

<b>Fecha del CVA</b>	30/07/2025
----------------------	------------

**Parte A. DATOS PERSONALES**

Nombre	Isabel		
Apellidos	Rodrigo Martín		
Sexo		Fecha de Nacimiento	
DNI/NIE/Pasaporte			
URL Web			
Dirección Email			
Open Researcher and Contributor ID (ORCID)	0000-0001-8349-5093		

**RESUMEN NARRATIVO DEL CURRÍCULUM**

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Valladolid en 2006. Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad de Valladolid (2012), con Premio Extraordinario de Doctorado por la tesis Arte y comunicación. Propaganda política y transmisión de modelos sociales en la obra de Eduardo Vicente. Realizó el Master en Comunicación con Fines Sociales en 2015. Profesora Titular de la Universidad de Valladolid en el grado de Publicidad y Relaciones Públicas, donde ha impartido distintas asignaturas vinculadas con el diseño y la producción y realización publicitaria. Durante 7 años, ocupó el puesto de Técnico Especialista de Diseño gráfico y Fotografía, de la Universidad de Valladolid. Obtuvo el Premio de Investigación Caja España, con un trabajo sobre comunicación y actuación para la prevención de acoso escolar. En 2016, obtuvo la beca de investigación del Instituto de la Cultura Tradicional Segoviana Manuel González Herrero (IV convocatoria), desarrollando el proyecto: “Creatividad y etnografía en la Comunidad de Villa y Tierra de Sepúlveda. Trabajo y vida bajomedieval a través de la iconografía de los capiteles de los pórticos de sus iglesias románicas”. Es investigadora en la Universidad Complutense de Madrid en la Cátedra de Comunicación Digital en la infancia y la adolescencia y en el Grupo de Investigación SocMedia. Su experiencia profesional se ha realizado en distintos medios de comunicación y como diseñadora gráfica. Es autora de distintos artículos científicos y capítulos de libros. 1 tramo de actividad investigadora evaluado positivamente por ANECA.

**1. ACTIVIDAD INVESTIGADORA, DE TRANSFERENCIA E INTERCAMBIO DEL CONOCIMIENTO**

**1.1. PROYECTOS Y CONTRATOS DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA E INTERCAMBIO DEL CONOCIMIENTO**

**1.1.1. Proyectos**

- 1 Proyecto.** Creatividad y etnografía en la Comunidad de Villa y Tierra de Sepúlveda. Trabajo y vida bajomedieval a través de la iconografía de los capiteles de los pórticos de sus iglesias románicas. (Instituto de la Cultura Tradicional Segovia Manuel González Herrero. Diputación de Segovia). 01/06/2016-01/06/2017. 8.000 €.
- 2 Proyecto.** Creatividad, Convivencia y Nuevas Tecnologías. M<sup>a</sup> Isabel Martín Requero. (Junta de Castilla y León). 01/09/2011-01/09/2012. 36.000 €.
- 3 Proyecto.** Comunicación, diseño y defensa. Luis Rodrigo Martín. (Ministerio de Defensa). 27/03/2009-27/03/2010. 3.000 €.
- 4 Proyecto.** Bulling. Reflexiones teóricas y críticas del fenómeno. La violencia en el entorno escolar. Isabel Rodrigo Martín. (Caja España). 01/10/2007-01/10/2008. 6.000 €.

**1.1.2. Contratos**

- 1 Contrato.** OCM Kids and Teens. Observatorio de consumo y marcas Kids & Teens Telepizza. Patricia Nuñez Gómez. 2020-01/01/2021.

- 2 **Contrato**. Cátedra Extraordinaria Complutense TMKF de Comunicación y Marketing por la Infancia y la Adolescencia Universidad Complutense de Madrid. Patricia Núñez Gómez. 2016-01/01/2020. 48.000 €.
- 3 **Contrato**. Análisis de las tendencias de las campañas publicitarias en las radio fórmulas españolas durante la temporada 2010/2011 Cadena 100. Isabel Rodrigo Martín. 01/10/2010-01/10/2011. 3.000 €.
- 4 **Contrato**. Análisis, clasificación y contextualización de las campañas publicitarias en el ámbito rural durante el año 2010 Popular Rural, S.A., Cadena COPE. Isabel Rodrigo Martín. 01/01/2010-01/01/2011. 3.000 €.
- 5 **Contrato**. Comparativa de la eficacia de las campañas publicitarias en los medios on-line con respecto al medio radio durante los años 2009 y 2010 Radio Popular, S.A.. Isabel Rodrigo Martín. 01/01/2009-01/01/2011. 3.000 €.

## 1.2. RESULTADOS Y DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD INVESTIGADORA Y DE TRANSFERENCIA E INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTO

### 1.2.1. Actividad investigadora

AC: Autor de correspondencia; (nº x / nº y): posición firma solicitante / total autores. Si aplica, indique el número de citas

- 1 **Artículo científico**. IRM; LRM; DMS. 2025. Publicidad y adolescencia. Estudio etnográfico de una comunidad virtual. Index Comunicación. 15-1, pp.31-52.
- 2 **Artículo científico**. GRP; IRM; DMS. 2024. Tipologías y patrones de arquitectura de la información. Presentes en las interfaces de usuario de las redes sociales META (Instagram e Facebook). Visual Review. International Visual Culture Review. 16-6, pp.211-227.
- 3 **Artículo científico**. IRM; LRM; APG; DMS. 2023. El impacto del confinamiento por la COVID-19 en el curso académico. Caso de estudio: el alumnado de etnia gitana. adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación. 25, pp.155-176.
- 4 **Artículo científico**. IRM; LRM; APG. 2022. La creatividad como herramienta para comprender la educación. El papel de la creatividad como catalizador de la transformación de la educación. Visual Review. International Visual Culture Review. 9, pp.1-12.
- 5 **Artículo científico**. IRM; LRM; DMS. 2022. los influencers virtuales como líderes de opinión y su empleo en técnicas en comunicación política. Revista Mediterránea de Comunicación. 13 (1), pp.251-266.
- 6 **Artículo científico**. LRM; IRM; DMS. 2021. El cartel como documento publicitario en el primer tercio del siglo XX. Análisis del consumo, la sociedad y la cultura a través de la colección de carteles publicitarios de Carulla (Publicación Julio de 2021). Revista de Documentación de las Ciencias de la Información. 44-2, pp.221-229.
- 7 **Artículo científico**. LRM; IRM; DMS. 2021. El papel de las redes sociales en la ciberdiplomacia dentro del contexto del 5G (Aceptada-Pendiente de Publicación). Janus.
- 8 **Artículo científico**. LRM; IRM; DMS. 2021. Los influencers virtuales como herramienta publicitaria en la promoción de marcas y productos. Estudio de la actividad comercial de Lil Miquela. Revista Latina de Comunicación Social. 79, pp.69-90.
- 9 **Artículo científico**. IRM; DMS; BCN. 2021. Publicidad social y aprendizaje servicio. Una experiencia compartida entre el alumnado universitario y el de educación primaria. Bibliotecas. Anales de investigación. 17-4.
- 10 **Artículo científico**. DMS; LRM; IRM. 2021. The role of Twittwe in the who's fight against the infodemic. International Journal of Environmental Research and Public Health. MDPI. 18, 11990, pp.1-13.
- 11 **Artículo científico**. IRM; LRM; LMV. 2020. Educación, Valores, Tecnología y Música. Hacia un modelos inclusivo que apueste por la igualdad y las relaciones interpersonales. Revista Electrónica Complutense de Investigación en Educación Musical (RECIEM). 17, pp.33-47.
- 12 **Artículo científico**. PNG; LRM; IRM; LMV. 2020. Tendencias de consumo y nuevos canales para el márketing en menores y adolescentes. La generación Alpha en España y su consumo tecnológico. Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informaçaso (RISTI). E34, pp.391-407.

- 13 **Artículo científico.** MALL; IRM; LRM. 2014. Diseño, imagen y comunicación de productos de lujo. Estudio arquetípico de los atributos esenciales para su identificación. Icono 14. ISSN: 1697-8293. 12-1, pp.105-138.
- 14 **Artículo científico.** IRM. 2013. Arte, creatividad y propaganda. El cartel político en España como transmisor de ideología. Creatividad y Sociedad. ISSN: 1887-7370. 20, pp.1-42.
- 15 **Artículo científico.** MALL; LRM; IRM. 2013. La degradación de un sistema económico que no atisbó la educación en consumo sostenible. Crítica social. Historia y Comunicación Social. ISSN: 1137-0734. 18, pp.115-127.
- 16 **Artículo científico.** IRM; LRM. 2012. Creatividad y Educación. El desarrollo de la creatividad como herramienta para la transformación social. Prisma Social. Revista de ciencias sociales. ISSN: 1989-3469. 9, pp.331-351.
- 17 **Capítulo de libro.** ASM; IRM. 2024. Análisis de la estrategia de comunicación en Instagram del Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente. Nuevas propuestas comunicativas. Ciudades en transformación: creatividad, protesta y patrimonio en el siglo XXI. McGraw Hill. pp.295-327.
- 18 **Capítulo de libro.** DMS; IRM; LRM. 2021. Nuevas tecnologías y discapacidad: las posibilidades del 5G en la eliminación de barreras. Análisis y enfoques novedosos para contenidos culturales (pendiente de publicación). Tirant Lo Blanch.
- 19 **Capítulo de libro.** DMS; LRM; IRM. 2020. Storytelling como herramienta de promoción en redes sociales. Las redes sociales como herramienta de comunicación persuasiva. McGraw Hill. pp.533-548.
- 20 **Capítulo de libro.** IRM. 2013. Arte, Publicidad y Propaganda. El arte al servicio de la comunicación. Los maridajes de la publicidad. Las relaciones de la publicidad y otros ámbitos del conocimiento. Icono 14 Editorial. 5, pp.71-11.
- 21 **Capítulo de libro.** IRM. 2011. Diseño de packaging ¿Cómo se visten los productos?. PUBLICIDAD, INNOVACIÓN Y CONOCIMIENTO. Comunicación y Sociedad. pp.84-105.
- 22 **Libro o monografía científica.** IRM. 2012. Arte y comunicación. Propaganda política y transmisión de modelos sociales en la obra de Eduardo Vicente. Arte y comunicación. Propaganda política y transmisión de modelos sociales en la obra de Eduardo Vicente. Editorial Icono 14. pp.1-808.
- 23 **Congreso.** Daniel Muñoz Sastre; Isabel Rodrigo Martín; Luis Rodrigo Martín. El papel de las redes sociales en la ciberdiplomacia dentro del contexto del 5G. COMRED. Universidad Autónoma de Lisboa. 2021. Portugal.
- 24 **Congreso.** Isabel Rodrigo Martín; Luis Rodrigo Martín; Daniel Muñoz Sastre. La comunicación como elemento homologador cultural. I Congreso Internacional de Comunicación especializada en la sociedad de la información. Universidad Complutense de Madrid. 2020. España.
- 25 **Congreso.** Isabel Rodrigo Martín; Luis Rodrigo Martín; Daniel Muñoz Sastre. Storytelling como herramienta de promoción en redes sociales. I Congreso Internacional Comunicación y redes sociales en la sociedad de la información. Universidad Complutense de Madrid. 2020. España.
- 26 **Congreso.** Isabel Rodrigo Martín; Luis Rodrigo Martín. Relationship between children and social networks. Children and adolescents in the era of SmartScreens: Risk, threats and opportunities Audiovisuales. International off-year Congress ECREA-CYM-2019. ECREA. 2020. España.
- 27 **Congreso.** Daniel Muñoz Sastre; Isabel Rodrigo Martín; Luis Rodrigo Martín. El 5G en la era de las comunicaciones personales. VII Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales. Retos de la tecnología en los ámbitos de la sociedad. ICONO 14 y CESINE. 2019. España.
- 28 **Congreso.** Isabel Rodrigo Martín. Publicidad social y aprendizaje servicio. El uso de la narrativa transmedia para fomentar el aprendizaje en el aula. Universidad Complutense de Madrid. 2018. España.
- 29 **Congreso.** Luis Rodrigo Martín; Isabel Rodrigo Martín. Ciudad, arte y comunicación. Análisis de la transformación de espacios para la creación artística y la comunicación en la ciudad de Segovia. VI Jornadas de Arte y Ciudad (III Encuentros Internacionales). Universidad Complutense de Madrid y CSIC. 2014. España.

- 30 Congreso.** Luis Rodrigo Martín; Isabel Rodrigo Martín; M<sup>a</sup> Isabel Martín Requero. La Re-Evolución publicitaria. El papel de la creatividad en la publicidad de los nuevos medios. VI Symposium de Profesores Universitarios de Creatividad Universitaria. FUNDACIÓ BARCELONA MEDIA UNIVERSITAT POMPEU FABRA. 2012. España.
- 31 Congreso.** Luis Rodrigo Martín; Isabel Rodrigo Martín; M<sup>a</sup> Isabel Martín Requero; Daniel Muñoz Sastre. Publicidad con Causa Social. un lenguaje seductor para educar en la convivencia. Congreso Internacional de educación mediática y competencia digital. FUNDACION GENERAL DE LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID y UNED. 2011. España.

## 1.2.2. Transferencia e intercambio de conocimiento y actividad de carácter profesional

### Actividad de carácter profesional

- 1 Profesor Titular de Universidad:** Universidad de Valladolid. 2021- actual. Tiempo completo.

#### Explicación narrativa de la aportación

Funciones desempeñadas

Docente e Investigador

## 3. LIDERAZGO

### 3.2. DIRECCIÓN DE TESIS DOCTORALES Y TRABAJOS FIN DE MASTER

- 1 Tesis Doctoral.** Publicidad y Diseño. La eficacia comunicativa y función social de las marcas: evolución y adecuación al contexto social. Universidad de Valladolid. 21/01/2016.

### 3.4. RECONOCIMIENTO Y RESPONSABILIDAD EN ORGANIZACIONES CIENTÍFICAS Y COMITÉS CIENTÍFICOS-TÉCNICOS

- 1 Comité editorial Icono 14:** Asociación Científica Icono 14.