

Profesorado del máster

Curso 2020/2021

**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

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

Curriculum Vitae

Profesora Titular de Universidad, en la Universidad de Málaga. Cuenta con más veinte artículos publicados en revistas indexadas y, en total, con más de 40 artículos en revistas científicas de España, Colombia, Brasil, Chile, Ecuador, Bolivia y México. Autora de libros como *Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación*, *Nuevos medios en Comunicación Política*, *Assessorias de Comunicação* y *Teoría, estructura y funcionamiento de los gabinetes de comunicación*; además cuenta con más de cincuenta capítulos de libros. En la actualidad, investigadora principal en el proyecto de investigación *Lobby y Comunicación en España* (Ministerio de Ciencia e Innovación. Programa Nacional de I+D) y del proyecto *La Comunicación de los bienes patrimoniales para el desarrollo económico y social de Andalucía* (Centro de Estudios Andaluces). Además, ha participado en más de una decena de grupos de investigación. Ha dirigido más de 20 tesis doctorales, 5 de ellas con Mención Internacional y 2 han obtenido Premio Extraordinario de Doctorado. Editora de la *Revista Internacional de Relaciones Públicas*. Viene ocupando cargos de gestión en la Universidad de Málaga, como Secretaria del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad (2008-2012), Coordinadora del Máster Oficial Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación (UMA) (desde 2016-actualidad), Secretaria de la Comisión Académica en Málaga del Doctorado Interuniversitario en Comunicación (2016-actualidad) y miembro de la Comisión de Formación del PDI de la Universidad de Málaga (2009-actualidad).

PALABRAS CLAVE-Líneas de investigación:

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

5 Publicaciones

- Castillo-Esparcia, A., Guerra-Heredia, S. y Almansa-Martínez, A. (2017). Comunicación política y think tanks en España: Estrategias con los medios de comunicación, *El profesional de la información* (JCR), Vol. 26, Nº 4 Páginas 706-713.
<https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/59543>
- Román-García, S., Almansa-Martínez, A. y Cruz-Díaz, M.R. (2016). Adultos y mayores frente a las TIC. La competencia mediática de los inmigrantes digitales. *Comunicar* (JCR), Volumen XXIV, nº 49 Páginas: 101-109.

<http://dx.doi.org/10.3916/C49-2016-10>

- Almansa-Martínez, A. y Gómez de Travesedo-Rojas, R. (2017). El estereotipo de mujer en las revistas femeninas españolas de alta gama durante la crisis. *Revista Latina de Comunicación Social* (Scopus), Volumen 72 Páginas: 608-628.
<http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2017-1182>
- Castillo-Esparcia, A; Almansa, A. y Smolak, E. (2015). East European think tanks in social media towards the model of evaluation of effective communication/PR strategies: Case study analysis. *Catalan Journal of Communication Cultural Studies* (Scopus). Volumen 7(2) Páginas: 231-250.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5370154>
- Almansa-Martínez, A., Fonseca, O. y Castillo-Esparcia, A.(2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar* (JCR), Volumen 40 Páginas: 127-135.
<http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-03-03>

Nombre y apellidos	Correo electrónico
Víctor Amar Rodríguez (Universidad de Cádiz)	victor.amar@uca.es

Curriculum Vitae

Doctor y profesor titular de universidad (Departamento de didáctica. Facultad de educación. UCA). Imparte la asignatura, en el grado de maestro de primaria, "Comunicación y tecnologías de la información en educación". Director de grupo de investigación HUM 818 "Educomunicación" perteneciente al Plan Andaluz de Investigación de la Junta de Andalucía. Director de la revista científica sobre Educación y Comunicación "http". Profesor visitante de la Universidad del estado de Bahía, Brasil. Fruto de la docencia e investigación en el Brasil ha publicado libros como "Educar na diversidade" (2017) o "Bibliotecas itinerantes. Libros libertos, leitura e empoderamento"(2018). Ha publicado artículos de libro en España y en el extranjero, así como artículos en revistas nacionales como internacionales (México, Chile, Ecuador, Colombia, Venezuela y Brasil) Ha impartido conferencias en España, Portugal, Italia, Marruecos, Guatemala, Ecuador y Brasil. Ha dirigido 5 tesis doctorales y se encuentra dirigiendo dos en la actualidad (una de ella en el programa de doctorado de comunicación dela UCA, sobre cine de animación en España en la década de los 80). Participa en el programa de doctorado de comunicación de la Universidad de Cádiz y Huelva; y en el de educación de la Universidad de Cádiz. Imparte docencia en el máster de cultura de paz (Interuniversitario), educación ambiental (Interuniversitario), educación (Universidad de Cádiz). Profesor tutor de la UNED-Cádiz.

PALABRAS CLAVE-Líneas de investigación:

Nuevas tecnologías aplicadas a la educación, Medios de comunicación, Educación, Comunicación, Cultura de paz.

5 Publicaciones

- Retos para la formación inicial. Desde las miradas y las voces. Barcelona: Octaedro: 2020
- "Déjame que mire un cuento: narración, familia y educación infantil. Una investigación narrativa". Revista profesorado Vol. 22, Núm. 2 (2018):
- "Leer la vida. Una investigación desde la perspectiva narrativa". Revista RLCSNJ, v. 14, n. 2, (2016).
- "Twitter y fomento lector: dinamizando la lectura en el aula" Hugo Heredia Ponce, Víctor Manuel Amar Rodríguez. Revista Lenguaje y textos, Nº 48, (2018), págs. 59-70
- Miradas y voces de futuros maestros. Barcelona: Editorial Octaedro, 2018

Nombre y apellidos	Correo electrónico
Santiago Amaya Corchuelo (Universidad de Cádiz)	santiago.amaya@uca.es

Curriculum Vitae

Licenciado en la Universidad de Sevilla trabajó desde 1992 como antropólogo en una treintena de investigaciones, publicado varios libros, capítulos y artículos de revistas. Su ámbito de trabajo incluye fundamentalmente Andalucía, Extremadura y países como México, Colombia o Brasil donde ha realizado estancias de trabajo y colaboración tanto en docencia como en investigación, especialmente en la Universidad Iberoamericana de México y el ICAR (Instituto de Ciencias Agropecuarios y Rurales) de la UAEMex. Es docente en la Universidad de Cádiz, fundamentalmente en materias de antropología relativas a la agroalimentación, el patrimonio etnológico y comunicación. Como investigador pertenece al grupo TECUDE (Territorio, cultura y desarrollo), de la Universidad de Sevilla, centrándose en líneas como la relación entre patrimonio cultural y la alimentación o la cultura tradicional y las producciones alimentarias con sellos de calidad, entre otras (<http://grupo.us.es/tecude/>).

PALABRAS CLAVE-Líneas de investigación:

Consumo alimentario, sellos de calidad agroalimentaria, patrimonio cultural, antropología y alimentación, nueva ruralidad.

5 Publicaciones

- Amaya-Corchuelo, S., Froehlich, J. M. y Aguilar Criado, E. (2019). Singularidades en venta. Uso de valores culturales y construcción de la distintividad en los casos de jamón ibérico en España y de la carne de la Pampa en Brasil. *AGER: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural (Journal of Depopulation and Rural Studies)*, 26, 35-66. DOI: 10.4422/ager.2018.10
<http://ruralager.org/wp-content/uploads/Ager-26-02-Amaya-et-al.pdf>
<https://rodin.uca.es/xmlui/handle/10498/21324>
- Alcina-Segura, J y Amaya-Corchuelo, S (2019). El paisaje cultural almadrabero y el ejemplo de la costa de Cádiz. Aproximación desde una perspectiva patrimonialista. *PASOS*, 17 (2), 409 -423
<https://rodin.uca.es/xmlui/handle/10498/21183>

- Amaya-Corchuelo, S., Fernández Zarza, M. y Aguilar Criado, E. (2018). Placer, salud y sociabilidad. El hecho alimentario a través del jamón ibérico. *Revistas de Dialectología y Tradiciones Populares*, vol. LXXIII, nº 2, 425-452
<https://rodin.uca.es/xmlui/submissions>
- Fernandez-Zarza, M.; Amaya-Corchuelo, S. y Aguilar Criado, E. (2018). Institutional density and public policies in two cases of geographical indications from Mexico and Spain. *Journal of Agrarian Change*, 1-18
<https://rodin.uca.es/xmlui/handle/10498/20829>
- Aguilar Criado, E., Amaya Corchuelo, S. y López Moreno, I. (2017). Alimentos de calidad: nuevas estrategias rurales para nuevos consumidores. En *Estudios de socio-antropología de la alimentación en España* (Edit. Cristóbal Gómez Benito). MAPA, 397- 416
<http://grupo.us.es/tecude/index.php?page=libros-y-capitulos-de-libros>

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

Curriculum Vitae

Formadora y consultora en comunicación, tecnologías e innovación.

Periodista, socióloga y realizadora. Profesora Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Cádiz. Profesora del Máster de Marketing Digital y del Máster Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación. 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. Máster en Tecnologías digitales y sociedad del conocimiento. Máster en Inmigración. Experta universitaria en Realización Audiovisual y en Software Libre. Miembro del grupo de investigación COMPOLÍTICAS, investiga las prácticas comunicativas y los usos de la tecnología, desde la perspectiva de género. En el campo de la Comunicación para el desarrollo participa en proyectos de cooperación de investigación y de enseñanza del periodismo y las nuevas tecnologías en diferentes países de África y América Latina.

PALABRAS CLAVE – líneas de investigación

TIC, género, comunicación para el desarrollo y el cambio social, ciberactivismo.

5 Publicaciones

- 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). Ciberfeminismo y apropiación tecnológica en América Latina/Ciberfeminism and technological appropriation in Latin America. *Virtualis*, 10(18), 1-15. México: Tecnológico de Monterrey.
 ISSN: 2007-2678
 URI: <http://hdl.handle.net/10498/22840>
- Benítez-Eyzaguirre, Lucía e Iglesias-Onofrio, M. (Dir., Eds.). (2018). Innovación social y

emprendimiento en Túnez: Las mujeres y el uso de las TIC en el desarrollo local (pp. 1-248).
Cádiz, España: Universidad de Cádiz.

ISBN: 978-84-09-06368-0

Disponible en: <https://goo.gl/vYUoSy>

- Benítez-Eyzaguirre, Lucía y Candón Mena, J. (Eds.). (2016). Activismo digital y nuevos modos de ciudadanía: Una mirada global (pp. 1-287). Bellaterra, España: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.
ISBN: 978-84-944171-8-4
Disponible en: <https://goo.gl/nwtv6k>
- Benítez-Eyzaguirre, Lucía. (2017). La imagen audiovisual de la prostitución en las cadenas de televisión en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), 325-341. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
ISSN: 1134-1629. ISSN-e: 1988-2696. DOI: 10.5209/ESMP.55599
Disponible en: <https://goo.gl/5iEBi3>

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

Curriculum Vitae

Mi trayectoria investigadora se centra en el ámbito de las relaciones públicas y la publicidad, fijando el foco en la comunicación redes sociales y en la aparición de nuevos fenómenos que conectan con la cultura de la celebridad: microcelebridad, nuevos intermediarios (*influencers*) y marca personal.

Asimismo, investigo el uso de las redes sociales para la comunicación política y para el activismo feminista, y actualmente desarrollo una investigación sobre la comunicación visual y audiovisual dentro de estas plataformas y los sesgos de género entre España y Colombia.

PALABRAS CLAVE – líneas de investigación

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

Publicaciones

Artículos en revistas científicas

- CARO CASTAÑO, Lucía (2017): “El discurso de la autopromoción y la autenticidad en las redes sociales: la marca personal y la microcelebridad”, en *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”, en *El 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”, en *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”, en *El 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>

Nombre y apellidos	Correo electrónico
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

- 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.

Nombre y apellidos	Correo electrónico
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 “Produsage 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.

5 Publicaciones

- 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.

Nombre y apellidos	Correo electrónico
Pilar Illescas Muñoz (UX & Visual designer)	xoleart@gmail.com

Curriculum Vitae

Creativa, docente, emprendedora y UX & Visual designer con más de 15 años de experiencia.

Actualmente formo parte del proceso de Transformación digital de Unicaja Banco donde soy la responsable de producto de la nueva web pública. Además, trabajo como docente de 'Diseño de Productos Digitales' en diferentes escuelas de diseño y marketing.

Durante 3 años ocupé el cargo de Head of Technology / Senior UX / UI Designer para la agencia de publicidad El Cuartel Creativo, trabajo que compaginaba con proyectos de Kokomo, un estudio digital que monté en 2014.

También he colaborado como consultora de usabilidad y experiencia de usuario en un programa de mentorización para startups promovido por la universidad de Málaga.

Skills:

UX Research, Usabilidad, Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario, Diseño de Interfaces, Desarrollo Frontend (HTML / CSS), Backend (PHP y MySQL), Creatividad, Dirección de Arte, Estrategia Digital, Marketing Online, Branding y Gestión de Proyectos.

Metodologías: Lean UX, Agile, Scrum, User Research, User Centered Design.

Marcas para las que he trabajado:

Unicaja Banco, Dunkin Coffee, Canal +, Metro de Madrid, Ayuntamiento de Madrid, IFEMA Feria de Madrid, Decathlon, Pandora Jewelry, D.O. Vinos de Madrid, Hotel Ritz, Near Guide, Festival de Cine de Málaga, Barceló Hotels & Resorts, Paradores Nacionales.

Nombre y apellidos	Correo electrónico
Víctor Manuel Marí Sáez (Universidad de Cádiz)	victor.mari@uca.es

Curriculum Vitae

En el año 1997 comienzo mi trabajo en la UNED como profesor del Master en Nuevas Tecnologías de la Información y Educación (coordinado por el prof. Dr. Roberto Aparici). Desde entonces, mi vinculación con la universidad se ha mantenido de un modo estable y continuo. Además de mi trabajo en la UNED (que se prolonga hasta 2005) he sido profesor en posgrados en la Universidad de Sevilla, para terminar vinculándome con la Universidad de Cádiz en el año 2005, primero como Profesor Asociado y más tarde como Profesor Colaborador y Contratado Doctor (desde 2010 hasta la actualidad).

A lo largo de estos años mi investigación se ha centrado en torno a unas líneas que demuestran una gran convergencia y complementariedad entre sí: Comunicación Educativa, Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social, usos sociales de las TIC, movimientos sociales y comunicación. Las publicaciones, asistencias a congresos, participación en proyectos de investigación, estancias y transferencia de conocimientos a la sociedad ha estado centrado en estos temas.

Así, por ejemplo, en el apartado de publicaciones, algunos de mis trabajos han tenido una buena acogida y repercusión en la comunidad científica. Mi monografía “Globalización, nuevas tecnologías y comunicación” ha tenido tres ediciones y ha tenido un total de 111 citas (Google Scholar). El más reciente “Comunicar para transformar, transformar para comunicar” (2011), 37 citas. Soy uno de los escasos investigadores españoles incluidos en la *Antología de la Comunicación para el Cambio Social* (editada por el boliviano Alfonso Gumucio y por el danés Thomas Tufte en la fundación estadounidense Communication for Social Change Consortium, en 2005 para la edición en inglés y 2008 para la edición española).

Participo regularmente en los congresos internacionales organizados por la IAMCR (International Association Mass Communication Research, en la sección *Participatory Communication*). Junto a la Vice-coordinadora de esta sección, Flor Enghel, he publicado en 2014 la introducción a la versión española de una obra clave en el campo de la comunicación, desarrollo y cambio social (*Comunicación para otro desarrollo. Escuchar antes de hablar*, Quarry y Ramírez, inicialmente publicada en Zed Books en 2009). También participo en los congresos de la AE-IC y de la ALAIC (Asociación Latinoamérica de Investigación en Comunicación). He realizado estancias de investigación en destacados centros internacionales dedicados a la investigación en mi campo, como son la Universidad de Roskilde (bajo la supervisión del profesor Thomas Tufte) o la Universidad de Burdeos-3 (con el profesor Jean Jacques Chèval) y en la Universidad de Temuco. Todas estas referencias son muestras de las redes internacionales en las que estoy integrado, al tiempo que hablan de la internacionalización de mi trabajo.

En el año 2012 puse en marcha la revista académica *Commons*, que ya ha sido indexada en Latindex (directorio y Catálogo), DOAJ, ERIH Plus.

Participo en proyectos de I+D+i nacionales desde 2008 (ver cv) al tiempo que he coordinado y participado en proyectos de investigación y formación con ONGs, Fundaciones y medios comunitarios. Esta experiencia en la transferencia de conocimientos a la sociedad es fundamental para el proyecto que aquí se presenta.

Desde el año 2015 soy el Investigador Principal del Proyecto de I+D del MIMECO (Ministerio de Economía y Competitividad) “Evaluación y Monitorización de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social: diseño de indicadores para la medición de su incidencia social” (CSO2014-52005-R) (2015-2018).

PALABRAS CLAVE – líneas de investigación

Comunicación, Desarrollo; TIC y Comunicación; movimientos sociales y comunicación; Teorías de la Comunicación.

5 Publicaciones

- 2018
Opening the Black Box of Citations: A Qualitative Analysis on the Basis of the Taxonomy of Erikson and Erlandson, *Communication Theory*.
- 2018
Desbordes comunicativos. Comunicación, ciudadanía y transformación social (coordinador). Madrid. Fragua.
- 2016
Communication, development and social change in Spain: A field between institutionalization and implosion, *International Communication Gazette*
- 2015
Análisis bibliométrico sobre “Comunicación, Desarrollo y Cambio Social” en las diez primeras revistas de Comunicación de España”, Cuadernos.info (Chile), no 37, diciembre de 2015
- 2013
Participatory communication for development in practice: the case of community media, Development in Practice, no 23 (4), pp. 549-561.

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

Curriculum Vitae

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

Actualmente Profesor Ayudante Doctor en el Departamento de Marketing y Comunicación de la Universidad de Cádiz. Miembro del grupo de investigación "Comunicando" SEJ068 y miembro del Instituto Universitario de Investigación para el Desarrollo Social Sostenible (INDESS) donde desempeño las funciones de Director del INDESS MEDIA RADIO y miembro de la comisión de visibilización, divulgación e internacionalización de dicho Instituto.

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.

5 Publicaciones

- Marín Dueñas, Pedro Pablo, Simancas González, Esther y Berzosa Moreno, Alba (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, nº45, pp. 129-144
- Marín Dueñas, Pedro Pablo y Simancas González, Esther (2019). Los universitarios millennials: uso de redes sociales y relación con las marcas. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 46, pp. 92-107. doi: 10.12795/Ambitos.2019.i46.06
- Marín Dueñas, Pedro Pablo; Mier-Terán Franco, Juan José y Lasso de la Vega González, María del Carmen (2018). La gestión de la comunicación en la empresa Familiar. *Cuaderno de Estudios Empresariales*. vol. 28, 55-78.

- Marín Dueñas, Pedro Pablo; Mier-Terán Franco, Juan José y Lozano Fernández, Jesús (2018). La comunicación en las empresas de distribución alimentaria en España: un análisis de las herramientas online y offline. *Revista de comunicación de la SEECI*, 45, 55-73. doi:<http://doi.org/10.15198/seeci.2018.45.55-73>.
- Marín Dueñas, Pedro Pablo; Díaz Guerra, Aurora (2016). Uso de Twitter por los partidos y candidatos políticos en las elecciones autonómicas de Madrid 2015. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, n.32.

Nombre y apellidos	Correo electrónico
David Montero Sánchez (Universidad de Sevilla)	davidmontero@us.es

Curriculum Vitae

Licenciado en Periodismo. Doctor en Comunicación por la Universidad de Bath (Reino Unido). Profesor Ayudante Doctor en el Departamento de Periodismo 1 y miembro del grupo de investigación en Comunicación Política y Cambio Social (COMPOLITICAS).

PALABRAS CLAVE – líneas de investigación

Videoactivismo; Tecnopolítica; Comunicación para el Desarrollo Social; Comunicación Participativa y Movimientos Sociales; Vídeo Online y Cambio Social.

5 Publicaciones

- Montero Sánchez, D. (2020). "Participatory video in the times of YouTube". *Media, Culture and Society*. En prensa (JCR, SCOPUS)
- Montero Sánchez, D.; Moreno Domínguez, J.M. (2020). " Explorando el campo de conocimiento del video participativo. Un recorrido por las principales aportaciones teórico-prácticas". *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 3-11, pp. 92-108 (ESCI).
- Montero Sánchez, D.; Candón Mena, J.I. y Calle Collado, A. (2018). "Discourses and Practices of Radical Democracy. The 15M movement as a space of mobilization". *Partecipazione e Conflitto*. 11 - 2, pp. 571 - 599 (SCOPUS) <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/78634>
- Montero Sánchez, D. y Sierra Caballero F. (2018) "Ciberdemocracia y ciudadanía. Una apuesta por las metodologías críticas e integradoras". En Francisco Sierra caballero, Francesco Maniglio y Daniela Favaro Garrossini (eds), *Políticas de Comunicación e Integración Económica Intercontinental*. pp. 591 - 598. Ediciones CIESPAL: Quito.
https://books.google.es/books/about/Pol%C3%ADticas_de_Comunicaci%C3%B3n_e_Integraci.html?id=IRRSDwAAQBAJ&redir_esc=y

- Montero Sánchez, D. (2016). "Arqueologías de la imagen-red. La subjetividad dialógica en Level Five de Chris Marker". *Revista Alpha* (Osorno) (SCOPUS)
<https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/68473>

Nombre y apellidos	Correo electrónico
Francisco Javier Paniagua Rojano (Universidad de Málaga)	fpaniagua@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 nueve 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

5 Publicaciones

- PastorMarín, F.M.; PaniaguaRojano, F.J. (2020). El uso de Facebook como herramienta de comunicación turística en los grandes destinos urbanos internacionales. *Doxa Comunicación*, 30, pp. 265-281.
- Segura-Mariño, A., Paniagua-Rojano, F., & Piñeiro-Naval, V. (2020). Comunicación interactiva en sitios web universitarios de Ecuador. *Revista De Comunicación*, 19(1), 259-273.
<https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A15>
- Segura-Mariño, A. G., Paniagua-Rojano, F. J., & Fernández-Sande, M. (2020). Metodología para evaluar la comunicación universitaria en Facebook y Twitter. *Revista Prisma Social*, (28), 127-144. Recuperado a partir de <https://revistaprismasocial.es/article/view/3357>

- Segura-Mariño, Adriana & Ulloa-Erazo, Nancy & Rojano, Francisco Javier. (2019). Cualidades y desafíos de la comunicación en las universidades de Ecuador. RISTI - Revista Iberica de Sistemas e Tecnologías de Informacao. 414-426.
- Méndez, Antonio; Paniagua-Rojano, Francisco Javier; León-Gross, Teodoro. 2018. La información gubernamental en las páginas de apertura de sección en la prensa de referencia. Historia y Comunicación Social. 23, pp. 185-196.

Nombre y apellidos	Correo electrónico	Web
Ángela Periañez Picón (Profesional del campo de Recursos Humanos)	hablamos@piensaconangela.com	https://piensaconangela.com/blog-piensa-con-angela/

Curriculum Vitae

Doctoranda en Dirección y Administración de Empresas. Máster Dirección Estratégica de Recursos Humanos. Licenciada 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 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 **12 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, formación en habilidades y competencias, coaching ejecutivo y organizacional. Además, ha creado una metodología basada en la gamificación para trabajar las Competencias Profesionales.

PALABRAS CLAVE – líneas de investigación

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

Nombre y apellidos	Correo electrónico
Francisco Perujo Serrano	francisco.perujo@uca.es

Curriculum Vitae

Francisco Perujo Serrano (Cuevas del Becerro –Málaga- 1972). Doctor en Periodismo por la Universidad de Sevilla (2003) con la calificación de sobresaliente cum laude gracias a su tesis “La presencia del flamenco en los medios de comunicación de Granada). Es director del Gabinete de Comunicación y Marketing de la Universidad de Cádiz y profesor asociado en el Departamento de Comunicación y Marketing de la UCA desde 2011. Anteriormente, fue profesor en el Departamento de Periodismo II de la Universidad de Sevilla entre los años 2006 y 2008.

Licenciado en Periodismo (Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sevilla -1990-95), al finalizar sus estudios de licenciatura logra el Premio Ayuntamiento de Sevilla al mejor expediente de su promoción. Es Máster Universitario en Gestión de Empresas Audiovisuales (Universidad de Sevilla, 2001) y Experto en Comunicación Institucional y Marketing Político (Universidad Internacional de Andalucía, 2002).

En la actualidad y desde 2011, imparte docencia en el grado en Publicidad y Relaciones Públicas y en el Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UCA en el Campus de Jerez. Es, también, coordinador académico del Máster Interuniversitario en Investigación y Análisis del Flamenco.

Entre 2005 y 2011, ha sido codirector del Curso de Experto en Comunicación Institucional y Marketing Político de la Universidad de Sevilla y entre 2011 y 2016 fue profesor del Máster Universitario en Comunicación Institucional y Marketing Político de la US. Ha participado como docente en múltiples cursos y actividades formativas relacionadas con la comunicación política e institucional, la última este mismo año en el Centro de Estudios Municipales (CEMCI) de la Diputación de Granada.

Formó parte entre 2004 y 2011 del panel docente del Programa de Doctorado sobre “El Flamenco. Acercamiento multidisciplinar a su estudio” del Departamento de Antropología Social de la Universidad de Sevilla, haciéndose cargo del curso “Los medios de comunicación como agentes de socialización del flamenco”, que es, precisamente, la línea de investigación en la que ha centrado sus estudios. Una labor que le ha permitido la dirección de hasta seis tesis doctorales en el ámbito de conocimiento del flamenco y los medios de comunicación.

Ha publicado diversos artículos en revistas científicas y publicaciones centradas en el estudio y la investigación del flamenco: *Flamenco, internacionalización, consumo cultural y marca España* (Congreso Interdisciplinar de Flamenco -INFLA 2013-), *El flamenco y su internacionalización* (Retos de nuestra acción exterior. Diplomacia pública y marca España. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación del Gobierno de España, 2014), entre otros.

Al mismo tiempo, es autor de los libros “La presencia del flamenco en los medios de comunicación de Granada” (Colección *Los Cuadernos del Molino*. Diputación de Granada), “El flamenco, un modelo de comunicación existencial” (Bienal de Flamenco de Málaga) y “El investigador en su laberinto” (Editorial Comunicación Social, 2009).

Desde 1996, ha desarrollado su trayectoria profesional principalmente en el ámbito de la comunicación institucional. Ha sido jefe de prensa de la Federación Andaluza de Minusválidos Asociados (1996-2001), responsable de relaciones con los medios del PSOE-Andalucía (2002-04), director de comunicación de la Presidencia del Parlamento de Andalucía (2004-07), director del Gabinete de Comunicación y Marketing de la UCA (2007-08 y desde 2011 hasta la actualidad), así como director general de Comunicación de la Junta de Andalucía (2010-11).

Entre 2008 y 2010 desempeñó las labores de director de la Agencia Andaluza para el Desarrollo del Flamenco.

Nombre y apellidos	Correo electrónico
Antonio Pineda Cachero	apc@us.es

Curriculum Vitae

Profesor Titular de Universidad con 2 sexenios de investigación, trabaja como docente e investigador en la Facultad de Comunicación (Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad) de la Universidad de Sevilla (US), donde también ha sido Vicedecano de Calidad, Postgrado e Investigación (2014-2018). Entre las asignaturas impartidas pueden mencionarse Comunicación Política o Análisis del Discurso Publicitario, así como la participación en títulos de postgrado como el Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política (US).

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, y Doctor en 2005 por la US (recibió un premio extraordinario de doctorado por su tesis), publicó en 2006 el libro *Elementos para una teoría comunicacional de la propaganda* (Alfar, Sevilla), y en 2018 *Análisis del mensaje publicitario* (Advook, Sevilla). Es co-autor/co-editor de varios libros más, cuenta con aportaciones en diversos libros editados nacional e internacionalmente, y es autor/co-autor de artículos científicos publicados en revistas internacionales y comunicaciones presentadas en congresos. Director del Grupo de Investigación en Comunicación Política, Ideología y Propaganda IDECO (Sistema de Información Científica de Andalucía, SEJ-539), ha co-dirigido 6 tesis doctorales ya presentadas, y se encuentra dirigiendo/co-dirigiendo varios proyectos doctorales más. Participa en el Programa de Doctorado en Comunicación por las universidades de Cádiz, Huelva Málaga y Sevilla.

PALABRAS CLAVE – líneas de investigación

Teoría de la propaganda; Semiótica de la publicidad; Ideología y cultura de masas; Ideología y medios de comunicación; Comunicación política y redes sociales.

5 Publicaciones

- Pineda, A., Hernández-Santaolalla, V., Algaba, Cristina, & Barragán-Romero, A. I. (2019). The politics of think tanks in social media: FAES, YouTube and free-market ideology. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 15(1,), 3-25. https://doi.org/10.1386/macp.15.1.3_1

- Pineda, A., Fernández Gómez, J. D., & Huici, A. (Coordinadores) (2018). *Ideologías políticas en la cultura de masas*. Madrid: Tecnos.
- Ramos-Serrano, M., Fernández Gómez, J. D., y Pineda, A. (2018). 'Follow the closing of the campaign on streaming': The use of Twitter by Spanish political parties during the 2014 European elections. *New Media and Society*, 20(1), 122-140. <https://doi.org/10.1177/1461444816660730>
- Pineda, A., García-Jiménez, L., & Rodrigo-Alsina, M. (2017). 'No, there is no room for you': Audience reception and televised interculturality in Spain. *International Journal of Iberian Studies*, 30(2), 93-112. https://doi.org/10.1386/ijis.30.2.93_1
- Labio, A., & Pineda, A. (2016). Leftward Shift, Media Change? Ideology and Politics in Spanish Online-Only Newspapers After the 15-M Movement. *International Journal of Communication*, 10, 2661-2682. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5195>

Nombre y apellidos	Correo electrónico
Leticia Rodríguez Fernández (Universidad De Cádiz)	leticiarofer@gmail.com

Curriculum Vitae

Cuenta con más de 27 publicaciones, de las cuales 14 son artículos en revistas indexadas. Coordinadora de la publicación "Audiencia social: estrategias para medios de comunicación y marcas" (Síntesis, 2016). Miembro del grupo de investigación Periodismo de análisis e investigación (Nebrija) desde 2016.

Doctora en Ciencias de la Información (UCM, 2012), Máster Universitario en Protocolo (UNED, 2019), Máster en Comunicación de Instituciones Públicas y Políticas (UCM, 2008) y Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas (UVA, 2007).

Se desempeñó como directora del Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos, directora del Grado en Periodismo (modalidad a distancia) y como coordinadora de calidad en la Universidad Nebrija. Antes de dedicarse a la docencia, trabajó durante 7 años en varios departamentos de comunicación y agencias de relaciones públicas.

PALABRAS CLAVE – líneas de investigación

Comunicación organizacional; comunicación institucional; desinformación; propaganda.

5 Publicaciones

- 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.

- Rodríguez-Fernández, L. (2018). Percepción de los estudiantes universitarios sobre el sector profesional de la comunicación corporativa. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 24(2), 1677-1690.
- Saavedra, M.; Rodríguez-Fernández, L. (Coord.). (2016). *Audiencia social. Estrategias de comunicación para medios y marcas*. Madrid: Síntesis.

Nombre y apellidos	Correo electrónico
Jesús Sabariego Gómez (Universidad de Sevilla)	bitnik77@gmail.com

Curriculum Vitae

Historiador. Doctor en Derechos Humanos y Desarrollo. Investigador del Centro de Estudios Sociales de la Universidad de Coimbra y del grupo de investigación en Comunicación Política y cambio social de la Universidad de Sevilla.

PALABRAS CLAVE – líneas de investigación

Recientes Movimientos Sociales Globales; Tecnopolítica; Algoritmos; Comunes; Globalismos; Derechos Humanos; Democracia.

5 Publicaciones

- Matos, Ana Raquel; Sabariego, Jesús (2020). "Movilización colectiva, transformación democrática y resistencia contra la crisis y la austeridad en el sur de Europa: La experiencia de Portugal y España", *Revista Española de Sociología*, Vol. 29, Núm. 1
- Sabariego, Jesús (2019), "Technopolitical approaches on the Recent Global Social Movements", *Revista Eletrônica do Curso de Direito, Universidade Federal de Santa Maria (Brasil)*, núm. diciembre
- Sabariego, Jesús (2019), *Ciudades de miedo y deseo*, in Augusto Jobim (org.), *A cidade como dispositivo biopolítico*. Rio de Janeiro: Tirant Lo Blanch
- Sabariego, Jesús (2019), "The Impact of Recent Global Social Movements of Southern Europe on Public Awareness of Democracy and Human Rights in the European Union: A Technopolitical Approach", in Maria Brown and Michael Briguglio (org.), *Social Welfare Issues in Southern Europe*. London: Routledge
- Sabariego, Jesús (2018), "Recientes Movimientos Sociales Globales y Tecnopolítica desde las Epistemologías del Sur", *Pensamiento al margen*, 8

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

Curriculum Vitae

Profesora Ayudante doctor 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.

5 Publicaciones

- 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://revistaprimasocial.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

Nombre y apellidos	Correo electrónico
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.

5 Publicaciones

- 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-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>

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

Curriculum Vitae

Esther Simancas-González es profesora colaboradora en la Universidad Oberta de Catalunya y ayudante doctor en la Universidad de Cádiz, adscrita al Departamento de Marketing y Comunicación. Coordinadora del Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación, Premio de Innovación Docente en la Universidad de Cádiz y miembro del grupo de investigación SEJ-635: Feminismo, comunicación y cooperación para la justicia social (FEMCOM).

PALABRAS CLAVE – líneas de investigación

Comunicación para el cambio social; comunicación institucional; comunicación participativa; nuevas tendencias en comunicación publicitaria; publicidad social; género y publicidad.

5 Publicaciones

- Simancas González, E.; Blanco Sánchez, T. (2020). Contenidos infantiles y perspectiva de género: Análisis de los canales infantiles más seguidos en España. En E. Hernández Martínez, J. López-Agullo Pérez-Caballero (Coord.), *Construcciones culturales y políticas de género*, pp. 101-115. Madrid: Dykinson. ISBN: 978-84-1324-752-6
- 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>
- Simancas González, E.; Marín Dueñas, P.P.; Gargallo Outón, J. (2019). Juventud y publicidad contra la violencia de género. En busca de una mayor eficacia. *Las herramientas digitales en la Comunicación Social*, pp. 39-53. Madrid: Fragua.
- Simancas González, E.; Marín Dueñas, P.P. (2019). Influencia de Twitter en la prensa digital en el caso de la campaña de Hazte Oír: “Los niños tienen pene y las niñas tienen vulva”. *Revista Inclusiones*, 6(num. especial), 152-167. Disponible en: <http://www.archivosrevistainclusiones.com/gallery/9%20vol%206%20num%204%20sevilla2019octu>

[bdiciemb19incl.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