340-4981 Lugar de publicación: Castellón, España.

Ana Jorge Alonso, Rocío de la Maya Retamar, Marcial García López. Título: “Tratamiento informativo de la violencia de género en la televisión pública andaluza. Incumplimiento del código deontológico en Canal Sur”, en Revista Latina de comunicación social. ISSN-e 1138-5820 Páginas: 994-1006 Nº. Extra 71, 8, 2016 (Ejemplar dedicado a:

EXTRA: VIOLENCIA DE GÉNERO Y COMUNICACIÓN) Fecha
publicación: 2016 ISBN 978-84-16458-48-6 Lugar de publicación:
Universidad de La Laguna, Canarias.

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Francisco Javier Godoy Martín (Universidad de Cádiz)	franciscojavier.godoy@uca.es

Curriculum vitae

Licenciado en Periodismo por la Universidad de Sevilla y Doctor en Dirección Estratégica en Comunicación por la Universidad de Málaga. Actualmente es profesor en el Departamento de Marketing y Comunicación de la Universidad de Cádiz, con docencia en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, en el Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación y en el Máster en Dirección de Marketing Digital y Social.

Su principal línea de investigación está orientada a las estrategias y técnicas de relaciones públicas para la comunicación de las organizaciones, especialmente en el ámbito digital. Ha sido miembro de los comités evaluadores de distintas revistas y congresos internacionales especializados en comunicación.

En el ámbito profesional, ha trabajado para gabinetes de comunicación de la Junta de Andalucía y en varias agencias de publicidad y comunicación, tanto nacionales como internacionales, especializado en la comunicación externa, la comunicación de grandes eventos industriales y de negocios y las relaciones con los medios de comunicación.

Palabras clave / Líneas de investigación

Relaciones públicas, comunicación externa, relaciones con los medios, comunicación estratégica, redes sociales, comunicación de crisis

Publicaciones destacadas

- Almansa Martínez, A. y Godoy Martín, F. J. (2024). Las Relaciones Públicas ante la crisis de la desinformación. En M. I. Trevisan Fossá, F. Frá Fernandes y G. L. Caporal Soares (coords.), *Estratégias de Comunicação e Relações Públicas em contextos organizacionais emergentes* (pp. 28-39). Editora Poisson.
- Godoy Martín, Francisco Javier (2023). Percepción de los periodistas andaluces sobre la rueda de prensa online como herramienta de relaciones públicas en la pandemia de Covid-19. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(1), 105-116. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.77874>
- Godoy Martín, Francisco Javier (2022). Estrategias de comunicación de crisis en redes sociales: El caso del incremento del precio de los carburantes. *Visual Review. International Visual Culture Review*, 11(2), 1-10. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3651>
- Godoy Martín, Francisco Javier (2022). Evaluación y andamiaje en los estudios de Máster. Aplicación a la creación de una campaña de comunicación digital. *Human Review. International Humanities Review*, 13(6), 1-14. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v11.4088>
- Moreno Cabanillas, A., Godoy Martín, F. J. y Castillo-Esparcia, A. (2022). Competencias profesionales en los departamentos de comunicación: una valoración comparativa de los Grados universitarios. En S. Liberal Ormaechea y A. Barrientos Báez (coords.). *Tecnologías y metodologías para el aprendizaje por competencias* (pp. 73-87). McGraw Hill.
- Godoy Martín, Francisco Javier y Almansa Martínez, Ana (2018). Comunicación externa de las empresas a través de Facebook: hacia la búsqueda del modelo de Relaciones Públicas predominante. En C. Carretón (coord.). *Oportunidades en la Estrategia de Relaciones Públicas: Estudios y casos* (pp. 135-155). Tirant Lo Blanch.

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Diego Gómez Carmona (Universidad de Cádiz)	diego.gomezcarmona@uca.es

Curriculum vitae

El profesor Gómez Carmona es doctor desde el año 2020 en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Granada, posee un Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor, es Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y Diplomado en Ciencias Empresariales. Su vinculación como profesor con la Universidad de Granada comienza en noviembre de 2016 y finaliza en mayo de 2017, año en que comienza a trabajar en la Universidad de Cádiz donde actualmente realiza sus funciones como docente. Ha participado en 10 proyectos de innovación docente. Ha dirigido 35 trabajos fin de grado. En la actualidad dirige una tesis doctoral, y 5 trabajos fin de máster (TFM). Es miembro del grupo: Innovación social en Marketing (SEJ482), del Instituto universitario para el Desarrollo Social Sostenible (INDESS) y de su comisión de investigación.

En 2022 y 2023 realizó una estancia de investigación en CinTurs - Research Center for Tourism Sustainability and Well-being de la Universidad del Algarve. Sus principales líneas de investigación son el medio ambiente, la eficacia publicitaria y el comportamiento del turista en internet desde la perspectiva del neuromarketing. Ha publicado 24 artículos científicos en revistas indexadas en WoS, de los cuales 14 están recogidos por la base Journal Citation Reports, en revistas como: Physiology and Behavior, Journal of Destination Marketing & Management, Environmental Communication, International Journal of Environmental Research and Public Health, Foods, Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, Journal of Cleaner Production, International Journal of Social Psychology, DYNA, REVESCO (en el área de comunicación, Management, Computer Science, Psicología). Además, 21 de sus trabajos están recogidos en SCOPUS, IN-RECS o revistas ESCI. También ha publicado 20 capítulos de libro, la mayoría de ellos publicados por editoriales internacionales de prestigio como IGI-Global, Dykinson o Thompson Reuters.

Asiste como ponente regularmente desde 2017 a los Congresos más prestigiosos en el campo del marketing y la comunicación a nivel nacional (Congreso Internacional de Marketing AEMARK) e internacional (Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica). Ha participado con 40 contribuciones a congresos de ámbito internacional dando difusión y divulgación a los resultados de sus investigaciones. Ha obtenido varios reconocimientos por sus trabajos como, un premio al mejor trabajo de investigación y un premio recientemente otorgado por la Neuromarketing Science & Business Association por la calidad del trabajo de investigación y su importancia para el campo del neuromarketing. Ha participado como miembro de distintos equipos de investigación en contratos OTRI con la Universidad de Málaga y en la actualidad forma parte del equipo de trabajo de la Cátedra del Vino, Sociedad y Sostenibilidad donde participan Caja Rural y Universidad de Cádiz.

Palabras clave / Líneas de investigación

1. Efectividad publicitaria medioambiental
2. Comportamiento del consumidor
3. Comportamiento del turista online
4. Neuromarketing

Publicaciones destacadas

- Gómez-Carmona, D.**, Marín-Dueñas, P. P., Tenorio, R. C., Domínguez, C. S., Muñoz-Leiva, F., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2022). Environmental concern as a moderator of information processing: A fMRI study. *Journal of Cleaner Production*, 369, 133306. doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.133306 (IF JCR 2021: 11.072 Q1) (1º) (Nº de citas:2)
- Muñoz-Leiva, F., Hernández-Méndez, J., & **Gómez-Carmona, D.** (2019). Measuring advertising effectiveness in Travel 2.0 websites through eye-tracking technology. *Physiology & behavior*, 200, 83-95. doi.org/10.1016/j.physbeh.2018.03.002 (IF JCR 2019: 2.945 Q2) (3º) (Nº de citas:147)
- Anbarasan, R., **Gomez Carmona, D.**, & Mahendran, R. (2022). Human Taste-Perception: Brain Computer Interface (BCI) and Its Application as an Engineering Tool for Taste-Driven Sensory Studies. *Food Engineering Reviews*, 1-27. doi.org/10.1007/s12393-022-09308-0 (IF JCR 2020: 5,758 Q1) (2º) (Nº de citas:11)

- Gómez-Carmona, D.,** Muñoz-Leiva, F., Paramio, A., Liébana-Cabanillas, F., & Cruces-Montes, S. (2021). What Do You Want to Eat? Influence of Menu Description and Design on Consumer's Mind: An fMRI Study. *Foods*, 10(5), 919. doi.org/10.3390/foods10050919 (IF JCR 2021: 4.350 Q1) (1º) (Nº de citas:7)
- Gómez-Carmona, D.,** Muñoz-Leiva, F., Liébana-Cabanillas, F., Nieto-Ruiz, A., Martínez-Fiestas, M., & Campoy, C. (2021). The Effect of Consumer Concern for the Environment, Self-Regulatory Focus and Message Framing on Green Advertising Effectiveness: An Eye Tracking Study. *Environmental Communication*, 15(6), 813-841. doi.org/10.1080/17524032.2021.1914701 (IF JCR 2021: 2.848 Q2) (1º) (Nº de citas:9)

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Jaime Guerrero Villegas (Universidad de Cádiz)	jaime.guerrero@uca.es

Curriculum vitae

Jaime Guerrero Villegas es profesor Titular de Universidad del departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz. Su carrera profesional se ha desarrollado en torno a dos líneas de investigación. La primera de ellas, centrada en el principal órgano de gobierno de la empresa, esto es, el consejo de administración. La segunda línea de investigación se centra en la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la Sostenibilidad.

Actualmente es el investigador principal de un proyecto de investigación del plan nacional titulado “Economía circular y adopción de estrategias medioambientales proactivas en empresas multinacionales europeas: un enfoque contingente” TED2021-130960A-I00. Ha participado en diversos proyectos y grupos de investigación tanto de ámbito nacional como autonómico. También cabe destacar su participación, desde 2019, como miembro investigador del equipo España, en el proyecto de investigación de ámbito internacional Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness (GLOBE). GLOBE es un proyecto que se desarrolla desde hace 20 años en más de 154 países. El objetivo del proyecto es analizar la cultura, el liderazgo y las prácticas empresariales alrededor del mundo.

Como resultado de su investigación ha publicado numerosos artículos científicos. También ha publicado libros y capítulos de libros en editoriales de prestigio tales como Springer. El candidato ha presentado más de 30 trabajos en congresos de ámbito nacional e internacional. Además, participa activamente en diversas actividades de investigación y organización de eventos científicos nacionales e internacionales –miembro del comité organizador del XVII Congreso Nacional de Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE), XXXIII Congreso Anual de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM) y de diversos “International Workshop on Human Resources Management”. Realiza habitualmente labores

de revisor en revistas de alto impacto tales como Journal of Business Ethics, Management Decision y Journal of Work y Organizational Psychology.

Palabras clave / Líneas de investigación

Recursos Humanos, sostenibilidad, Responsabilidad Social Corporativa, consejos de administración

Publicaciones destacadas

Bornay-Barrachina, M., Guerrero-Villegas, J., López-Fernández, M. y Ruiz-Rodríguez, M. (2023). Pressures for sustainability and strategic responses on employment relationships: the role of the HR manager. ***European Research on Management and Business Economics***. Vol. 29, N°2, pp. 1-11. DOI: 10.1016/j.iedeen.2023.100219.

Duque-Grisales, E., Aguilera-Caracuel, J., Guerrero-Villegas, J. y García-Sánchez, E. (2020). Does green innovation affect the financial performance of Multilatinas? The moderating role of ISO 14001 and R&D investment. ***Business Strategy and the Environment***. Vol. 29, N°8, pp. 3286-3302. DOI: 10.1002/bse.2572.

Duque-Grisales, E., Aguilera-Caracuel, J., Guerrero-Villegas, J. & García-Sánchez, E. (2020). Can proactive environmental strategy improve Multilatinas' level of internationalization? The moderating role of board independence. ***Business Strategy and the Environment***. Vol. 29, N°1, pp. 291-305. DOI: 10.1002/bse.2377.

Guerrero Villegas, J., Sierra García, L. & Palacios Florencio, B. (2018). The role of sustainable development and innovation on firm performance. ***Corporate Social Responsibility and Environmental Management***, Vol. 25, N°6, pp. 1350–1362. DOI: 10.1002/csr.1644.

Aguilera Caracuel, J. & Guerrero Villegas, J. (2018). How Corporate Social Responsibility Helps MNEs to Improve their Reputation. The Moderating Effects of Geographical Diversification and Operating in Developing Regions. ***Corporate Social Responsibility and Environmental Management***, Vol. 25, N°4, pp. 355-372. DOI: 10.1002/csr.1465.

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Marcela Iglesias Onofrio (Universidad de Cádiz)	marcela.iglesias@uca.es

Curriculum vitae

Profesora Contratada Doctora del Área de Sociología e investigadora del Grupo Trabajo, Política y Género (SEJ-545) del PAIDI. Licenciada en Relaciones Internacionales por la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (Argentina) y Doctora por la UCA. Obtuvo el Premio Mejor Tesis Doctoral del Centro de Estudios Andaluces en su V Edición (2009), con la tesis titulada: “Conflicto y Cooperación entre España y Marruecos (1956-2008)”. Desde 2005 ha participado en diversos proyectos de investigación de ámbito europeo, nacional y andaluz sobre flujos migratorios y codesarrollo, cooperación transfronteriza España-Marruecos, Estrategia Marca País, y más recientemente sobre sindicalismo, nuevos movimientos sociales y representación política; innovación social, metodologías participativas y TIC, y relaciones laborales y género.

Actualmente es IP del proyecto europeo: *Innovation Sociale et Technologie pour une Meilleure Employabilité des Femmes Tunisiennes (INSAF-Fem)* financiado por la Comisión Europea dentro del programa Erasmus+ KA2- *Capacity Building in the field of Higher Education* durante el periodo 2020-2023 con un consorcio de 7 universidades. Desde 2017 es coordinadora de la Red Iberoamericana de Investigación sobre Trabajo, Género y Vida cotidiana (Red TRAGEVIC) reconocida y financiada por la Asociación Universitaria Iberoamericana de Posgrado (AUIP).

En la actualidad es docente del Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos, del Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación, del Máster en Mediación, del Máster en Cultura de Paz, Conflictos, Educación y Derechos Humanos y del Máster en Relaciones Internacionales y Migraciones, todos ellos de la UCA.

Palabras clave / Líneas de investigación

Sociología del trabajo, relaciones laborales y género. Movimientos sociales, ciberactivismo y democracia. Innovación social, metodologías participativas y TIC. Flujos migratorios y cooperación transfronteriza España-Marruecos.

Publicaciones destacadas

Pérez de Guzmán, S.; Iglesias-Onofrio, M. y Pais, I. eds. (2023). *Contingent Workers' Voice in Southern Europe: Collective Experiences of Protection and Representation*. Edward Elgar Publishing.

Iglesias-Onofrio, M. y Pérez de Guzmán, S. (2021). Posiciones enfrentadas sobre la «economía colaborativa»: las plataformas digitales de reparto versus Riders x Derechos. En: Bermúdez Vázquez, M. (coord.). *Luces en el camino: filosofía y ciencias sociales en tiempos de desconcierto*, pp. 1921-1946. Sevilla: Dykinson SL.

Actis, E.; Iglesias-Onofrio, M.; Pérez de Guzmán, S. y Viego, V. (2021). Teletrabajo, vida cotidiana y desigualdades de género en Iberoamérica. La experiencia del confinamiento originado por la COVID-19 como laboratorio. *Revista de Economía Crítica*, 31:1, 44-61.

Pérez de Guzmán, S.; Ulloa, E. e Iglesias-Onofrio, M. (2020). The changing conception of time in the social scheme of daily life: a work-life balance approach. *Journal of Family Studies*, 1-18.

Iglesias-Onofrio, M.; Rodrigo-Cano, D.; Benítez Eyzaguirre, L. (2018). Marea Verde y Marea Blanca: nuevas formas de comunicación y acción colectiva. *IC - Revista Científica de Información y Comunicación*, 15 (1), 193-221.

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Antonio Macarro Tomillo (Universidad de Cádiz)	antonio.macarro@uca.es

Curriculum vitae

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Sevilla. Estudiante de doctorado en el programa “Procesos de la Comunicación”, en la línea de investigación “Teoría y Análisis de la Publicidad”. En trámites de depósito de tesis doctoral por la Universidad de Cádiz.

Ha trabajado en empresas relacionadas con el sector de la investigación, el marketing y la comunicación. Desde 2011, es Consultor de Marketing y Comunicación para empresas privadas. En el terreno académico, ha sido profesor del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Sevilla (2009-2012); profesor y coordinador del Grado de Publicidad y RR.PP. (2010-2022) del Centro Universitario EUSA, adscrito a la Universidad de Sevilla.

Actualmente, trabaja para el Departamento de Marketing y Comunicación de la UCA (2012). Asimismo, participa como ponente en diferentes masters y Cursos de Experto. Es Director Académico del máster en Dirección de Comunicación (DIRCOM) de la Escuela de Negocios de la Cámara de Comercio de Sevilla (2013 – actualidad). Es miembro del grupo de investigación SEJ-619: Communication & Social Sciences (COM&SOC).

Palabras clave / Líneas de investigación

Propaganda; comunicación institucional; comunicación política; publicidad institucional; estrategia publicitaria; investigación publicitaria

Publicaciones destacadas

Pineda, A., Barragán-Romero, A. I., Sánchez-Gutiérrez, B., & Macarro-Tomillo, A. (2023). Whatever happened to propaganda? Communication curricula in Spain, democracy, and the logic of depropagandization.

Communication and Democracy.

<https://doi.org/10.1080/27671127.2023.2213760>

Fernández Gómez, J. D., Berenguel Fernández, J., & Macarro Tomillo, A. (2022). Testimoniales, endorsements y celebrities en publicidad. Un análisis empírico de las estrategias publicitarias en el Festival de Cannes, 2010-2020. *Revista de comunicación*, 21(2), 135-156.
<https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A7>

Macarro Tomillo, A., & Barragán-Romero, A. I. (2014). Los Sopranos: Uno de los nuestro va a terapia. En J. J. Vargas-Iglesias (ed.), *Los héroes están muertos: heroísmo y villanía en la televisión del nuevo milenio* (pp. 95-104). Dolmen.

Pineda, A., Barragán-Romero, A. I., & Macarro Tomillo, A. (2012). Semiótica de la propaganda: aplicación empírica de un modelo de análisis formal a portadas de prensa de la Guerra Civil Española. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, 46, 49-68. <https://doi.org/10.7238/A.V0146.1676>

Barragán-Romero, A. I., & Macarro Tomillo, A. (2011). Aproximación teórica a la estructura de autoridad en los medios de comunicación. *Siranda*, 1(4), 21-35.

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Pedro Pablo Marín Dueñas (Universidad de Cádiz)	pablo.marin@uca.es

Curriculum vitae

Doctor por la Universidad de Cádiz, Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Cádiz. Máster en Dirección de Empresas por la Universidad de Cádiz. Especialista en Comunicación, Protocolo y Relaciones Públicas por la UNED y Experto en Marketing por la UNED.

Profesor Titular de Universidad en el Departamento de Marketing y Comunicación de la Universidad de Cádiz. Ha sido coordinador del Grado en Marketing e Investigación de Mercados y del Doble Grado en Marketing e Investigación de Mercados y Turismo entre 2018 y 2023 y actualmente es Director del Departamento de Marketing y Comunicación. Es miembro del grupo Innovación social en Marketing (SEJ482) y del Instituto Universitario para el Desarrollo Social Sostenible (INDESS).

Sus principales líneas de investigación están vinculadas a la comunicación en las organizaciones, la comunicación política y el marketing digital, publicando más de 70 trabajos entre artículos académicos y capítulos de libros (en revistas JCR, SJR y en editoriales del prestigioso índice SPI). También ha participado en más de 50 congresos de carácter internacional y realizado estancias de investigación en la FACULTEIT POLITIEKE EN SOCIALE WETENSCHAPPEN de la Universidad de Gante (Bélgica) y en CinTurs - Research Center for Tourism Sustainability and Well-being de la Universidad del Algarve. Ha obtenido varios reconocimientos por sus trabajos como el premio recientemente otorgado por la Neuromarketing Science & Business Association por la calidad del trabajo de investigación y su importancia para el campo del neuromarketing. Ha participado como miembro de distintos equipos de investigación en proyectos de la Unión Europea, en el Marco del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014-

2020, así como liderado proyectos de investigación financiados por la Universidad de Cádiz dentro del plan propio de investigación y participado en contratos OTRI. En la actualidad forma parte del equipo de trabajo de la Cátedra del Vino, Sociedad y Sostenibilidad donde participan Caja Rural y Universidad de Cádiz y es miembro de la junta directiva de la Asociación Marketing en Cádiz.

Palabras clave / Líneas de investigación

Marketing y Comunicación en la empresa, Marketing y Comunicación digital, Marketing y comunicación política, Investigación de Mercados, Estrategia y creatividad publicitaria.

Publicaciones destacadas

- Mateo-Toscano, A., **Marín-Dueñas, P. P.**, & Gómez Carmona, D. (2022). Political Communication in Pandemic: The use of Twitter by Spanish regional presidents. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review*, 9(4), 1–15. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3542> Indexada en SJR (Q2)
- Gómez-Carmona, D., **Marín-Dueñas, P. P.**, Tenorio, R. C., Domínguez, C. S., Muñoz-Leiva, F., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2022). Environmental concern as a moderator of information processing: A fMRI study. *Journal of Cleaner Production*, 369, 133306. doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.133306 (IF JCR 2021: 11.072 Q1) (1º) (Nº de citas:2)
- Gómez-Carmona D, **Marín-Dueñas P.P.**, Muñoz-Leiva, F. y Liébana-Cabanillas, F. (2022). La efectividad de la publicidad medioambiental: un análisis del recuerdo publicitario a través de la neurociencia. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 20 (2).Scopus (SJR) (año 2020 -0,27 (Q3 <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i2.1816>
- Marín Dueñas, Pedro Pablo** y Gómez Carmona, Diego (2021). Un estudio sobre la gestión comunicativa en las cooperativas españolas. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 139. <https://doi.org/10.5209/reve.78538>. INDEXADA EN: JCR, 0,24 (Q4) - Economía-

Marín Dueñas, Pedro Pablo y Gómez Carmona, Diego (2021). La gestión de la comunicación digital en las cooperativas españolas. CIRIEC. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa. 101, 193-225. DOI: 10.7203/CIRIEC-E.101.17638. INDEXADA EN: SJR (CATEGORIA SOCIOLOGIA Y CIENCIA POLITICA: 0,66, Q1); SJR (Q2 EN LA CATEGORÍA ECONOMIA); SELLO CALIDAD FECYT (PUESTO 13, C2), ESCI

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Guadalupe Meléndez González-Haba (Universidad de Cádiz)	guadalupe.melendez@uca.es

Curriculum vitae

Guadalupe Meléndez es licenciada en Comunicación Audiovisual (UEX), Máster en Dirección de Comunicación (UCAM) y Doctora en Información y Comunicación (UEX). Sus líneas de investigación se centran en el estudio de los efectos de la publicidad en población sensible en torno al cuerpo y la belleza, la protección del menor en la publicidad, los estereotipos de género y el papel de la mujer en la publicidad y los medios de comunicación. Ha sido profesora visitante en la Universidad de Veracruz (México) con la beca de Jóvenes Investigadores Santander y ha participado en diversos proyectos de investigación, entre ellos el Proyecto Nacional I+D+i: “La publicidad de televisión entre otros factores sociales en los TCA. Estudio en sanas, enfermas y expertos”, liderado por la Universidad de Extremadura. Tiene más de 30 publicaciones y numerosas conferencias y participaciones en congresos internacionales. Actualmente imparte clases en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la UCA, así como en los Másteres de Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación y Máster en Dirección de Marketing Digital y Social.

Palabras clave / Líneas de investigación

Comunicación y factores sociales. Repercusiones de los medios en la sociedad. Estereotipos y estudios de género. La mujer en la publicidad y los medios de comunicación. Marco ético jurídico de la comunicación audiovisual. Comunicación empresarial. Comunicación en Pymes. Reputación corporativa. Comunicación digital.

Publicaciones destacadas

Meléndez González-Haba, G. y Carrillo Durán, M.V. (2024). La belleza y la salud como conceptos centrales de la publicidad de culto al cuerpo en España. *Revista Española de Comunicación en Salud*15(1), 8-26.
<https://doi.org/10.20318/recs.2024.7327>

Meléndez González-Haba, G.; Blanco Sánchez, T. & Burgos González, A. (2024). Instagram como espacio para la reivindicación social. Ilustración y feminismo. *Revista Dígitos*, 10.

Meléndez González-Haba, G. y Pérez, M. (2024). Movimiento Body Positive a través de las marcas deportivas. Un análisis de las campañas Nike. *RESED Revista de Estudios Socioeducativos*, 12.
http://dx.doi.org/10.25267/Rev_estud_socioeducativos.2024.i12.08

Sanz-Marcos, P., Meléndez González-Haba, G., Castillo-Díaz A. y Vergara, E. (2024). La Investigación Científica Sobre El Uso De *Influencers* En La Gestión De Las Marcas: Estado De La Cuestión. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes* 22(1).
<https://doi.org/10.7195/ri14.v22i1.2125>

Meléndez González-Haba, G.; Moreno-Albarracín, B.; Valencia-Peñuela, C. & Blanco-Sánchez, T. (2023). Propuesta de introducción al ODS 5 en los estudios de comunicación y publicidad de las universidades andaluzas (pp.336-346). En Cabrera, Delgado, Fernández y Martínez (eds.). *Universidades y Agenda 2030. La cooperación universitaria andaluza comprometida con los ODS*. Comares.
<https://bit.ly/3TzAKRT>

Blanco Sánchez, T. & Meléndez González-Haba, G. (2022). Información y femicidios. La perspectiva de género en los estudios de comunicación universitarios (pp. 18-35). En Piza-Mir, Fernández, Cortés, García y Baena (coords.). *Currículum, didáctica y los objetivos de desarrollo sostenible (ODS). Reflexiones, experiencias y miradas*. Dykinson. <https://bit.ly/3VR64yD>

Meléndez González-Haba, G. & Blanco Sánchez, T. (2022). Reputación corporativa y rrss. Una revisión bibliográfica del entorno online en la pyme (pp.364-388). En Figuerero & Mancinas (coord.) *El poder de la comunicación política: actores, estrategias y alternativas*. Dykinson.
<https://bit.ly/3xe2q3Y>

Marín Dueñas, P.P; Meléndez González-Haba, G.; Gòmez-Carmona, D. & Cano Tenorio, R. (2022). Un análisis de las plataformas musicales de streaming desde una perspectiva publicitaria (pp.426-451). En Álvarez, Rodríguez & Husted (coord.) *Comunicación y pluralidad en un contexto divergente*. Dykinson.<https://bit.ly/3E14oIY>

Luna, R. y Meléndez, G. (2017). Web Communication: Tourist Content Management in Web Portals for City Councils in the Province of Badajoz (pp. 365-371). En Campos, Rúas, Martínez & López (coord.) *Media and Metamedia Management*. Springer.

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Francisco Javier Paniagua Rojano (Universidad de Málaga)	fjpaniagua@uma.es

Curriculum vitae

Profesor Titular de Universidad. Licenciado (1996) y Doctor (2004) en Periodismo. Desde 2003, es profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, donde imparte la asignatura de Comunicación Institucional y Corporativa. Igualmente, desde 2008, del máster en Gestión Estratégica de la Comunicación e Innovación de la Universidad de Cádiz.

Hasta la fecha ha dirigido o co-dirigido dieciséis tesis doctorales sobre comunicación política, comunicación corporativa o empresa informativa en la Universidad de Málaga, la Universidad de Cádiz, la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad de Sevilla y el Instituto Universitario Ortega y Gasset sobre los mismos temas.

Entre marzo de 2011 y abril de 2014 compartió la docencia con la tarea de Director de Secretariado de Comunicación de la Universidad Internacional de Andalucía (UNIA), y también ha sido, durante varios años, director de Comunicación de la Federación Andaluza de Municipios y Provincias (FAMP).

Palabras clave / Líneas de investigación

Comunicación corporativa, comunicación política, comunicación estratégica

Publicaciones destacadas

- Durán Mañas, A., Paniagua Rojano, F.J. y Fernández Beltrán, F. (2023) Análisis de medios y audiencias en redes sociales ante informaciones sobre suicidio. *Revista Comunicar*, Vol 21, N 77. Octubre 2023
- Sedeño-Alcántara C., Vegas-García L. y Paniagua Rojano F. J. (2023). Communicating the volcanic eruption in La Palma from Spanish public institutions: communication strategies on Twitter. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(2), 357-368. <https://doi.org/10.5209/esmp.87391>
- Rando Cueto, L. De las Heras, C. Paniagua Rojano, F.J. Health Communication Strategies via TikTok for the Prevention of Eating Disorders, *Revistas Systems*
- Paniagua Rojano, Francisco, y José Rúas Araujo. 2023. Aproximación Al Mapa Sobre La Investigación En Desinformación Y Verificación En España: Estado De La Cuestión. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes* 21 (1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1987>.
- Rodríguez-Pérez, C., Seibt, T., Magallón-Rosa, R., Paniagua-Rojano, F. J., & Chacón-Peinado, S. (2022). Purposes, Principles, and Difficulties of Fact-checking in Ibero-America: Journalists' Perceptions. *Journalism Practice*, 1-19.

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>	<i>Web</i>
Ángela Periañez Picón (Profesional del campo de Recursos Humanos)	hablamos@piensaconangela.com	https://piensaconangela.com/

Curriculum vitae

Doctoranda en Dirección y Administración de Empresas. Máster Dirección Estratégica de Recursos Humanos. Licenciada en Ciencias del Trabajo (Especialidad Psicología de las Organizaciones). **Diplomada Relaciones Laborales** (Especialidad RRHH). Universidad Pablo de Olavide.

Facilitadora Certificada Metodologías LEGO® SERIOUS PLAY®; Points of You®; Edward de Bono's Six Thinking Hats®; SCRUM, Design & Visual Thinking.

Con formación adicional en Coaching Ejecutivo, Liderazgo y Equipos de Trabajo, Habilidades de Comunicación y Negociación, Gestión del Cambio, Inteligencia Emocional, Creatividad y Productividad Personal.

Posee **14 años de experiencia profesional en el campo de los Recursos Humanos**, los cuales se centran en los siguientes ámbitos de actuación:

- **Formación y Selección:** colaborando con empresas como Alestis, SOS, Ayesa, Vodafone, Fundación Telefónica, Leroy Merlin, Dinosol, Universidad Pablo de Olavide, Universidad de Sevilla, Universidad de Cádiz, Fasa-Renault.
- **Consultoría de Recursos Humanos:** desarrollando, en Itínera Consultoría y Desarrollo, en GlocalChange y en Dictea, diversas funciones: elaboración de mapas competenciales, creación y adaptación de sistemas de evaluación del desempeño, realización de "focus group", outdoor training, selección de personal, evaluación 360º y gestión de proyectos formativos.
- **Gestión de Personal:** realizando actividades relacionadas con la gestión de nóminas, Seguridad Social, control de asistencia y

absentismo de trabajadores, expedientes judiciales, etc., en PANRICO y REM Asesores.

En la actualidad desarrolla su actividad como Consultora y Formadora de RRHH, acompañando a diversas empresas en proyectos de consultoría estratégica de RRHH, formación en habilidades y competencias, coaching ejecutivo y organizacional. Además, ha creado una metodología basada en la gamificación para trabajar las Competencias Profesionales y es autora de diversos materiales didácticos aplicados al ámbito organizacional.

Palabras clave / Líneas de investigación

Recursos Humanos. Competencias Profesionales. Coaching. Liderazgo. Creatividad Empresarial.

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Inmaculada Postigo Gómez (Universidad de Málaga)	ipg@uma.es

Curriculum vitae

Doctora en Comunicación y máster en Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. Decana de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.

Sus líneas de investigación contemplan la creación y el análisis de las producciones discursivas con enfoque de género, desde una perspectiva crítica.

Es la Coordinadora de la Red Iberoamericana de Investigación en Comunicación y Feminismo para la Justicia Social (IBERFEMCOM) que agrupa a más de una treintena de investigadoras, de 18 universidades y 11 países. (www.iberfemcom.uma.es). Asimismo, también es la responsable del grupo de investigación Feminismo, Comunicación y Cooperación para la Justicia Social (FEMCOM), y dirige la sección de Género y Comunicación de la AE-IC (<https://ae-ic.org/secciones-y-grupos-de-trabajo/genero-y-comunicacion-2/>)

Ha realizado estancias pre y postdoctorales en Universidad del Valle de Atemajac (México), Universidad Mayor y Universidad de Viña del Mar (Chile), Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (Argentina), Universidad de Salzburgo (Austria), Università di Lingue e Comunicazione Milano (Italia), The Hague University (Holanda), Centro Internacional de Estudios Superiores para América Latina –CIESPAL- (Ecuador)

Ha dirigido el “Observatorio del tratamiento informativo de la violencia de género”, proyecto de excelencia de la Junta de Andalucía. y ha sido la investigadora principal del proyecto de investigación “Produsage juvenil en las redes sociales y manifestaciones de las desigualdades de género: nuevas formas de violencia”, dentro del Programa Estatal de Investigación Científico y Técnica de Excelencia (MINECO), . Actualmente dirige el proyecto "Los derechos humanos de las mujeres palestinas: Relatos de resiliencia en tiempos de Covid-19" dentro del programa de Proyectos de Investigación aplicados a la

cooperación internacional para el desarrollo de la Junta de Andalucía.

Ha escrito numerosos artículos en revistas indexadas y capítulos de libro entre los que destacan “La violencia machista a la luz de las interpretaciones de las noticias aparecidas en los informativos”; “Observatorio andaluz de la violencia machista en los medios audiovisuales (Ob-Vio). Hacia una oportunidad de sensibilización”; “La cooperación universitaria. Comunicación para el cambio social con perspectiva de género en Bolivia y Guatemala”.

Desde el año 2009 lleva ejecutando proyectos de cooperación al desarrollo en Bolivia, Perú, Colombia (entre otros), centrados en la comunicación como herramienta para el empoderamiento de las mujeres y la lucha contra la violencia machista.

Palabras clave / Líneas de investigación

Comunicación y género; comunicación y derechos humanos; comunicación y cooperación; movimientos sociales y comunicación

Publicaciones destacadas

LINARES SÁNCHEZ, Betsy Malely; POSTIGO GÓMEZ, Inmaculada. (2023) Mujeres P’urhépecha: defensoras de la palabra, el territorio y la autonomía. *Revista Estudios Feministas*, Florianópolis, v. 31, n. 1, e81239. <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2023v31n181239>

LINARES SÁNCHEZ, Betsy Malely; POSTIGO GÓMEZ, Inmaculada. (2023). Prácticas comunicativas y subjetividad política juvenil en el estallido social colombiano de 2021. *Cuadernos.Info*, (55), 310–331. <https://doi.org/10.7764/cdi.55.58105>

VERA BALANZA, Teresa, POSTIGO GÓMEZ, Inmaculada, & HERNÁNDEZ RUIZ, Alejandra. (2023). La investigación en feminismo y comunicación en España: criterios de evaluación, asignación de recursos y proyectos. *Comunicación Social*, (16), 23–47. <https://doi.org/10.52495/c1.emcs.16.cyg1>

LINARES SÁNCHEZ, Betsy Malely; POSTIGO GÓMEZ, Inmaculada. (2023). Indigenous communication in Latin America for social re-existence: communicative experiences in the Colombian Cauca. *Journal of Applied*

Communication Research, Volume 51, 2023 - Issue 2 pp 109-125

<https://doi.org/10.1080/00909882.2022.2124880>

LINARES SÁNCHEZ, Betsy Malely.; POSTIGO GÓMEZ, Inmaculada; &
MORENO FERNÁNDEZ, Román Darío. (2022). Building a Culture of
Peace: The San José de Apartadó Peace Community. Latin American
Perspectives, <https://doi.org/10.1177/0094582X221120000>

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Daniel Rodrigo Cano (Universidad de Nebrija)	drodrigo@nebrija.es

Curriculum vitae

Profesor Contratado Doctor. Licenciado en Pedagogía, Máster en Administración y Dirección de Empresas y Máster en Educación y Comunicación Audiovisual. Doctor en Comunicación - Programa interuniversitario U. Sevilla, U. Huelva, U. Cádiz, U. Málaga-. Investigador del grupo COMPODER del Departamento de Periodismo II de la Universidad de Sevilla.

Ha sido docente en el grado de Comunicación Digital del Centro Universitario San Isidoro de Sevilla. Actualmente y desde 2019 es docente del Máster en Tecnologías de la Información la Comunicación para la Educación y el Aprendizaje Digital en la Universidad de Nebrija en la que imparte la asignatura de Redes sociales y comunidades de aprendizaje en red y en el que ha dirigido más de 20 trabajos fin de Máster. A lo largo del curso 2022-2023 ha impartido el seminario: “La inteligencia artificial como narrador: Explorando el chat GPT en la Educación”. Además ha participado en el comité organizador de la Feria Virtual en el Metaverso del Máster TIC.

Combina la docencia y la investigación con su trabajo en la Agencia de Medio Ambiente y Agua (Junta de Andalucía). Investiga sobre la educomunicación. Ha coordinado diversas publicaciones en el ámbito de la Educomunicación del cambio climático como, «La Comunicación del cambio climático, una herramienta ante el gran desafío» (Dykinson, 2021), «Los medios de comunicación como difusores del cambio climático» (Egregius, 2018), «La comunicación de la mitigación de la emergencia climática» (Egregius, 2019), «Comunicación y cambio climático. Contribuciones actuales» (Egregius, 2020), «XV Aniversario Seminario Respuestas desde la Educación y la Comunicación al Cambio Climático» (Organismo Autónomo Parques Nacionales. Ministerio para la Transición Ecológica y El Reto Demográfico, 2020).

Así como más de 20 publicaciones en revistas científicas sobre Tecnología y Educación.

Palabras clave / Líneas de investigación

Cambio climático, estructura de la comunicación, ciberactivismos, e-learning, tecnología educativa

Publicaciones destacadas

- Sánchez-Gey Valenzuela, Nuria, Rodrigo-Cano, Daniel (2022). La salud en la comunicación del cambio climático. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(3), 601 - 612. <https://doi.org/10.5209/esmp.80683>
- Rodrigo-Cano, Daniel, y Ruiz-Alba, Noelia (). El(des)empleo en la profesión de periodista en tiempos de pandemia. *Ámbitos: revista internacional de comunicación*. 52, 27 - 36. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2021.i52.0>
- Rodrigo-Cano, Daniel, De-Casas-Moreno, Patricia, y Aguaded, Ignacio (2020). Aprendizaje Móvil (m-learning) como recurso formativo para empresas. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(1), 61 - 74. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.1.18>
- Rodrigo-Cano, Daniel, Picó, M. Josep, y Di Muro, Glenda (2021). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco para la acción y la intervención social y ambiental. *Retos, Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9 (17), 25 - 36. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.02>
- Iglesias-Onofrio, Marcela, Rodrigo-Cano, Daniel, y Benítez-Eyzaguirre, Lucía. (2018). Marea Verde y Marea Blanca: nuevas formas de comunicación y acción colectiva. *IC Revista Científica De Información Y Comunicación*, 15. Recuperado a partir de <https://icjournal-ojs.org/index.php/IC-Journal/article/view/406>

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Leticia Rodríguez Fernández (Universidad de Cádiz)	leticiarofer@gmail.com

Curriculum vitae

Profesora Titular en el Departamento de Marketing y Comunicación de la Universidad de Cádiz. Sus líneas de investigación se centran en las relaciones públicas, la influencia digital y el estudio de la propaganda y la desinformación. Autora del libro “Propaganda Digital. Comunicación en tiempos de desinformación” (UOC, 2021). Presenta más de 35 publicaciones académicas, con 20 artículos indexados en revistas científicas.

Es miembro investigador del proyecto I+D+i del Plan Estatal PID2019-105398RB-C21 “Discapacidad y Competencias Digitales en el Sector Audiovisual (COMPENSA)” y del equipo de trabajo del proyecto “Lobby y comunicación en la Unión Europea. Análisis de sus estrategias de comunicación” (PID2020-118584RB-I00). Ha sido investigadora principal del proyecto “Liderazgo femenino en entornos digitales. Estudio de la autopercepción y modelos de referencia en académicas y alumnas de la UCA” (Ref. 2021/CA/UIG/000001) financiado por el Instituto Andaluz de la Mujer.

Doctora en Ciencias de la Información (Universidad Complutense de Madrid, 2012), máster Universitario en Protocolo (Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2019), máster en Comunicación de Instituciones Públicas y Políticas (UCM, 2008) y licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas (Universidad de Valladolid, 2007). Ha sido directora del Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos en la Universidad Nebrija y cuenta con 7 años de experiencia profesional en agencias de comunicación y relaciones públicas, previa a su incorporación al ámbito universitario.

Palabras clave / Líneas de investigación

Comunicación organizacional; comunicación institucional; desinformación;

propaganda.

Publicaciones destacadas

- Rodríguez-Fernández, L. (2023). Desinformación y Relaciones Públicas. Aproximación a los Términos Black PR Y Dark PR. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes* 21 (1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1920>.
- Blanco-Alfonso, I., Rodríguez-Fernández, L., Arce-García, S. (2022). Polarización y discurso de odio con sesgo de género asociado a la política: análisis de las interacciones en Twitter. *Revista de Comunicación*. 21 - 2, pp. 33 - 50. <https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A2>
- Rodríguez-Fernández, L.; Vázquez-Sande, P. (2019). Retos y perspectivas en la comunicación organizacional. *El Profesional de la Información*, 28(5), 1-7.
- Rodríguez-Fernández, L. (2019). Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news. *Revista Latina de Comunicación Social*, 13(74), 1714-1728.
- Rodríguez-Fernández, L. (2019). Desinformación: retos profesionales para el sector de la comunicación. *El Profesional de la Información*, 28(3), 1-7.

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Paloma Sanz Marcos (Universidad De Cádiz)	palomasanzmarcos@gmail.com

Curriculum vitae

Profesora Contratada Interina en la Universidad de Cádiz.
Doctora en Comunicación (mención internacional por la UC Berkeley, California) y licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas, compagina sus labores docentes con la investigación en el área de la comunicación. Miembro del grupo de investigación IDECO, ha presentado comunicaciones en diversos encuentros académicos y ha publicado artículos y capítulos de libros sobre publicidad y brand management. Ha sido profesora visitante en universidades extranjeras como UC Berkeley, Universidade do Algarve (Portugal) o la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Palabras clave / Líneas de investigación

Branding. Estrategia. Comunidad de marca. Marketing de influencia.
Comunicación digital. Estrategia con influencers. Deporte.

Publicaciones destacadas

- Fernández, J.D; Hernández-Santaolalla, V & Sanz-Marcos, P. (2018).
“Influencers, marca personal y Twitter”. Cuadernos.info, no.42, pp.19-37.1 <https://doi.org/10.7764/cdi.42.1348>
- Hernández-Santaolalla, V y Sanz-Marcos, P. (2019). “Following Death: Suicide as Tourist Attraction through Popular Culture”. Journal of popular Culture, vol. 52. nº6, pp. 1290-1311. <https://doi.org/10.1111/jpcu.12855>
- Pérez-Curiel, C y Sanz-Marcos, P. (2019). “Estrategia de marca, influencers y nuevos públicos en la comunicación de moda y lujo. la tendencia Gucci en Instagram”. Revista Prisma Social, nº 24, 1º Trimestre, Enero 2019, pp. 1-24. <https://revistaprismasocial.es/article/view/2826>
- Sanz-Marcos, P. (2019) “Aproximación al estudio del surf desde una perspectiva de marca. El caso de los surfistas españoles y su relación

con el branding” RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte. vol.15, nº 58, pp: 383-398 <https://doi.org/10.5232/ricyde2019.05806>

Pineda, A; Sanz-Marcos, P y Gordillo-Rodríguez, T. (2020). “Branding, Culture, and Political Ideology: Spanish Patriotism as the Identity Myth of an Iconic Brand”, Journal of consumer culture, pp: 1-21
DOI:10.1177/1469540519899977

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
David Selva Ruiz (Universidad De Cádiz)	david.selva@uca.es

Curriculum vitae

David Selva Ruiz es profesor en la Universidad de Cádiz, donde imparte diversas asignaturas del ámbito de la publicidad y la comunicación y coordina el Programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación. Obtuvo el título de Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad de Sevilla, donde estudió y ejerció como profesor durante varios años. Su tesis doctoral obtuvo la máxima calificación (sobresaliente cum laude por unanimidad) y fue galardonada con el Premio SGAE-Fundación Autor de Investigación y con el Premio Extraordinario de Doctorado de la Universidad de Sevilla. Su labor investigadora se centra en el ámbito de la publicidad y, en particular, en las nuevas herramientas y tendencias en el ámbito de la comunicación comercial, especialmente en su relación con la cultura popular. Entre sus numerosas publicaciones, cabría destacar sus libros *El videoclip. Comunicación comercial en la industria musical* (Alfar, 2014) y *Especies publicitarias. Perfiles profesionales en las agencias* (Editorial UOC, 2019).

Palabras clave / Líneas de investigación

Nuevas herramientas de comunicación comercial; creatividad publicitaria; videoclip; industrias culturales.

Publicaciones destacadas

Selva-Ruiz, D., & Caro-Castaño, L. (2017). El uso de Instagram como herramienta de comunicación política por parte de los diputados españoles: la estrategia de humanización en la “vieja” y la “nueva” política. *El Profesional de la Información*, 26(5), 903-915. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.12>

- Selva-Ruiz, D., & Caro-Castaño, L. (2016). Uso de datos en la creatividad publicitaria: el caso de Art, Copy & Code de Google. *El Profesional de la Información*, 25(4), 642-651. doi: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.jul.14>
- Selva-Ruiz, D., Domínguez-Liñán, R., & Ruiz-Pérez, I. (2017). Las técnicas de generación de ideas: aplicándolas a la mejora en salud y gestión de cuidados. *Index de Enfermería*, 26(4), 285-287. Recuperado de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962017000300011&lng=es&tlng=es.
- Caro-Castaño, L., & Selva-Ruiz, D. (2017). The Satyr man: (Hetero) sexual male activity. En J. Rey (Ed.), *All about Almodóvar's men* (pp. 113-122). New York: Peter Lang. doi: <https://doi.org/10.3726/978-1-4331-3865-2>
- Selva Ruiz, D. (2015): Body Ch-Ch-Ch-Changes. Body, identity and stardom in David Bowie. En J. Rey (Ed.), *The Male Body as Advertisement: Masculinities in the Hispanic Media* (pp. 127-137). New York: Peter Lang. doi: <https://doi.org/10.3726/978-1-4539-1442-7>

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Esther Simancas González (Universidad De Cádiz)	esther.simancas@uca.es

Curriculum vitae

Esther Simancas-González es Profesora Titular del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad del Departamento de Marketing y Comunicación de la Universidad de Cádiz. Miembro del grupo de investigación SEJ-635: Feminismo, comunicación y cooperación para la justicia social (FEMCOM).

Palabras clave / Líneas de investigación

Comunicación institucional; comunicación participativa; nuevas tendencias en comunicación publicitaria; publicidad social; feminismo y publicidad.

Publicaciones destacadas

Simancas-González, E., García-López, M., Árevalo-Salinas, A.I. y Bustos-Díaz, J. (2023). Activismo ciudadano en la red después del 15 M. El caso de 'vota, por favor'. *Index. Comunicación. Revista Científica de investigación aplicada*, 13(2).

Simancas-González, E. y Vera-Balanza, M.T. (2022). Youtubers como modelos de masculinidad tóxica. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, 19, 161-182. <https://dx.doi.org/10.12795/IC.2022.119.08>

Simancas-González, E. y García-López, M. (2022). La comunicación de las universidades públicas españolas: situación actual y nuevos desafíos. *Estudios del mensaje periodístico*, 28(1), 217-226. <https://doi.org/10.5209/esmp.76011>

Simancas González, E.; García López, M. (2019). Reformulando la comunicación institucional de la universidad pública española desde el enfoque de la comunicación participativa. *Archivos analíticos de políticas educativas*, 27(144). <https://doi.org/10.14507/epaa.27.4359>

Marín-Dueñas, P.P., Simancas-González, E. y Berzosa-Moreno, A. (2019). Uso e influencia de Twitter en la comunicación política: el caso del Partido Popular y Podemos en las elecciones generales de 2016. *Cuadernos.info*, (45), 129-144.

<https://doi.org/10.7764/cdi.45.1595bdiciemb19incl.pdf>

Simancas González, E. (2019). La formación feminista como arma para combatir la publicidad sexista. *Hachetetepe. Revista científica de educación y comunicación*, 18. Disponible en: http://grupoeducom.com/wp-content/uploads/hachetetepe_n18.pdf

<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Correo electrónico</i>
Teresa Suárez	comunicacion.teresa@gmail.com

Curriculum vitae

Licenciada en Periodismo por la Universidad de Sevilla (2004-2009) y especializada en Social Media y Community Manager por la UIMP y en Social Mobile Marketing por AERCO-PSM.

Trabaja como socia fundadora desde la consultora de Comunicación, Marketing y Negocios Digitales, One to Corp para que las empresas y organizaciones consigan sus objetivos de comunicación y todos los relacionados (desarrollo de marca, ventas, atención al cliente, etc.) utilizando la planificación, la estrategia y todos los formatos y canales que están a su disposición como Internet, Social Media, Comunicación corporativa, Audiovisual, Comunicación Interna, y todos los que están por crear.

Forma a profesionales para que le saquen el máximo partido a sus habilidades y a las herramientas de comunicación y para que lo apliquen en su marca personal y de empresa o institución. Además de la formación In Company adaptada a las necesidades de los clientes, actualmente colaboro en entidades como la Universidad de Sevilla, Universidad de Cádiz, Universidad Pablo de Olavide, Cámara de Comercio de Sevilla, Cámara de Comercio de Huelva, ESIC Business & Marketing School y el Instituto Cajasol.

Le atraen la comunicación de organizaciones que innovan, las startup, los eventos en los que conocer a profesionales y seguir aprendiendo y creciendo.

Palabras clave / Líneas de investigación

Comunicación digital; Comunicación de ciencia y tecnología; Comunicación y marketing en STEM y startups; Comunicación y redes sociales; Comunicación de la marca personal

Publicaciones destacadas

Suárez Martín, María Teresa. (2021). Comercio en internet. Optimización de recursos. Sevilla, España: IC Editorial. ISBN: 978-84-1103-132-5.

Suárez Martín, María Teresa. (2023). Business strategy. Modelos de negocio y estrategias startup. Sevilla, España: IC Editorial. ISBN: 978-84-1184-150-4.

Suárez Martín, María Teresa. (2022). Gestión de sitios web. ADGG027PO. Sevilla, España: IC Editorial. Páginas: 418. ISBN: 978-84-1103-565-1. Fecha de publicación: 01/04/2022. Edición: 1. Libro a color.

Suárez Martín, María Teresa. (2023). Interacción con clientes. La escucha activa. COMT058PO. Sevilla, España: IC Editorial. Páginas: 118. ISBN: 978-84-1103-948-2. Fecha de publicación: 01/03/2023. Edición: 1. Libro a color.

Suárez Martín, María Teresa. (2014). Capítulo: "La comunicación en redes sociales de las instituciones municipales: análisis comparativo de la gestión de medios sociales en el Ayuntamiento de Sevilla," en Andalucía contra la crisis: Las consecuencias en los medios de comunicación. Editado por Antonio López Hidalgo, Isaac López Redondo, María José Ufarte Ruiz. Sevilla: Universidad de Sevilla. ISBN: 978-84-697-1725-7.

Suárez Martín, María Teresa. (2020). Capítulo en GÉNERO, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN SOCIAL: UNA EXPERIENCIA DE INVESTIGACIÓN-ACCIÓN-PARTICIPATIVA en Marruecos. Editado por Lucía Benítez Eyzaguirre, Marcela Iglesias Onofrio. Cádiz, España: Universidad de Cádiz. ISBN: 978-84-697-3531-2.