

Fecha del CVA	5/3/2022
----------------------	----------

CURRICULUM ABREVIADO (CVA)

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos	ANA MARIA ALMANSA MARTÍNEZ		

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Málaga		
Dpto./Centro	Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad/Facultad de Ciencias de la Comunicación		
Dirección	Campus de Teatinos s/n, 29010 Málaga		
Categoría profesional	Profesora Titular de Universidad	Fecha inicio (en la universidad)	16/01/02
Palabras clave	Comunicación Institucional, Dirección de Comunicación, Relaciones Públicas, Investigación en Comunicación		

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

Doctora en Comunicación	Universidad de Málaga, UMA	2003
Máster Oficial en Política y Democracia	Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED	2013
Licenciada en Ciencias de la Información	Universitat Autònoma de Barcelona, UAB	1993

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica

Ha dirigido 28 tesis doctorales, todas con la máxima calificación, 8 de ellas con Mención Europea o Internacional y 2 de ellas han sido Premio Extraordinario de Doctorado.

En Google Scholar cuenta con 1.317 citas y un Índice H de 17 y un Índice H i10 de 25. Cuenta con un RG Score 16.44, H-index: 11. Autora de 20 artículos en revistas incluidas en el Journal Citation Reports (JCR, de Web of Science) y en el SCimago Journal Ranking (SJR, Scopus). De ellos, 9 son Q1. Con dos sexenios de investigación.





Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Profesora Titular de Universidad. Cuenta con más de cuarenta artículos publicados en revistas indexadas: *Comunicar*, *Revista Latina de Comunicación Social*, *El Profesional de la Información*, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, *Análisi*, *Historia y Comunicación Social*, *Trípodos*, *Anagramas*, *Icono 14*, *Chasqui*, etc. En total, cuenta con más de sesenta artículos en revistas científicas de España, Reino Unido, Colombia, Brasil, Chile, Ecuador, Bolivia y México.

Autora de libros como *Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación*, *Nuevos medios en Comunicación Política*, *Assessorías de Comunicação* (publicado en Brasil), *Teoría, estructura y funcionamiento de los gabinetes de comunicación y Financiera y Minera en Andalucía*; además cuenta con más de cuarenta capítulos de libro, en español y en inglés (cinco en EE.UU).

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

Cabe destacar la presentación de ponencias en más de setenta congresos nacionales e internacionales (Europa y América) y de estancias docentes y de investigación en Colombia, Chile, Argentina, Francia, Holanda, Portugal y Líbano. Coordinadora de la mesa *Ciberdemocracia y ciudadanía*, en los congresos de la Asociación Latinoamericana de Investigación en Campañas Electorales (ALICE). Miembro del Comité Científico de congresos ALICE y de congresos AIRP (Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas). Ha sido invitada para impartir clases y conferencias en diversas universidades de España, Colombia (Universidad de Medellín, Universidad de La Sabana), México, Chile, Argentina, Costa Rica y Brasil.

Editora de la *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, que en Dianet Métricas está en el Cuartil 1. Miembro del comité editorial y revisora en varias revistas nacionales e internacionales, JCR y Scopus. Evaluadora de la Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva (ANEP).

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) (2016-actualidad), Secretaria de la Comisión Académica en Málaga del *Doctorado Interuniversitario en Comunicación* (2016-actualidad), miembro de la Comisión de Formación del PDI de la UMA (2009-actualidad) y de la Comisión de Centro para la elaboración de los planes de estudio del Grado *Publicidad y Relaciones Públicas*. Asimismo, Coordinadora del Doctorado *Nuevas Tecnologías en Comunicación* y directora de cursos de experto en *Protocolo* y de especialización en *Comunicación para al Igualdad*.



Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones

Artículos

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

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

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

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

Autores: Marta Gil, Ruth Gómez de Travesedo y Ana Almansa-Martínez
Título: YouTube y coronavirus: análisis del consumo de vídeos sobre la pandemia COVID-19
Revista *Latina de Comunicación Social* (Scopus) 10.4185/RLCS-2020-1471
Publicación 2020

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

Autor/es: Reina-Estevez, J. y Almansa-Martínez, A
Título artículo: Historia de las relaciones Públicas en Andalucía desde finales del siglo XIX hasta mediados del XX
Revista: *Historia y Comunicación Social* (Scopus) ISSN: 1137-0734
Volumen: 23(2) Páginas 425-438
Año: 2018 País: España



Autor/es: Castillo-Esparcia, A., Guerra-Heredia, S. y Almansa-Martínez, A.
Título: Comunicación política y think tanks: Estrategias con los medios de comunicación
Revista: *El profesional de la información* (JCR), ISSN 1386-6710, Vol. 26, Nº 4 Páginas 706-713
Año: 2017 País: España

Autor/es: Almansa-Martínez, A. y Gómez de Travesedo-Rojas, R.
Título del artículo: El estereotipo de mujer en las revistas femeninas españolas de alta gama durante la crisis
Revista: *Revista Latina de Comunicación Social* (Scopus) ISSN: 1138-5820
Volumen: 72 Páginas: 608 a 628
Año: 2017 País: España

Autor/es: Román-García, S., Almansa-Martínez, A. y Cruz-Díaz, M.R.
Título del artículo: Adultos y mayores frente a las TIC. La competencia mediática de los inmigrantes digitales
Revista: *Comunicar* (JCR) ISSN: 1134-3478. XXIV, nº 49, 101-109.
Año: 2016. País: España.

Autor/es: Almansa-Martínez, A., Fonseca, O. y Castillo-Esparcia, A.
Título: Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española
Revista: *Comunicar* (JCR) ISSN: : 1134-3478 Vol. 40, 127-135.
Año: 2013 País: España

Libros

- *Abogados y Redes Sociales* (2015), Editorial: Tirant lo Blanch, Valencia.
- *Nuevos medios en comunicación política* (2015), Edita APH, Huelva.
- *Del gabinete de Prensa al gabinete de comunicación* (2011) Comunicación Social, Sevilla.
- *Assessorias de Comunicação* (2010). Difusao, Sao Caetano do Sul (Brasil).

Capítulos de libros

- Ana Almansa Martínez, Andrea Moreno Cabanillas y Antonio Castillo Esparcia: Political Communication in Europe. The role of the Lobby and Its Communications Strategies. En Rocha, Barredo, López-López y Puentes-Rivera, 2021, *Communication and Smart Technologies. Smart Innovation, Systems and Technologies*, vol 259. Singapore: Ed. Springer. ISBN: 978-981-16-5791-7, pp. 238-248. https://doi.org/10.1007/978-981-16-5792-4_24
- Ana Almansa-Martínez y Andrea Moreno: Historia y evolución de las relaciones públicas. En Luis M. Romero-Rodríguez y Carmen Fernández-Camacho, 2021. *Introducción a las Relaciones Públicas*. ISBN: 978-84-486-2458-3, Ed. McGrawGil, pp. 15-36.
- Rocío Chamizo Sánchez, Ana Castillo Díaz, Ana Almansa Martínez. La gamificación como recurso metodológico en la enseñanza universitaria. En AA.VV 2020. *La tecnología como eje del cambio metodológico*. ISBN 978-84-1335-052-3, pp. 1842-1845.



- Ana Almansa-Martínez. La comunicación externa de las empresas a través de Facebook: hacia la búsqueda del modelo de relaciones públicas predominante (2018), en Carretón, MC *Oportunidades en la estrategia de Relaciones Públicas*. Tirant Lo Blanch, Valencia: 135-156.
- Ana Almansa Martínez y Mariángeles Cabrera. Diretor de Comunicação, lider en gestao da comunicação organizacional (2017), en Scroferneker, C. Y De Amorim, L. *(Re)leituras contemporâneas sobre Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, EdiPUCRS, Brasil: 111-130.
- Ana Almansa Martínez y Antonio Castillo-Esparcia. Uso de las redes sociales en las empresas españolas (2016), en Rebeil, A. *Responsabilidad social en la comunicación digital organizacional*, Ed.: Tirant Humanidades, México: 121-142.

C.2. Proyectos

Lobby y Comunicación en la Unión Europea. Análisis de sus estrategias de comunicación

Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación. Programa Nacional de I+D+I. 2020. (Código de proyecto: PID2020-118584RB-I00. Duración: 2021-2024.
Investigador principal: Antonio Castillo Esparcia y Ana Almansa Martínez.
Número de investigadores participantes: 15

Lobby y Comunicación en España. Análisis de las estrategias de comunicación

Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación. Programa Nacional de I+D. Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad (Código de proyecto: CSO2016-79357-R). Duración: 2016-2020 (42 meses). Investigador principal: Antonio Castillo Esparcia y Ana Almansa Martínez. Número de investigadores participantes: 9

Observatorio de los gabinetes de comunicación en Andalucía

Entidad financiadora: Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, , Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación –PAIDI 2020- (Código de proyecto: P18-RT-3243). Duración: 2020-2023 (36 meses)
Investigador principal: Antonio Castillo Esparcia y Ana Almansa Martínez
Número de investigadores participantes: 15

La participación ciudadana en Andalucía a través de canales digitales: estudio de la adaptación a la ley de participación ciudadana y propuestas de mejora

Entidad financiadora: Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, Convocatoria de Ayudas a Proyectos I+D+i en el Marco del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014.2020, Convocatoria 2020., Código de proyecto: UMA20-FEDERJA-004
Duración: 24 meses
Investigador principal: Ana Almansa Martínez y Ana Castillo Díaz
Número de investigadores participantes: 18

La comunicación de los bienes patrimoniales para el desarrollo económico y social de Andalucía

Entidad financiadora: Centro de Estudios Andaluces. Referencia del proyecto: PRY223/17. Tipo convocatoria: Programa Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces Duración: julio 2017- junio 2019. Nº total de meses: 24
Investigadora principal: Ana Almansa Martínez. Nº de investigadores participantes: 6

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia



Contrato sobre Social Media y Abogacía. Entidad financiadora: Colegios de Abogados de Barcelona, Madrid, Málaga, Valencia, Vizcaya y Murcia. Duración: 26/03/2013 - 20/02/2014
Investigador principal: Antonio Castillo Esparcia.

Primer Premio Drago de Latina de 2017 al artículo más citado en el quinquenio 2012-2016.

Premio a la Excelencia del Profesorado de la Universidad de Málaga, 2021/2022.