



Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA 31/7/2025

Nombre y apellidos	Marina Ramos Serrano		
Núm. identificación del investigador	Researcher ID		
	Código Orcid	0000-0001-6871-9239	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Sevilla		
Dpto./Centro	Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad / Facultad de Comunicación		
Dirección			
Teléfono		Correo electrónico	
Categoría profesional	Profesora Titular	Fecha inicio	6/7/2012
Espec. cód. UNESCO	611401/591002/591004		
Palabras clave	Redes sociales, <i>social media</i> , comunicación publicitaria, <i>branded content</i>		

A.2. Formación académica (título, institución, fecha)

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciatura Publicidad y Relaciones Públicas	Universidad de Málaga	1998
Doctora en Publicidad y Relaciones Públicas	Universidad de Málaga	2003

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

- 3 sexenios de investigación concedidos.
- 4 tesis dirigidas.

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco)

Doctora en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga (2003). Profesora titular en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla (2012) donde imparto asignaturas relacionadas con la creatividad publicitaria y las nuevas tecnologías. He realizado estancias de investigación y docencia en Depaul University (Chicago, EE.UU.), Technische Universiteit Eindhoven (Holanda) y Texas Tech University (Lubbock, EE.UU.) Mis principales líneas de investigación se centran en la comunicación publicitaria en la era digital y la creación de contenidos de marca (branded content). Mis investigaciones han sido publicadas en revistas académicas como Comunicar, New Media and Society o Revista Latina de Comunicación Social, entre otras. He coordinado tres monografías, publicado más de 30 artículos de investigación en revistas científicas y 30 capítulos de libros.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

Artículos de investigación

- Tur-Viñes, Victoria; Castelló-Martínez, Araceli; (3/4) Ramos-Serrano, Marina; Zacipa-Infante, Ingrid. 2024. Advertising and creativity in award ceremonies: the challenge of transparent evaluation. Creativity Studies. 17-2, pp.462-474. ISSN 2345-0479, ISSN 2345-0487. <https://doi.org/10.3846/cs.2024.18715>
- Castelló-Martínez, Araceli; (2/3) Ramos-Serrano, Marina; Sánchez-Labela Martín, Inmaculada. 2024. Lenguaje inclusivo y perspectiva de género en la publicidad: el caso del

Festival El Sol (2022). ADCOMUNICA-REVISTA CIENTIFICA DE ESTRATEGIAS TENDENCIAS E INNOVACION EN COMUNICACION. ASOC DESARROLLO COMUNICACION. pp.141-166. ISSN 2174-0992, ISSN 2254-2728. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.7653>

- García-Gordillo, M., Ramos-Serrano, M., & Rivas-de-Roca, R. (2023). Beyond Erasmus. Communication of European Universities alliances on social media. *El Profesional De La información*. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.jul.04>
- Ramos-Serrano, M., Castelló-Martínez, A., & Tur-Viñes, V. (2023). Transparencia e igualdad en los festivales de publicidad en España. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 29(4), 943-954. <https://doi.org/10.5209/esmp.89057>
- Ramos-Serrano, Marina, Macías-Muñoz, Gema y Rueda-Treviño, Antonio (2022): Branded content y moda de lujo: análisis de los contenidos audiovisuales en YouTube (2008-2019). *Revista Mediterránea de Comunicación*, 13(1), 147-164. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.20643>
- Ramos-Serrano, Marina, Miguélez-Juan, Blanca y Hernández-Santaolalla, Víctor (2022): Entre un gueto de terciopelo y un techo de cristal: Situación de las creativas en España. *Cuadernos.info*, Núm.53, 273-294. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.53.39485>
- Ramos-Serrano, Marina, Fernández Gómez, Jorge David y Pineda, Antonio (2018): Follow the closing of the campaign on streaming': The use of Twitter by Spanish political parties during the 2014 European elections. *New Media & Society*. Vol.20. Núm. 1, págs.122-140. ISSN-e: 14617315.
- Herrero-Diz, Paula, Ramos-Serrano, Marina y Nó, Javier (2016): Los menores como usuarios creadores en la era digital: del *prosumer* al creador colaborativo. Revisión teórica 1972-2016. *Revista Latina de Comunicación Social*, Núm.71, pp. 1.301 a 1.322. ISSN: 1138-5820.
- Ramos-Serrano, Marina y Herrero-Diz, Paula (2016): Unboxing and brands: youtubers phenomenon through the case study of evantubehd. *Prisma Social*, Núm. 37, pp. 90-107. ISSN: 1989-3469.
- Ramos-Serrano, Marina y Martínez-García, Ángeles (2016): Personal style bloggers: The most popular visual composition principles and themes on instagram. *Observatorio (OBS)*. Vol. 10, Núm. 2, págs. 89-109. ISSN-e: 1646-5954.
- Muñiz Velázquez, José Antonio y Ramos-Serrano, Marina (2012). La comunicación móvil. Análisis desde una perspectiva psicosocial. *Telos Cuadernos de Comunicación e Innovación*. Núm. 93, pp. 97-105. ISSN: 0213-084X.
- Ramos-Serrano, Marina, Lozano, Javier y Hernández-Santaolalla, Víctor (2012). Fanadvertising y series de televisión, *Comunicación, Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*. Núm. 10, Vol.1, pp. 1211-1223. ISSN: 1989-600X.
- Lozano Delmar, Javier, Hernández-Santaolalla, Víctor y Ramos-Serrano, Marina (2013). Fandom-generated content: An approach to the concept of fanadvertising. *Participations. Journal of Audiences and Reception Studies*, Vol. 10. Núm. 1, pp. 351-356. ISSN: 1749-8716.
- Jiménez Marín, Gloria y Ramos-Serrano, Marina (2007). Jóvenes y móviles. Estrategias de los operadores de telefonía en España. *Comunicar, Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, núm 29, pp. 121-128. ISSN: 1134-3478.

Capítulos de libros

- Tur-Viñes, V., Castelló-Martínez, A., Ramos-Serrano, M., & Miguélez-Juan, B. (2025). AI, Advertising, and the Creative Profession: Ethical Challenges and Professional Transformations. In B. Miguélez-Juan & S. Rebollo-Bueno (Eds.), *AI Impacts on Branded Entertainment and Advertising* (pp. 83-106). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3799-8.ch005>

- Ramos-Serrano, M. (2025). Salidas profesionales del Máster Universitario en Publicidad y Gestión de Contenidos. En V. Hernández-Santaolalla, J.J. Vargas-Iglesias (Coords.), *Empleabilidad y comunicación. Comprender y diversificar las prácticas externas de las titulaciones de comunicación* (pp. 127-135). Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Ramos-Serrano, Marina; Herrero Diz, Paula (2022) *Menores y YouTube: el fenómeno de los pequeños influencers. Imágenes de la infancia en la Comunicación y la Cultura*. FRAGUA. pp.287-300. ISBN 978-84-7074-945-2.
- Ramos-Serrano, Marina, & Herrero-Diz, Paula (2015). Publicidad y niños: del *User Generated Content* al *User Generated Branding*. En Álvarez-Ruiz, Antón, y Núñez, Patricia (Coords.), *Claves de la comunicación para niños y adolescentes* (pp. 277-304). Madrid: Fragua. ISBN: 978-84-7074-668-0.

C.2. Proyectos

- Participación como investigadora a tiempo parcial en el proyecto de I +D: Representación mediática de la Imagen Corporal (no) saludable. Desarrollo de una herramienta de prevención en niños y niñas de 6 a 9 años: "Mi cuerpo me gusta".», financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad I+D en su convocatoria Retos a la Investigación 2014. Investigadoras principales: Mònika Jiménez-Morales (UPF) & Pilar Medina-Bravo (UPF). Referencia del proyecto: CSO2014-58220-R.
- Participación como investigadora a tiempo completo en el proyecto de I+D: "Los Medios Audiovisuales en la Transición Española (1975-1985): Las Imágenes del cambio democrático". Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación. Entidades participantes: Universidad Carlos III de Madrid, Universidad Ramón Llull de Barcelona, y Universidad de Sevilla. Ejecución: del 1 de enero de 2010 al 31 de diciembre de 2012. IP: Dr. José Manuel Palacios Arranz. Tipo de convocatoria: Nacional. Financiación: € 39.930,00. Referencia del proyecto: CSO2009-09291
- Participación como investigadora a tiempo completo en el proyecto de I+D: "Estrategias de comunicación social de los organismos de estado a través de la publicidad institucional". Entidad organizadora: Ministerio de Educación y Ciencia. Entidades participantes: Universitat Pompeu Fabra y Universidad de Sevilla. Ejecución: del 1 de enero de 2004 al 31 de diciembre de 2007. IP: Dr. Xavier Ruiz Collantes. Tipo de convocatoria: Nacional. Financiación: € 35.880,00. Referencia del proyecto: SEJ2004-02451.

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

- Participación como investigadora en el contrato de investigación: "Notoriedad e imagen de las entidades financieras y sus respectivas fundaciones y obras sociales". Entidad financiadora: Datacampo S.L. Entidades participantes: Universidad de Sevilla. Ejecución: del 14 de diciembre de 2005 al 14 de marzo de 2006.

C.5. Estancias en centros de investigación y universidades.

- Estancia de investigación (financiada por el Centro Internacional de la Universidad de Sevilla) en la College of Mass Communications en Texas Tech University desde el 19 de julio de 2010 al 30 de agosto de 2010. Durante la estancia impartí charlas y conferencias sobre la nuevas formas de comunicación publicitaria en España. Además participé en el 93 Annual Conference of Association for Education in Journalism And Mass Communication, organizado por la Association for Education in Journalism and Mass Communication. Denver, Colorado (EE.UU). Del 4 al 7 de agosto de 2010.
- Estancia de investigación postdoctoral en el Grup de Reserca en Imatge so i Síntesis de la Universidad Autónoma de Barcelona. Desde el 31 de agosto al 3 de octubre de 2009, grupo de investigación especializado en la comunicación interactiva.

C.6. Otros méritos relacionados con la actividad investigadora.

- Evaluadora externa en calidad de doctora para la tesis doctoral "Análisis de la significación del videojuego: fundamentos teóricos del juegos, el mundo narrativo y la enunciación interactiva como

perspectivas de estudio del discurso" del actual doctor Óliver Pérez Latorre de la Universidad Pompeu Fabra. Tesis que obtuvo la máxima calificación: Sobresaliente cum laude por unanimidad.

- Evaluadora externa de la *Revista de Cuadernos de Gestión*. Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea. Universidad de La Rioja. Revista indexada en Scopus entre otras bases de datos.

- Evaluadora externa de la Revista *Communication and Society* de la Universidad de Navarra, revista indexada en Scopus entre otras bases de datos.

- Evaluadora externa de la Revista *Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*. Indexación: European Reference Index for the Humanities (ERIHPlus); Latindex (Catálogo y directorio) (Folio: 19812) y cumple las 36 características de calidad para publicaciones electrónicas (básicas, de presentación, de gestión y política editorial y de contenido). Posición que ocupa la revista en el área: circ 2012 [b]; anep [c]; número de citas recibidas: google scholar (índice h=4).

- Evaluadora externa de la *Revista Icono 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*. Indexada en Emerging Citation Index de Thomson Reuters (2015)

C.7. Gestión universitaria.

- 2016/2021- Directora del secretariado de comunicación externa y redes sociales de la Universidad de Sevilla desde el 1 de febrero de 2016 hasta 8 de febrero de 2021. Las labores del puesto incluyen la creación y puesta en práctica de la estrategia de comunicación digital de la Universidad de Sevilla en las redes sociales.

- 2010/2014- Vicedecana de Relaciones Internacionales e Innovación Docente de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

- 2005/2006- Vicedecana Ordenación Académica y Planificación Educativa.

- 2005/2009 Miembro del Claustro en representación del subsector B3