

JUAN CARLOS MARCOS RECIO



Profesor Titular
Dpto. Biblioteconomía y Documentación
jmarcos@ucm.es

Juan Carlos Marcos Recio es profesor titular de la Universidad Complutense de Madrid. Es Doctor en Ciencias de la Información y Máster en Información y Documentación; Master in Library & Information Studies y Máster en Dirección de Proyectos e-Learning. Profesor de Documentación Informativa y Publicitaria en la Facultad de Ciencias de la Información y profesor invitado en varios master de dicha facultad.

Ha publicado más de cuarenta artículos en revistas científicas y ocho libros como autor o coautor en el ámbito de la información y la documentación, así como la gestión de la información y el patrimonio en los medios de comunicación. Desde 1990 ha participado en diferentes proyectos de investigación de carácter competitivo, así como en distintos congresos internacionales y nacionales. Durante dos décadas ha ejercido como periodista en diversos medios de comunicación. Creador y director del Portal Publidocnet <http://www.publidocnet.com> (Centro Documental para la Conservación del Patrimonio Publicitario Español) y Codirector del Blog en Madri+D Documentación:

www.madrimasd.org/blogs/documentacion/

DOCENCIA

- Documentación Informativa (Grado)
- Documentación Publicitaria (Grado)
- Fotografía aplicada. Prensa, edición, publicidad (Máster)

GRUPO DE INVESTIGACIÓN

Director del Grupo de Investigación UCM: 970831 - Patrimonio Digital en Medios de Comunicación (PaDem) Digital Heritage in Media. Miembro del Grupo de Investigación Análisis de Internet en el Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

LINEAS DE INVESTIGACIÓN

Conservación del patrimonio: prensa, radio, tv, cine, publicidad, fotografía; Estudio del Patrimonio de los Medios de Comunicación; Análisis del patrimonio documental

ÚLTIMAS PUBLICACIONES

Marcos Recio, J.C; Sánchez Vigil, J.M; Olivera Zaldua, M. “La lectura de las imágenes fotográficas tras los conflictos bélicos: una mirada ética sobre refugiados en Europa”. *Uso ético de la información; implicaciones y desafíos. XIII Seminario Hispano Mexicano de Investigación en Bibliotecología y Documentación*, 2017, pp. 13-33.

Marcos Recio, J.C. “La otra mirada de la fotografía en publicidad: nuevos retos de la comunicación comercial”, en: *Documentación Fotográfica: Retos, perspectivas y proyectos de investigación. II Congreso Internacional de Documentación fotográfica*, pp. 86-107.

Marcos Recio, J, C. (Coord.). *Lo efímero de la comunicación. Como preservar los contenidos en la era digital*. Editorial UOC. Comunicación.

Marcos Recio, J. C. “100 años de publicidad impresa”. En: *El Correo*. 07/05/2017, pp. 12-13
<http://www.diariosur.es/sociedad/201705/07/anos-publicidad-impresa-20170506175132.html>

López Del Ramo, J.; Marcos Recio, J. C. “Análisis descriptivo del fotoperiodismo narrativo en los diarios digitales Folha de Sao Paulo y The Guardian”. *Revista Española de Documentación Científica*, 40(2): e173, pp. 1-14.

Marcos Recio, J. C.; Hernández Ruiz, A. “La publicidad como reclamo para los medios: el caso de Madison en The New York Times y algunos periódicos españoles”. *Revista General de Información y Documentación*, Vol. 27, Nº 1, 2017 pp. 11-23.