

Fecha del CVA	18/06/2025
---------------	------------

## Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	Leticia		
Apellidos	Rodríguez Fernández		
Sexo	Mujer	Fecha de Nacimiento	09/12/1984
DNI/NIE/Pasaporte	53539182N		
URL Web			
Dirección Email	leticia.rodriguez@uca.es		
Open Researcher and Contributor ID (ORCID)	0000-0002-7472-5472		

## RESUMEN NARRATIVO DEL CURRÍCULUM

Profesora titular en el Departamento de Marketing y Comunicación. Sus líneas de investigación se centran en las relaciones públicas, la influencia digital y el estudio de la propaganda y la desinformación. Presenta 37 publicaciones de las cuales 22 corresponden a artículos de revistas: 20 de ellos indexados en Scopus (6 Scopus Q1; 10 Scopus Q.2; 3 Scopus Q.3; 1 Scopus Q4) y 2 artículos indexados en otros rankings, así como 15 capítulos de libros, 13 de ellos en editoriales indexadas en SPI (UOC Editorial, Síntesis, Dykinson...) Autora del libro "Propaganda digital: comunicación en tiempos de desinformación" (UOC, 2021). Ha sido coordinadora de la monografía "Audiencia social: estrategias para medios de comunicación y marcas (Síntesis, 2016)". Al momento de presentar esta solicitud la autora cuenta con 785 citas, índice H12 e índice H10 de 14 en Google Scholar.

Ha sido investigadora principal del proyecto "Liderazgo femenino en entornos digitales. Estudio de la autopercepción y modelos de referencia en académicas y alumnas de la UCA" (Ref. 2021/CA/UIG/000001) financiado por el Instituto Andaluz de la Mujer (10.000 Euros). En la actualidad forma parte del equipo investigador del proyecto "Discapacidad y competencias digitales en el sector audiovisual" (COMPENSA) PID2019-105398RB-C21" y del equipo de trabajo del proyecto "Lobby y comunicación en la Unión Europea. Análisis de sus estrategias de comunicación" (PID2020-118584RB-I00).

Es investigadora principal del grupo de investigación "Comunicación estratégica e influencia en la sociedad digital" de la Universidad de Cádiz y forma parte como experta del Foro contra las campañas de desinformación del Departamento de Seguridad Nacional (DSN).

Ha participado en más de 22 congresos/jornadas y ha impartido 9 ponencias por invitación. Ha sido miembro de 5 tribunales de tesis doctorales, ha coordinado tres monográficos (El profesional de la Información, Icono14 y Frontiers of communication, vigente en la actualidad). Ha sido revisora de 26 papers en revistas indexadas en Scopus y JCR.

Ha codirigido una tesis doctoral Jiménez, J.M. (2017) Comunidad y gamificación: tácticas del director de juego de rol, aplicables al trabajo del community manager, para incentivar la participación e implicación.

En cuanto a los cargos de gestión, es en la actualidad Directora General de Comunicación Estratégica de la Universidad de Cádiz. Anteriormente, entre septiembre de 2016 y agosto de 2017 se desempeñó como coordinadora de calidad y coordinadora del Grado en Periodismo (modalidad a distancia) y entre septiembre de 2017 y noviembre de 2020 como directora del Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos. Suponen en total 4 años de coordinación académica. Ha ejercido durante más de 7 años como profesional de la comunicación y las relaciones públicas. Entre 2012 y 2016 se desempeñó como responsable de comunicación en Digitaller/Moderamedia, empresa dedicada a la comunicación digital. Compatibilizó este trabajo con la docencia. Anteriormente trabajó como directora de comunicación de Kedin.es, (2011-2012) red social española dedicada a la cultura y el entretenimiento y como consultora de comunicación en Llorente y Cuenca (2008-2010).

Doctora en Ciencias de la Información (Universidad Complutense de Madrid, 2012), máster Universitario en Protocolo (Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2019), máster en Comunicación de Instituciones Públicas y Políticas (UCM, 2008) y licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas (Universidad de Valladolid, 2007).

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

### **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 citaciones

- 1 Artículo científico.** Leticia Rodríguez Fernández; María José Establés Heras. 2023. Impacto de la desinformación en las relaciones públicas: aproximación a la percepción de los profesionales. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. 29-4.
- 2 Artículo científico.** Luis Mañas Viniegra; Leticia Rodríguez Fernández; Mercedes Herrero De la Fuente; Ana Isabel Veloso. 2023. Nuevas tecnologías aplicadas a la Comunicación, educación y empleabilidad para la inclusión de las personas con discapacidad en la sociedad digital. Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes. 21-2.
- 3 Artículo científico.** 2023. Desinformación y relaciones públicas. Aproximación a los términos Black PR y Dark PR. ICONO 14. 21-1.
- 4 Artículo científico.** Leticia Rodríguez Fernández; Belén Macías Varela; Esther Simancas González. 2022. Techno Review. Revista Internacional de Tecnología Ciencia y Sociedad. Liderazgo femenino y redes sociales. ¿Son las profesoras universitarias referencias digitales para sus alumnas?. 11-2.
- 5 Artículo científico.** Ignacio Blanco Alfonso; Leticia Rodríguez Fernández; Sergio Arce García. 2022. Polarización y discurso de odio con sesgo de género asociado a la política: análisis de las interacciones en Twitter. Revista de Comunicación. 21-2, pp.33-50.
- 6 Artículo científico.** Ana Almansa Martínez; María Jesús Fernández Torres; Leticia Rodríguez Fernández. 2022. Desinformación en España un año después de la COVID-19. Análisis de las verificaciones de Newtral y Maldita. Revista Latina de Comunicación Social. 80, pp.183-200.
- 7 Artículo científico.** Sonia-Aranzazu Ferruz González; Leticia Rodríguez Fernández; Juana Rubio Romero. 2021. Visibilidad del liderazgo femenino en Twitter: aproximación sobre el ranking Top 100. Mujeres líderes en España. Revista Mediterránea de Comunicación Social. 12-2, pp.45-64.
- 8 Artículo científico.** Jose Carlos Losada Díaz; Leticia Rodríguez Fernández; Francisco Javier Paniagua Rojano. 2020. Comunicación gubernamental y emociones en la crisis del Covid-19 en España. Revista Latina de Comunicación Social. 78, pp.23-40.
- 9 Artículo científico.** Leticia Rodríguez Fernández. 2020. Junk News y “medios de desinformación” en la campaña electoral del 10-N. Revista Mediterránea de Comunicación. 11-2.
- 10 Artículo científico.** Leticia Rodríguez Fernández; Antonio Castillo Esparcia. 2020. Protocolo: análisis de los estudios universitarios oficiales en España. Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de Comunicación y Ciencias Sociales. 30, pp.211-227.
- 11 Artículo científico.** 2019. Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news. Revista Latina de Comunicación Social. 74, pp.1714-1728.
- 12 Artículo científico.** Leticia Rodríguez Fernández; Pablo Vázquez Sande. 2019. Retos y perspectivas en la comunicación organizacional. El profesional de la información. 28-5.
- 13 Artículo científico.** 2019. Desinformación: retos profesionales para el sector de la comunicación. El profesional de la información. 28-3, pp.1-11.
- 14 Artículo científico.** Carlos Jiménez Narros; Leticia Rodríguez Fernández; Mercedes Herrero De La Fuente; Marta Saavedra Llamas. 2019. Información de salud: fuentes periodísticas y desafíos profesionales. El profesional de la información. 28-2.

- 15 Artículo científico.** Leticia Rodríguez Fernández; Marta Saavedra Llamas. 2018. Las cadena de televisión españolas frente al debate del 13J: estrategias de programación y audiencia social. Fonseca, Journal of Communication. 17, pp.125-136.
- 16 Artículo científico.** Leticia Rodríguez Fernández. 2018. Percepción de los estudiantes universitarios sobre el sector profesional de la comunicación corporativa. Estudios sobre el mensaje periodístico. UCM. 24-2, pp.1677-1690.
- 17 Artículo científico.** Leticia Rodríguez Fernández; Marta Saavedra Llamas. 2017. Debate electoral 13-J: la audiencia social en la estrategia digital de los partidos políticos. Trípodos. 41, pp.173-192.
- 18 Artículo científico.** Leticia Rodríguez Fernández. 2017. Smartphones y aprendizaje: el uso de Kahoot en el aula universitaria. Revista Mediterránea de Comunicación. 8-1, pp.181-189.
- 19 Artículo científico.** Saavedra, M.; Rodríguez, L. 2016. Audiencia social: Una oportunidad para el medio televisivo y para la estrategia publicitaria. TELOS. 103, pp.102-111.
- 20 Artículo científico.** Saavedra, M.; Rodríguez, L.; Barón, G. 2015. Audiencia social en España: Estrategias de éxito en la televisión nacional. ICONO14. 13-2, pp.214-237.
- 21 Artículo científico.** Rodríguez, L. 2015. El uso de Facebook y Twitter de las Fuerzas de Defensa de Israel en la operación "Margen Protector". Historia de la Comunicación Social. 20-2, pp.465-482.
- 22 Artículo científico.** Saavedra, M.; Rodríguez, L. 2014. Investigación & Marketing (Aedemo). La evolución de la comunicación integrada de marketing: retos y competencias profesionales. 123, pp.38-43.
- 23 Artículo de divulgación.** 2019. ¿Cuánto ha influido la propaganda digital en las elecciones? | ISSN 2201-5639. The Conversation.
- 24 Capítulo de libro.** Sergio Arce García; Leticia Rodríguez Fernández; María José Establés Heras; et al; Astrid Wagner. 2024. 125 términos sobre desinformación. Trabajos del Foro Contra las Campañas de Desinformación. Iniciativas 2024. Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes. pp.8-39.
- 25 Capítulo de libro.** Leticia Rodríguez Fernández. 2024. La industria de la desinformación. Aproximación a sus orígenes y evolución. Desinformación y defensa. Conflictos híbridos, entorno cognitivo y operaciones de influencia. Dykinson. pp.101-113.
- 26 Capítulo de libro.** Leticia Rodríguez Fernández. 2024. Jugando a verificar. Prácticas y resultados obtenidos con la organización de un escape room sobre desinformación en el entorno universitario. Innovación docente antes una realidad en contaste cambio: iniciativas desde la comunicación, la creatividad, la legislación y el pensamiento. Dykinson. pp.34-52.
- 27 Capítulo de libro.** Sara González Fernández; Leticia Rodríguez Fernández; Sergio Arce García. 2024. Desinformación y narrativa audiovisual de la plataforma Elecciones Transparentes sobre los procesos electorales en España. Entre pantallas y realidades: una travesía por el universo audiovisual. McGraw Hill España. pp.795-804.
- 28 Capítulo de libro.** Leticia Rodríguez Fernández; Juan Miguel Aguado Terrón; Ana Almansa Martínez; et al; Astrid Wagner. 2023. Mapa de las capacidades de investigación en materia de desinformación en las universidades y centros de investigación. Trabajos 2023. Gobierno de España. Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática. pp.116-167.
- 29 Capítulo de libro.** Leticia Rodríguez Fernández. 2018. Análisis cuantitativo. Información de salud, periodismo y entorno digital. Cómo las tecnologías digitales están influyendo en la información de salud. Dykinson. pp.72-94.
- 30 Capítulo de libro.** Leticia Rodríguez Fernández. 2018. La creatividad como resultado de aprendizaje en los programas máster en España. El creativo publicitario en la era digital : nuevos roles y destrezas profesionales. Síntesis. pp.125-132.
- 31 Capítulo de libro.** 2018. Propaganda y redes sociales en la comunicación de conflictos bélicos. Comunicación, paz y conflictos. Dykinson. pp.83-89.
- 32 Capítulo de libro.** Leticia Rodríguez Fernández; Marta Saavedra Llamas; Marta Perlado Lamo de Espinosa. 2017. Aproximación del perfil del dircom español: análisis de las empresas del IBEX-35. La nueva comunicación: realidad, noción y acción. ESIC-EDITORIAL. pp.83-90.

- 33 Capítulo de libro.** Rodríguez, L.; Barón, G.2017. La enseñanza del área de la dirección de comunicación en los grados en Publicidad y Relaciones Públicas.Los estudios universitarios especializados en comunicación en España. UOC. pp.103-121.
- 34 Capítulo de libro.** Fernández, J; Leticia Rodríguez Fernández. 2017. Los grados en comunicación audiovisual y su formación en el campo de la dirección de comunicación. Los estudios universitarios especializados en comunicación en España.UOC. pp.137-147.
- 35 Capítulo de libro.** Marta Perlado Lamo de Espinosa; Leticia Rodríguez Fernández; Marta Saavedra Llamas. 2017. Perfiles del ámbito de la dirección de comunicación en la oferta de grado en España. La nueva comunicación: realidad, noción y acción. ESIC-Editorial. pp.93-101.
- 36 Capítulo de libro.** Leticia Rodríguez Fernández. 2017. m-Gobierno en España: aplicaciones móviles en la comunicación con el ciudadano.Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación. Dykinson. pp.275-285.
- 37 Capítulo de libro.** Leticia Rodríguez Fernández; Marta Saavedra Llamas; Marta Perlado Lamo de Espinosa. 2016. Investigación e innovación en audiencia social: estrategia y aplicaciones móviles. Medios de comunicación. Tendencias y futuro. Universidad de Murcia. pp.215-234.
- 38 Capítulo de libro.** Marta Saavedra Llamas; Leticia Rodríguez Fernández; Gema Barón Dulce; Juana Rubio Romero. 2016. La audiencia social en el formato de entretenimiento: el talent y el reality show a examen. Audiencia social: estrategias de comunicación para medios y marcas. Síntesis. pp.89-103.
- 39 Capítulo de libro.** Leticia Rodríguez Fernández; Marta Saavedra Llamas; Gema Barón Dulce. 2016. Modelización de estrategias de audiencia social: agentes profesionales responsables de su desarrollo. Tendencias en el ecosistema mediático. Dykinson. pp.189-197.
- 40 Capítulo de libro.** Saavedra, M.; Rodríguez, L.2016. Érase una vez la audiencia social.Audiencia social: estrategias de comunicación para medios y marcas.Síntesis. pp.25-36.
- 41 Capítulo de libro.** Marta Saavedra Llamas; Leticia Rodríguez Fernández; Marta Perlado Lamo de Espinosa. 2015. Audiencia Social. La gestión de intangibles para la excelencia empresarial nuevas oportunidades para la comunicación y sus profesionales. Foro para el Conocimiento y la Investigación de la Comunicación: Universidad de Extremadura: Universidad Francisco de Vitoria, 2015. pp.60-69.
- 42 Capítulo de libro.** Leticia Rodríguez Fernández; Marta Perlado Lamo de Espinosa; Marta Saavedra Llamas. 2015. La comunicación integrada actual: formación y capacidades requeridas. El nuevo diálogo social organizaciones, públicos y ciudadanos. pp.41-56.
- 43 Capítulo de libro.** Leticia Rodríguez Fernández. 2015. Role Playing 2.0 en el Grado en Periodismo. Periodismo Digital y televisivo. Un reto profesional y de innovación docente en la universidad. DYKINSON. pp.153-165.
- 44 Libro o monografía científica.** Luis Rodrigo Martín; Leticia Rodríguez Fernández; Daniel Muñoz Sastre. 2024. Ciudades en transformación: creatividad, protesta y patrimonio en el siglo XXI.Creatividad, protesta y patrimonio en el siglo XXI. McGraw Hill España.
- 45 Libro o monografía científica.** 2021. Propaganda digital. Comunicación en tiempos de desinformación.UOC.
- 46** Leticia; Mónica; Javier. 2021. Audiovisual e Industrias creativas. La discapacidad en el sector audiovisual, contenidos inclusivos y empleabilidad: el caso de RTVE y Atresmedia. McGraw-Hill. pp.29-43.

## **2. ACTIVIDAD DOCENTE**

### **2.1. EXPERIENCIA DOCENTE**

**2.1.1. Dedicación docente (se acredita con el certificado que se adjunta en la sede electrónica de ANECA)**

### **2.2. EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DOCENTE E INNOVACIÓN**

**Evaluación mediante certificado/s (DOCENTIA) que se adjuntan en la sede de ANECA**

## **2.2.1. Calidad de la actividad docente**

**Evaluación mediante autoinforme que se adjunta en la sede de ANECA**