



| | |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| PROFESOR/A | Dra. Lucía Caro Castaño |
| Universidad | Universidad de Cádiz |
| Categoría/Cargo/Nivel contractual | Profesora Ayudante Doctora |
| Titulación académica | Publicidad y Relaciones Públicas |
| Quinquenios de Docencia | |
| Sexenios de investigación | |

TESIS DOCTORAL

Autor/es: Caro Castaño, Lucía

Título de la tesis: *La identidad mosaico como de subjetividad propio de las redes sociales digitales y sus formas de comunicación paramediáticas: la microcelebridad y la marca personal*

Universidad: Universidad de Cádiz

Departamento: Marketing y Comunicación

Fecha de lectura: 12/06/2015

Director: Dr. David Selva Ruiz

Calificación: Sobresaliente *cum laude*

Premio extraordinario de Doctorado UCA (2015/2016)

PUBLICACIONES CIENTÍFICAS

LIBROS (Desde 2012 y no más de 5)

Autor/es: Caro Castaño, Lucía

Título del libro: *Introducción al estudio de las plataformas de redes sociales: de la conversación a la autopromoción*

Editorial: Fragua

Páginas: 112

Lugar de publicación: Madrid (España)

Año publicación: previsto en 2017

ISBN: 978-84-7074-723-6

REVISTAS CIENTÍFICAS DE PRESTIGIO INTERNACIONAL (Desde 2012 y no más de 10)

REVISTA: El profesional de la información

Autor/es: Selva Ruiz, David & Caro Castaño, Lucía

Título del artículo: Uso de Instagram como medio de comunicación política por parte de los diputados españoles: la estrategia de humanización en la "vieja" y la "nueva" política

Revista: El profesional de la información

ISSN: 1386-6710

Volumen: 26(5) Páginas: 903-915

Año: 2017

País: España

REVISTA: El Profesional de la Información

Autor/es: Selva Ruiz, David & Caro Castaño, Lucía

Título del artículo: El uso de datos en la creatividad publicitaria: el caso de 'Art, Copy & Code' de Google

ISSN: 1386-6710 Volumen: 25, nº 4

Páginas: 642-651

Año: 2016

País: España

REVISTA: Área Abierta



Autor/es: Caro Castaño, Lucía

Título del artículo: El discurso de la autopromoción y la autenticidad en las redes sociales: la marca personal y la microcelebridad

ISSN: 1578-8393

Volumen: 17, nº 2.

Páginas: aceptado y pendiente de publicación

Año: 2017

País: España

REVISTA: *Doxá Comunicación*

Autor/es: Caro Castaño, Lucía

Título del artículo: Social Networking Sites and Self-Promotional Culture: Notes for a Theory of the Mosaic Identity

ISSN: 1696-019X

Volumen: nº 24

Páginas: 1-23

Año: 2017

País: España

REVISTA: *AdComunica*

Autor/es: Caro Castaño, Lucía

Título del artículo: Microcelebridades y comunicación encubierta online en España. El caso de #Pentatrillones

ISSN: 2174-0992

Volumen: nº 11

Páginas: 121-144

Año: 2016

País: España

REVISTA: *Revista Internacional de Relaciones Públicas*

Autor/es: Caro Castaño, Lucía

Título del artículo: La transformación del pseudoevento en las redes sociales. El caso de #LaHoraMágica en Twitter

ISSN: 2174-3681

Volumen: 6, nº 12

Páginas: 209-230

Año: 2016

País: España

REVISTA: *Icono14*

Autor/es: Caro Castaño, Lucía

Título del artículo: Relaciones e interacciones parasociales en redes sociales digitales. Una revisión conceptual

ISSN: 1697-8293

Volumen: 13, nº 2

Páginas: 23-47

Año: 2015

País: España

REVISTA: *Sphera Pública*

Autor/es: Caro Castaño, Lucía

Título del artículo: WhatsApp y la búsqueda de control de la situación informacional por parte de los jóvenes

ISSN: 1576-4192

Volumen: nº 15

Páginas: 76-96

Año: 2015

País: España

REVISTA: *Commons*

Autor/es: Caro Castaño, Lucía

Título del artículo: Construir y comunicar un “nosotras” feminista desde los medios sociales. Una reflexión acerca del “feminismo del hashtag”

ISSN: 2255-3401

Volumen: 4, nº 2

Páginas: 124-154.

Año: 2015

País: España

REVISTA: *Ámbitos*

Autor/es: Caro Castaño, Lucía

Título del artículo: Prácticas informativas potencialmente intoxicadoras para posicionar la marca personal. Un análisis netnográfico en Twitter

ISSN: 1139-1979

Volumen: nº 26

Páginas: 161-170

Año: 2014

País: España



REVISTA: Telos

Autor/es: Caro Castaño, Lucía

Título del artículo: Identidad mosaico. La encarnación del yo en las redes sociales digitales

ISSN: 0213-084X

Volumen: nº 91

Páginas: 59-68

Año: 2012

País: España

CAPÍTULOS DE LIBROS (Desde 2012 y no más de 5)

Autor/es: Caro Castaño, Lucía & Selva Ruiz, David

Título del capítulo: The Satyr Man: (Hetero)Sexual Male Activity

Título del libro: *All About Almodóvar's Men*

Editorial: Peter Lang Publishing

Páginas: 113-122

Lugar de publicación: New York

Año publicación: 2017

ISBN: 978-1-4331-3864-5

Autor/es: Caro Castaño, Lucía

Título del capítulo: Dinamizando las inteligencias múltiples: el juego de roles para la docencia universitaria en Publicidad y Relaciones Públicas

Título del libro: *Trabajos docentes para una universidad de calidad*. Colección Innovación y vanguardia universitarias

Editorial: McGraw-Hill

Páginas: 253-263

Lugar de publicación: Madrid

Año publicación: 2017

ISBN: 978-84-48612-67-2

Autor/es: Caro Castaño, Lucía

Título del capítulo: Translated Bodies: The Hyper-Ritualization in the Representation of the Male Body among Spanish Youth in Social Networking Sites

Título del libro: *The Male Body as Advertisement: Masculinities in the Hispanic Media*

Editorial: Peter Lang Publishing

Páginas: 139-148

Lugar de publicación: New York

Año publicación: 2015

ISBN: 978-1-4331-2837-0

Autor/es: Selva Ruiz, David & Caro Castaño, Lucía

Título del capítulo: La difusión y el consumo de música: del gatekeeping a la autocomunicación de masas

Título del libro: *Audiencias juveniles y cultura digital*

Editorial: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona

Páginas: 125-141

Lugar de publicación: Barcelona

Año publicación: 2014

ISBN: 978-84-941310-5-9

Autor/es: Caro Castaño, Lucía

Título del capítulo: El usuario como creador de contenido del medio: las microcelebridades

Título del libro: *Las nuevas tecnologías audiovisuales frente a los procesos tradicionales de comunicación*.

Editorial: Cuadernos Artesanos de Comunicación, nº 64. Sociedad Latina de Comunicación Social.

Páginas: 105-116

Lugar de publicación: La Laguna.

Año publicación: 2014

ISBN: 13: 978-84-15698-77-7 — DOI: 10.4185/CAC64



DOCENCIA UNIVERSITARIA EN GRADO OFICIAL

| Año | Dedicación | Centro |
|------------|-------------------|--|
| 2016/2017 | Completa | Grado Publicidad y Relaciones Públicas Facultad de CC. SS. y de la Comunicación. Universidad de Cádiz. |
| 2015/2016 | Completa | Grado Publicidad y Relaciones Públicas Facultad de CC. SS. y de la Comunicación. Universidad de Cádiz. |
| 2014/2015 | Completa | Grado Publicidad y Relaciones Públicas Facultad de CC. SS. y de la Comunicación. Universidad de Cádiz |
| 2013/2014 | Completa | Grado Publicidad y Relaciones Públicas Facultad de CC. SS. y de la Comunicación. Universidad de Cádiz |
| 2012/2013 | Completa | Grado Publicidad y Relaciones Públicas Facultad de CC. SS. y de la Comunicación. Universidad de Cádiz |
| 2012/2013 | Parcial | FCOM. Universidad de Sevilla. |
| 2011/2012 | Parcial | Grado Publicidad y Relaciones Públicas Grado Comunicación Audiovisual Grado Periodismo Facultad de CC. SS. y de la Comunicación. Universidad de Cádiz |
| 2010/2011 | Tiempo parcial | Grado Publicidad y Relaciones Públicas FCOM. Universidad de Sevilla. |
| 2009/2010 | Tiempo parcial | Grado Publicidad y Relaciones Públicas FCOM. Universidad de Sevilla. |
| 2008/2009 | Tiempo parcial | Grado Publicidad y Relaciones Públicas FCOM. Universidad de Sevilla. |

DOCENCIA UNIVERSITARIA EN MÁSTERES Y POSGRADOS

| Años | Titulación | Centro |
|--|---|---|
| 2016/2017 2015/2016 2014/2015 2013/2014 | Máster en Dirección de Marketing Digital y Social | Facultad de CC. SS. y de la Comunicación. Universidad de Cádiz. |
| 2016/2017 2015/2016 | Máster Interuniversitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación | Facultad de CC. SS. y de la Comunicación. Universidad de Cádiz |
| 2016/2017 2014/2015 2012/2013 | Máster Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional Completa | FCOM. Universidad de Sevilla |
| 2016/2017 2015/2016 | Máster de Planificación Estratégica y Gestión de | FCOM. Universidad de Sevilla |



Doctorado interuniversitario en Comunicación

| | | |
|------------------------|--|------------------------------|
| 2014/2015 | Cuentas | |
| 2012/2013 2011/2012 | Curso de Experto en Planificación Estratégica y Gestión de Cuentas | FCOM. Universidad de Sevilla |