

**CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)**

<b>Fecha del CVA</b>	22/11/2023
----------------------	------------

**Parte A. DATOS PERSONALES**

Nombre	Rodrigo		
Apellidos	Elías-Zambrano		
Sexo (*)	H	Fecha de nacimiento (dd/mm/yyyy)	
DNI, NIE, pasaporte			
Dirección email		URL Web	<a href="https://bit.ly/3Wi5w1E">https://bit.ly/3Wi5w1E</a>
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	<a href="https://orcid.org/0000-0001-8256-582X">orcid.org/0000-0001-8256-582X</a>		

\* datos obligatorios

**A.1. Situación profesional actual**

Puesto	Profesor Titular de Universidad		
Fecha inicio	Universidad de Sevilla		
Organismo/ Institución	Universidad de Sevilla		
Departamento/ Centro	Dpto. Comunicación AV y Publicidad / Fac. Comunicación		
País	España	Teléfono	
Palabras clave	Comunicación; dirección de arte; educocomunicación; emprendimiento; publicidad.		

**A.2. Situación profesional anterior**

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
2016-2019	PDI / Universidad de Cádiz / España
2018-2022	PDI / Universidad Nebrija / España
2013-2015	PDI / Universitat Oberta de Catalunya / España
2010-2015	Gestor de comunicación / Régimen General de Trabajadores Autónomos / España
1999-2010	Realizador / Diferentes productoras / España - Bélgica

**A.3. Formación Académica**

Grado/Master/Tesis	Universidad/País	Año
Licenciatura en Comunicación Audiovisual	Universidad de Sevilla / España	1998
Máster en Gestión de Empresas Audiovisuales	Universidad de Sevilla / España	2010
Máster Oficial en Comunicación y Educación Audiovisual	Universidad de Huelva / España	2012
Doctorado en Comunicación	Universidad de Sevilla / España	2017

**Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5.000 caracteres, incluyendo espacios):**

**Aportaciones científicas más relevantes:**

- Un sexenio de investigación (último 2017)
- Google Scholar: 624 citas; Índice H: 16; Índice i10: 21.
- Scopus: 25 publicaciones; Índice H:6, citas totales: 143.
- Award for the best paper of the 5th International Academic and Professional Congress on happiness
- Dirección de 25 Trabajos Fin de Máster.
- Participación en 4 proyectos i+d

**Aportaciones a la sociedad:**

- Miembro del comité organizador del concurso Cápsulas de Felicidad por la Paz en Ucrania, patrocinado por la Fundación Campus Tecnológico de Algeciras, el Instituto Universitario de Investigación para el Desarrollo Social Sostenible (INDESS), IVECO y la Real Academia de Nobles Artes de Antequera. Junio 2022.

### Otras aportaciones:

- 3 registros en Oficina Española de Patentes y Marcas.

### Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES.

#### C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con “peer review” y conferencias.

##### ARTÍCULOS

1. Elías-Zambrano, R.; Ramírez-Alvarado, M-M.; Jiménez-Marín, G. (2023). Imagen y representación de estereotipos y arquetipos en la ficción audiovisual televisiva española: de *Cites* a *El Pueblo* como casos de educomunicación en series. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(1), 165-187. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23322>. Scopus Q1 2021 (Cultural Studies) y Q2 2021 (Communication). C1 Dialnet Métricas 2019. C2 Fecyt 2019. ISSN: 1989-872X.
2. Elías-Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G.; Galiano-Coronil, A. (2023). Estrategias de marketing social y comunicación de la slow fashion como herramienta de *happiness management*. *Anduli – Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, 23, 99-116. DOI: <http://doi.org/10.12795/anduli.2023.i23.06>. ISSN: 1696-0270; e-ISSN: 2340-4973. C1 2021 Dialnet Métricas 8/104 multidisciplinar (impacto = 0,39). Sello FECYT – C4 2021 (44/50 – Ciencias Políticas y sociología; impacto =25,34).
3. Román-San-Miguel, A.; Sánchez-Gey Valenzuela, N.; Elías-Zambrano, R. (2022). Los profesionales de la información y las *fake news* durante la pandemia del Covid-19. *Vivat Academia*, 155, 131-149. DOI: <http://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1312>
4. Sanz-Marcos, P.; Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (2021). Aplicación y uso del Modelo de Resonancia o Customer-Based Brand Equity (CBBE). Estudio de la lealtad de marca a través de la figura del influencer. *methaodos.revista de ciencias sociales*, Vol. 9(2), pp. 200-218. DOI: <http://dx.doi.org/10.17502/mrcs.v9i2.471>. C1 2020 Dialnet Métricas 13/102 – Impacto = 0,239. ISSN: 2340-8413.
5. Román-San-Miguel, A.; Elías Zambrano, R.; Villarreal Palomo, A. (2021). Periodismo deportivo dirigido por mujeres: análisis de la presencia de las mujeres en cargos directivos de medios de comunicación. *Austral Comunicación*, V10, N. 1, pp. 301-320. ISSN (I) 2313-9129. ISSN (E) 2313-9137. <https://doi.org/10.26422/aucom.2021.1001.ara>
6. Elías Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G.; Galiano-Coronil, A. & Ravina-Ripoll, R. (2021). Children, Media and Food. A New Paradigm in Food Advertising, Social Marketing and Happiness Management. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, Vol. 18(7), pp. 3588. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph18073588>. eISSN: 1660-4601. JCR 2021=2,849 Impact Factor: 3.127. JCR category rank: 105/265 (Q2 in 'Environmental Sciences' -SCIE- = 106/265; Q2 in 'Public, Environmental & Occupational Health' -SCIE- =58/193; Q1 in 'Public, Environmental & Occupational Health' -SSCI- =32/170); Scopus Q2 2019=0,74.
7. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; Galiano-Coronil, A.; Tobar-Pesántez, L. (2021). Brand management from social marketing and happiness management binomial of in the age of Industry 4.0. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(1), 1-10, Scopus Q2 – SJR 2019=0.26 in Social Sciences.
8. Román-San-Miguel, A.; Elías Zambrano, R. & Paredes Molina, M. (2021). Realidad y ficción en el discurso informativo. Crímenes como inspiración para proyectos audiovisuales en España. *Ámbitos – Revista Internacional de Comunicación*, Vol. 51, 62-78. DOI: 10.12795/Ambitos.2020.i51.06. ISSN: 1139-1979 | E-ISSN: 1988-5733. Dialnet, Latindex, ErihPlus, ÍndICES CSIC, Redalyc, Dulcinea, RESCH, MIAR, RISSC, PKP INDEX y Google Académico.
9. Román-San-Miguel, A.; Sánchez-Gey-Valenzuela, N.; Elías-Zambrano, R. (2020). Las *fake news* durante el Estado de Alarma por COVID-19. Análisis desde el punto de vista político en la prensa española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, pp. 359-39. ISSN: 1138-5820. Scopus Q2 – SJR 2020=0.54 in Communication, C1 Dialnet Métricas 2019, Emerging Sources Citation Index, MIAR, RESH, Latindex.
10. Jiménez-Marín, G.; Sanz-Marcos, P.: Elías Zambrano, R. (2020). Uso de *smartphones* en la infancia y seguimiento del código PAOS por parte de anunciantes de alimentación. *Revista de Comunicación y Salud*, Vol. 10(3), pp. 67-86. DOI: [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(3\)](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(3)). eISSN: 2173-1675. Cátedra de Comunicación y Salud - Universidad Complutense de Madrid.
11. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; Galiano-Coronil, A. & Ravina-Ripoll, R. (2020). Food and beverage advertising aimed to Spanish children issued through mobile advices: Study from a Social Marketing Perspective and Happiness Management. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, Vol. 17(14), pp. 5056. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph17145056>. eISSN: 1660-4601. JCR 2019=2,849 (Q2 in 'Environmental Sciences' -SCIE- = 106/265; Q2 in 'Public, Environmental & Occupational Health' -SCIE- =58/193; Q1 in 'Public, Environmental & Occupational Health' -SSCI- =32/170); Scopus 2019=0,739.



## LIBROS

1. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (2022) (ed.). *Emprender en Comunicación*. Madrid: Pirámide. Colección empresa. ISBN: 978-84-368-4634-8.
2. Elías Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G. (coord.) (2021). *Reflexiones en torno a la comunicación organizacional, la publicidad y el audiovisual, desde una perspectiva multidisciplinar*. Madrid: Fragua. ISBN: 978-84-7074-892-9.

## CAPÍTULOS DE LIBROS

1. Elías-Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G.; Bellido-Pérez, E. (2023). Discursos, comunicación y publicidad, en femenino: la configuración de la imagen social de la mujer política en redes sociales. En Santiago-Guervós, J. de; Fernández Ulloa, T.; Soler Gallo, M. (eds.). *El discurso como herramienta de control social*, 481-490. Berlín: Peter Lang. ISBN: 978-3631-88515-4
2. Elías-Zambrano, R.; Rodríguez-Rey, A. (2023). Mujeres andaluzas y comunicación científica. Imagen institucional a través de redes sociales. En Alcaide Lara, E.R.; Núñez Domínguez, T. (eds.). *Mujer, mujeres andaluzas: proyectando imágenes sociales y narrativas*. Editorial Universidad de Sevilla, pp. 173-190. ISBN: 978-84-472-2475-3. DOI: <https://dx.doi.org/10.12795/9788447224753>
3. Elías-Zambrano, R.; Barrientos-Bueno, M.; Ramírez Alvarado, M. M. (2022). Medios de comunicación y educación. La necesidad de la Educomunicación en la formación universitaria española. En Sádaba Chalezquer, C.; Núñez Gómez, P.; Pérez Torneo, J.M. (eds.). *La alfabetización mediática e informacional en las facultades de comunicación en España*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones, pp. 87-101. ISBN: 978-84-17600-62-4.
4. Elías-Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G. (2022). Montar una productora audiovisual. En Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (ed.). *Emprender en Comunicación*. Madrid: Pirámide. Colección empresa. ISBN: 978-84-368-4634-8. Pp. 49-56.
5. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; (2022). La creación de agencias de publicidad. En Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (ed.). *Emprender en Comunicación*. Madrid: Pirámide. Colección empresa. ISBN: 978-84-368-4634-8. Pp. 57-72-56.
6. Sánchez-Gey Valenzuela, N.; Román-San-Miguel, A. & Elías Zambrano, R. (2021). El uso de gamificación en la medición de la participación en eventos en *streaming*. El Kahoot como método de seguimiento. En Paredes-Otero, G.; & Sánchez-Gey Valenzuela, N. (coord.). *De la filosofía digital a la sociedad del videojuego. Literatura, pensamiento y gamificación en la era de las redes sociales*. Madrid: Dykinson, pp. 1299-1315. ISBN: 978-84-1377-561-6.
7. Elías Zambrano, R.; Sánchez-Gey Valenzuela, N. & Román-San-Miguel, A. (2021). La evolución del aprendizaje a través de los medios: publicidad, comunicación audiovisual y periodismo como base de la educomunicación. En Sánchez-Gey Valenzuela, N. & Cárdenas Rica, M.L. (coord.). *La comunicación a la vanguardia. Tendencias, métodos y perspectivas*. Madrid: Fragua, pp. 1664-1675. ISBN: 978-84-7074-899-8.
8. Sánchez-Gey Valenzuela, N.; Román-San-Miguel, A. & Elías Zambrano, R. (2021). Las *fake news* en los medios impresos durante la pandemia por la covid-19. Los remedios falsos durante el estado de alarma. En Sánchez-Gey Valenzuela, N. & Cárdenas Rica, M.L. (coord.). *La comunicación a la vanguardia. Tendencias, métodos y perspectivas*. Madrid: Fragua, pp. 2147-2165. ISBN: 978-84-7074-899-8.
9. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; Bellido-Pérez, E. (2021). La promoción de ventas digital como estrategia comercial: del point of sale al consumidor como variable del marketing mix en tiempos de social media. En Sánchez-Gey Valenzuela, N. & Cárdenas Rica, M.L. (coord.). *La comunicación a la vanguardia. Tendencias, métodos y perspectivas*. Madrid: Fragua, pp. 2642-2660. ISBN: 978-84-7074-899-8.
10. Elías Zambrano, R. & Domingo Morales, J. (2021). Business development anda day-to-day operations. In Jiménez-Marín, G.; López, A.; Torres, M.; Guadix Martín, J. (eds.). *Entrepreneurship for Rural Start-ups*. New York & London: Routledge. ISBN: 978-0-367-52266-7 (hbk) - ISBN: 978-1-003-05723-9 (ebk)
11. Elías Zambrano, R. & Jiménez-Marín, G. (2021). Introducción. En Elías-Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G. (coord.). *Reflexiones en torno a la comunicación organizacional, la publicidad y el audiovisual, desde una perspectiva multidisciplinar*. Madrid: Fragua. ISBN: 978-84-7074-892-9, pp. 9-11.
12. Elías Zambrano, R. (2021). El modelo educomunicativo en el contexto del nuevo marketing digital. En Elías Zambrano, R. & Jiménez-Marín, G. (Coord.) (2021). *Reflexiones en torno a la comunicación*



organizacional, la publicidad y el audiovisual, desde una perspectiva multidisciplinar. Madrid: Fragua. ISBN: 978-84-7074-892-9, pp. 193-204.

13. Jiménez-Marín, G. & Elías-Zambrano, R. (2020). *The advertising throne*. Estrategia publicitaria y promocional de Juego de tronos. En López Rodríguez, F.J.; Raya Bravo, I.; Lozano del Mar, J.: *Winter is over. (Re)analizando el fenómeno televisivo de Juego de tronos*, pp. 161-178. Madrid, Fragua. ISBN: 978-84-7074-860-8; eISBN: 978-84-7074-723-6.

## C.2. Congresos

1. Elías-Zambrano, R. (2023). La mujer en la industria publicitaria Española: Del techo de cristal a la sororidad en roles directivos. *Jornadas internacionales sobre mujer e imagen en discursos públicos*. Universidad de Sevilla, mayo de 2023.
2. Elías-Zambrano, R.; Vázquez-González, J.; Jiménez-Marín, G. (2022). The happiness image in advertising: strategy, creativity and art direction through consumer campaigns aimed at women. 6th International Academic and Professional Congress on Happiness. Universidad de Salamanca – Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca, 11 de noviembre de 2022.
3. Discurso institucional y representación de las mujeres líderes políticas en redes sociales en España. VII Simposio Internacional sobre Ideología, Política y Reivindicaciones en Lengua, Literatura y Cine en Español. Universidad de Salamanca, 1-3 de junio de 2022.
4. Análisis de las estrategias de marketing social y comunicación de slow fashion como herramienta de happiness management. 5th International Academic and Professional Congress on Happiness. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid, noviembre de 2021.
5. Public and Non-Profit Marketing within the Framework of Sustainable Development Goals. XX International Congress on Public and Nonprofit Marketing. Universidad de Alcalá, junio de 2021.
6. Rentabilidad Económica de la Publicidad a Través de Redes Sociales. Análisis del Caso de Prensa Local Europea. XXVII Congreso Internacional de la SEP. Sevilla, 27-28 de mayo de 2021.
7. El papel de las promociones en el ecosistema comercial y promocional en el marketing del s. XXI. I Congreso Internacional NODOS del Conocimiento. Sevilla, 10-11 diciembre de 2020. Universidad de Sevilla – Universidad de Zaragoza.
8. La dirección de arte en la publicidad audiovisual. Principios y fundamentos aplicados. I Congreso Internacional de Innovación en Comunicación Medios Audiovisuales. Salamanca, 20-23 de octubre de 2020. Universidad de Salamanca y Universidad de Alicante.
9. El poder del *influencer* en el contexto publicitario español. I Congreso Internacional Comunicación y Redes Sociales en la Sociedad de la Información. Madrid, 6-7 de febrero de 2020. Universidad Complutense de Madrid.

## C.3. Proyectos o líneas de investigación en los que ha participado:

- Investigador en el Proyecto de Investigación Lobby y Comunicación en la Unión Europea. Análisis de sus estrategias de comunicación (PID2020-118584RB-I00). Convocatoria de Proyectos de I+D+i Retos Investigación del Ministerio de Educación y Ciencia. 2021/2024.
- Investigador en el Proyecto de Investigación Retos comunicativos de las instituciones andaluzas: configuración de la imagen social de la mujer en Andalucía (interfaz instituciones-discursocidadanía) (US-1381061). Convocatoria de Proyectos de I+D+i en el ámbito del Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación. Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad. Junta de Andalucía. 2021-2023.
- Investigador en el proyecto de investigación Representación mediática de la imagen corporal no saludable. Desarrollo de una Herramienta de prevención en niños y niñas de 5 a 8 años: "mi cuerpo me gusta". Ministerio de Economía y competitividad. 2014-2018.
- Investigador en el proyecto de investigación CODETUR: Comunicación Online de Destinos Turísticos (CSO 2011-22691). Ministerio de Ciencia y Educación. 2012-2014.

## C.4. Participación en actividades de transferencia de tecnología/conocimiento y explotación de resultados

- Registro de Marca "Ecolosofía". OEPM. 2022.
- Registro de Marca "Nutrifelicidad". OEPM. 2021.
- Registro de Propiedad Intelectual "Sello de calidad: Rutas culturales felices". 2021.