



Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos	Ubaldo Cuesta Cambra		
DNI/NIE/pasaporte	1018264B	Edad	59
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	55771978200	
	Código Orcid	https://orcid.org/0000-0001-7023-7132	

• Situación profesional actual

Organismo	Universidad Complutense de Madrid		
Dpto./Centro	Facultad de Ciencias de la Información		
Dirección	Av. Complutense s/n		
Teléfono	619 847901	Correo electrónico	ucuesta@ucm.es
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	2006
Espec. cód. UNESCO	6114		
Palabras clave	Opinión Pública, Terrorismo, Comunicación y Salud, Persuasión		

• Formación académica (*título, institución, fecha*)

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciado en psicología	UCM Facultad de psicología	1983
Doctor en psicología	UNED Facultad de psicología	1986

• Indicadores generales de calidad de la producción científica

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (*máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco*)

Catedrático de Publicidad especializado en psicología social de la comunicación: efectos y procesos cognitivos y emocionales. Las líneas de investigación principales son:

- Comunicación Social, Educación y Salud Pública (género, terrorismo, drogas, educación y salud infantil)
- Fundamentos neurocognitivos y psicosociales de la comunicación persuasiva: procesos persuasivos, evaluación de la eficacia.

Director del Dpto. de "Teoría y Análisis de la Comunicación Audiovisual la Publicidad y las Relaciones Públicas" de la Facultad de Ciencias de la Información.

Director del Master Propio "Gestión Publicitaria" UCM en colaboración con el grupo JWT. Director del Master Propio de Comunicación y Salud UCM en colaboración con el Ayuntamiento de Madrid- Madrid Salud.

Director del laboratorio de neurocomunicación de la UCM <https://neurolabcenter.com/>

Director de la Cátedra Extraordinaria de Comunicación y Salud de la Universidad Complutense de Madrid.

Director del Grupo de Investigación consolidado de la UCM “Creación y efectos psicosociales y culturales del discurso audiovisual”.

Vocal del Consejo Español de Drogadicciones y otras adicciones.

Director como IP 2 proyectos de investigación de MINECO y de CAM y 10 proyectos de investigación artículos 83.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

- **Publicaciones**

Cuesta, U., Niño, J.I., Martínez, L.& Paredes, B. (2020). The Neurosciences of Health Communication: An fNIRS Analysis of Prefrontal Cortex and Porn Consumption in Young Women for the Development of Prevention Health Programs. *Frontiers in Psychology*, v.11, p.21-32. ISSN: 1664-1078

Martín, M. A.; Carrasco, R.; Cuesta, U. (2020). Twitter Networks' Centrality Measures of the Association of Health Journalist (ANIS): the Case of Vaccines - Introduction and Theoretical Framework. *European Journal of Social Sciences*, [S.I.], v. 3, n. 2, p. 25-33,

Stanojlovic M.;Cancela, A.; Martín, M. A.; Cuesta, U. (2020). Anti-alcohol campaigns effects depending on target drinking levels and source perception. *Health addictions*. Vol. 20, No.1, 43-51

Cuesta Cambra, U., Bengochea González, C. (2020). Antivacunas y otros bulos sanitarios en plataformas digitales y redes sociales: un estudio exploratorio del imaginario colectivo entre jóvenes universitarios. *Juventud y comunicación. Análisis y experiencias de representación, prácticas y consumos en medios y redes sociales*. Sevilla: Ediciones Egregius. ISBN: 978-84-18167-18-8

Cuesta Cambra, U., Martínez Martínez, L., Niño González, J.I. (2020). Neurocomunicación y fakes antivacunas en las redes: un estudio empírico con jóvenes universitarios. *Juventud y comunicación. Análisis y experiencias de representación, prácticas y consumos en medios y redes sociales*. Sevilla: Ediciones Egregius. ISBN: 978-84-18167-18-8

Cuesta Cambra, U. (2020): La influencia de la prensa para cambiar la política sanitaria de los nuevos tratamientos de hepatitis C. *Fórmulas comunicativas de vanguardia*. Madrid: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya). ISBN: 978-84-368-4255-5

Cuesta Cambra, U., Cuesta Díaz, V., Martínez Martínez, L. y Niño González, J. I. (2020). Smartphone: en comunicación, algo más que una adicción. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 367-381.

Mestre, P. y Cuesta, U. (2019): La influencia de la prensa para cambiar la política sanitaria de los nuevos tratamientos de hepatitis-C. En: Paloma López Villafranca José Ignacio Niño González Luis Felipe Solano Santos (Ed.): *Fórmulas comunicativas de vanguardia*. Madrid: Pirámide. Pg.261-274

Mañas, L; Veloso, A. y Cuesta, U. (2019): Fashion Promotion on Instagram with Eye Tracking: Curvy Girl Influencers Versus Fashion Brands in Spain and Portugal. *Sustainability*, 11, 3977.

Cuesta, U., Martínez, L. y Niño, J.I. (2019): Análisis de la información pro vacunas y anti vacunas en redes sociales e internet. Patrones visuales y emocionales. *El Profesional de la Información (EPI)*, vol 28, nº2, 1699-2407

Cuesta, U. Martínez, L. Cuesta, V. (2019): Nuevo paradigma comunicativo: Lo 2.0, 3.0 y 4.0. En: Sonia Morales Calvo, Felip Vidal Auladell, Magdalena Mut Camacho (Coords.). Madrid: Gedisa editorial, 157-170.

Cuesta, U. (2019): Neuromarketing y publicidad: análisis de casos prácticos empleando el electroencefalograma, respuesta dermoeléctrica, expresión facial implícita, eye-tracking y otras variables. En: Cristina Gonzalez Oñate y Carlos Fanjul Peyró (eds.). Valencia: COMLOC 2018: el negocio publicitario en la sociedad digital, 31-44.

Cuesta, U. Niño, J. Martínez, L. Díez, C. (2019): Nuevas herramientas de comunicación en campañas de concienciación social. Big Data aplicado a la sequía y salud pública. En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25.

Cuesta, U., Niño, J. Martínez, L. Barbera, R. (2019): Preferencia visual y emocional en entornos urbanos: un estudio empírico de neurocomunicación.

Cuesta, U. Mañas, L. Niño, J. Martínez, L. (2019): El procesamiento cognitivo de la autorregulación publicitaria de los juegos de azar online en estudiantes universitarios. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 10 (2), 1-16.

Barbera, R., Cuesta, U. (2018): Información política y redes sociales en Estados Unidos: de Obama a Trump. *Informacao e Sociedade: Estudos*, 28 (3), 183-191.

Cuesta, U., Niño, J. y Martínez, L. (2018): A Case Study in Neuromarketing: Analysis of the Influence of Music on Advertising Effectiveness through Eye-Tracking, Facial Emotion and GSR. En: *European Journal of Social Science Education and Research* 5(2), 84-92

Cuesta, U., Cuesta, V. y Martínez, L. (2018): Conocimiento y actitudes hacia el virus del papiloma humano en una población de universitarios españoles (Knowledge and attitudes towards human papillomavirus in population of Spanish university students. En: *Revista Española de Comunicación en Salud (RECS)* 9(1), 14-21

Cuesta, U., Cuesta, V. y Martínez, L. (2018): Neuromarketing olfativo: análisis del electroencefalograma y las respuestas psicofisiológicas provocadas por diferentes olores. En: Rita Vega y Paula Requeijo (Coord.): *La Universidad y Nuevos Horizontes del Conocimiento*. Madrid: Tecnos, 47-63.

Martínez, L., Cuesta, U., Tirado, C. A. (2018): Las noticias de inmigración en redes sociales y sus efectos sobre los jóvenes. Análisis descriptivo de las investigaciones en revistas científicas desde 2012 a 2017. *Revista Comunicación, paz y conflictos*, 173-182.

Martínez Martínez, L., Cuesta, U., Serrano Villalobos, O., Niño, J.L. (2018): Fórmulas para la prevención, formato narrativo vs expositivo. Análisis comparativo de sus efectos en el conocimiento, actitud y conducta de los jóvenes sobre el VPH. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 133-145

Cuesta, U. y Barberá, R. (2017). Communication, colleges, examples of civil society. En: Estrella Martínez-Rodrigo y Pura Raya-González (Ed.), *Communication and Interaction* (pp. 15-24). Florida, Estados Unidos: Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences Press

Cuesta, U., Martínez, L., y Cuesta, V. (2017). Effectiveness of Narrative Persuasion on Facebook: Change of Attitude and Intention Towards HPV. *European Journal of Social Sciences Education and Research*, 11(2), 100-109.

Cuesta, U., Stanojlovic, M., Paredes, B., et al. (2017). Self-Affirmation Effect on Risk Perception and the Moderating Role of Self-Efficacy in Anti-Alcohol Messages. *European Journal Of Social Sciences Education and Research*, 10(2), 178-186

Cuesta, U., Niño, J., y Rodríguez, J. (2017). El procesamiento cognitivo en una app educativa con electroencefalograma y «Eye Tracking». *Comunicar*, 52, 41-50

Cuesta, U. (2017). Neurociencia y bienestar. El poder de la actitud. *Sociedad Latina de Comunicación Social*, 121-122

Martínez, L., Serrano, O., Cuesta, U., Niño, JI. (2017). Fórmulas para la prevención, formato narrativo vs expositivo. Análisis comparativo de sus efectos en el conocimiento, actitud y conducta de los jóvenes sobre el VPH. *Sociedad Latina de Comunicación Social*, 124-125

Cuesta, U., Peñafiel, C., Terrón, Bustamante, E. y Gaspar, S. (Coord.).(2017). *Comunicación y salud*. Madrid: Dextra.

Cuesta, U., Cuesta, V., y Martínez, L., (2017). Neuromarketing olfativo: análisis de las respuestas psicofisiológicas emitidas frente a tres muestras de fragancia. En Caldevilla, D., (Ed.). *Libro de actas del Congreso Universitario Internacional sobre la comunicación en la profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia* (pp. 1313). Madrid: TECNOS

Cuesta, U., y Gaspar, S. (2016). Psicología del arte y percepción. En P. Aumente Rivas y M. Chaves Martín (coords.), *Estudios de arte y cultura visual* (pp. 195-203). Madrid: Icono 14 Editorial.

Cuesta, U., y Gaspar, S. (2016). Comunicación 2.0 y salud pública: Redes sociales, "Influencers" y vacunas. En Manuel Linares, José Díaz y M^a Elena del Valle (Coord.): *Innovación universitaria: Digitalización 2.0 y excelencia en contenidos* (pp. 161-175). Londres: McGraw Hill.

Cuesta, U., Niño, J., y Arroyo, Ó. (2016). Advergaming. La interacción como clave del futuro digital. *Telos: Cuadernos De Comunicación E Innovación*, 104, 28-37.

Cuesta, U., y Mañas, L. (2016). Integración de la realidad virtual inmersiva en los grados de comunicación. *Icono* 14, 14(2), 1-21

Cuesta, U., Cuesta, V., y Gaspar, S. (2016). Vacunas y anti vacunas en la red social Youtube. *Opción: Revista De Ciencias Humanas Y Sociales*, 9, 447-465.

Barberá, R., y Cuesta, U. (2016). Debates en televisión en España: nuevos actores, nuevos modelos. En: Emma Camarero y José Rodríguez (Coord.): *Estrategias en comunicación y su evolución en los discursos* (pp.55-71). Londres: McGraw Hill.

Cuesta, U. (2015). Medios de comunicación y alcohol: una perspectiva psicosocial. *Revista de la Asociación Proyecto Hombre*, 87, 10-11.

Barberá, R., y Cuesta, U. (2015). El virus del ébola: análisis de su comunicación de crisis en España. *Revista Opción*, 31(4), 67-86

Cuesta, U. (2014). Urge pensar la publicidad. *Pensar La Publicidad: Revista Internacional De Investigaciones Publicitarias*, 8(2), 151-152.

Cuesta, U., y Gaspar, S. (2014). La "reputación online" de la información de vacunas en internet. *Historia y Comunicación Social*, 19(2), 15-29.

Barberá, R. Cuesta, U. (2014). Estados Unidos y Europa: dos modelos desiguales en el uso electoral de las redes sociales. En: Juan E. González y Mónica Valderrama (Coord.): *Comunicación actual: redes sociales y lo 2.0 y 3.0*, 91-119. ACCI: Asociación cultural y científica iberoamericana.

Barberá, R., y Cuesta, U. (2014). La comunicación, la universidad, ejemplos de sociedad civil. En Estrella Martínez y Pura Raya (Coord.): *Comunicación e interactividad*, 41-59. ACCI: Asociación cultural y científica iberoamericana.

Díaz, H., y Cuesta, U. (2014). La Comunicación de las Organizaciones no Lucrativas del ámbito de la Salud en España: aproximaciones a una matriz de análisis. *Historia Y Comunicación Social*, 19(1), 209-2019.

Cuesta, U. Gaspar, S. y Diaz, H. (2014): Comunicación y salud: Nuevas áreas de innovación. Madrid: Fragua.

Cuesta, U. (2013). Fundamentos psicosociales de la reputación "online". Propuesta de un modelo y un caso de análisis. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 19(2), 691-700.

Cuesta, U. (2013). Fundamentos psicosociales de la reputación "online". Propuesta de un modelo y un caso de análisis. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 19(2), 691-700.

Cuesta, U., y Gaspar, S. (2013). Comunicación y salud 2.0: Análisis de la "reputación online" de la información anti vacunas en la red. En: Juan E. González (Coord.): *Redes sociales y lo 2.0 y 3.0*, 139-153. Madrid: Visión.

Cuesta, U., y Gaspar, S. (coords.).(2013). *Publicidad y salud*. Madrid: Fragua.

Cuesta, U., y Gaspar, S. (2013). Fundamentos psicosociales del empleo en las TIC en salud, 28-55. *Tecnologías de la Comunicación, jóvenes y promoción de la salud*. La Rioja: Conserjería de Salud y Servicios Sociales.

Cuesta, U., y Gaspar, S. (2013). Preferencias, opiniones, actitudes y experiencias de los adolescentes respecto al uso del Smartphone. En: David Caldevilla (Coord.): *Parámetros actuales de evaluación para la comunicación persuasiva*,151-171. Madrid: Visión.

Díaz, H. y Cuesta, U., (2013). Aproximaciones a un modelo de gestión de la comunicación de las organizaciones no lucrativas en el ámbito de la salud. En: Paula Requeijo (Coord.): *Trabajos de investigación de Vanguardia*, 209-229. Madrid: Visión.

Cuesta, U., y Gaspar, S. (2013). Análisis motivacional del uso del smartphone entre jóvenes: una investigación cualitativa. *Historia Y Comunicación Social*, 18(2), 435-447.

Cuesta, U., y Gaspar, S. (2013). La I Guerra Mundial y los orígenes de la Teoría de los Efectos. El caso de aliadófilos y germanófilos. *Historia Y Comunicación Social*, 18, 125-138.

Cuesta, U., y Jiménez, G. (2013). Efectos persuasivos de la alteración del desenlace del largometraje Laberinto de Mentiras. *Icono* 14, 11(1), 263-280.

Cuesta, U. (2012). Uso "envolvente" del móvil en jóvenes: propuesta de un modelo de análisis. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 18(1), 253-262.

Cuesta, U., y Gaspar, S. (2012). Diagnóstico de la adicción a las tecnologías de la información y la comunicación en niños y adolescentes: el caso del Smartphone. En Graciela Padilla y Miguel A. Ortiz (Coord.): *Reformulaciones en el ámbito de la innovación dentro del EEES* (pp. 109-132). Madrid: Visión Libros.

Cuesta, U., y Gaspar, S. (2012). La nueva sociedad reputacional digital. Análisis de la influencia de la interacción social online en la sociedad offline. En: Mariona Visa y José J. Vargas (Coord.): *El I+D+I y el EEES*. Madrid: Visión Libros.

Cuesta, U., y López, L. (2012). Comunicación corporativa y redes sociales: cambiarlo todo para que nada cambie. *Adcomunica: Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 3, 23-25.

Cuesta, U., Gaspar, S., y Menéndez, T. (2012). Estudio de la construcción de la identidad de género a través del programa televisivo "Mujeres y Hombres y Viceversa". *Icono* 14, 10(3), 284-307.

Cuesta, U. (2012). Uso envolvente del móvil en jóvenes: propuesta de un modelo de análisis. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18(1), 253-262.

Cuesta, U. (2012). Las TICs y la salud desde una perspectiva psicosocial. *Revista de Comunicación y Salud*, 2(1), 29-33.

Cuesta, U. (2012): Planificación estratégica y creatividad. Madrid: ESIC

- **Proyectos**

IP responsable: Ubaldo Cuesta

Título del proyecto: Sentimiento y popularidad de los mensajes pro y anti-vacunas en redes: análisis de respuestas explícitas e implícitas mediante EEG, GSR, reconocimiento facial y eye-tracking.

Entidad financiadora: MINECO RTI2018-097670-B-I00

Duración: 01/01/2019 a 31/12/2021

Cuantía proyecto: 28.800€

IP responsable: Alfredo Arceo

Título del proyecto: Los Debates Electorales Televisados Durante las Campañas del 20-D y 26-J. Estudio Comparativo de los Mensajes y la Imagen Proyectada de los Candidatos.

Entidad financiadora: Santander-UCM PR41/17-20954

Duración: 15/12/17 a 15/12/18

Cuantía proyecto: 3.000€

IP responsable: Ubaldo Cuesta

Título del proyecto: Análisis de la eficacia publicitaria de campañas PLV de Campofrío Europa: un planteamiento cualitativo y de neuromarketing

Entidad financiadora: Fiscalges Alternative S.L

Duración: 05/03/2018 a 05/03/2019

Cuantía proyecto: 18.000€

IP responsable: Ubaldo Cuesta

Título del proyecto: Investigación motivacional de mercado: proyecto de comparador online

Entidad financiadora: Fiscalges Alternative S.L

Duración: 20/09/2018 a 20/09/2019

Cuantía proyecto: 13.500€

IP responsable: Ubaldo Cuesta

Título del proyecto: Análisis de la eficacia publicitaria de campañas PLV de Campofrío: un planteamiento cualitativo y de neuromarketing

Entidad financiadora: Fiscalges Alternative S.L

Duración: 29/01/2018 a 29/01/2019

Cuantía proyecto: 18.000€

IP responsable: Ubaldo Cuesta

Título del proyecto: Estudio en autocontrol actitudinal y evaluación neurofisiológica de resultados en personas con actitud positiva y negativa

Entidad financiadora: Mk Media S.L

Duración: 19/10/2017 a 19/10/2018

Cuantía proyecto: 14.850€

IP responsable: Alfredo Arceo

Título del proyecto: Desarrollo de una App para el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas como Sistema de Evaluación y Mejora Continua de la Calidad.
Entidad financiadora: UCM. Proyecto de Innovación Docente nº 119.
Duración: 03/07/17 a 03/07/18
Cuantía proyecto: 700€

IP responsable: Ubaldo Cuesta
Título del proyecto: Proyecto Comunicación y Salud:
plataforma de comunicación entre profesionales sanitarios
Entidad financiadora: Abbvie Spain S.L.U
Duración: 29/06/2017 a 29/06/2018
Cuantía proyecto: 4.400€

IP responsable: Ubaldo Cuesta
Título del proyecto: Estudio sobre el comportamiento de la población española senior (mayores de 50 años) en relación a la prevención para preservar su calidad de vida.
Entidad financiadora: Sanofi Pasteur MSD S.A
Duración: 17/05/2016 a 30/11/2016
Cuantía proyecto: 2.500€

IP responsable: Ubaldo Cuesta
Título del proyecto: Proyecto Comunicación y Salud:
plataforma de comunicación entre hospitales comarcales entre especialistas en reumatología
Entidad financiadora: Abbvie Spain S.L.U
Duración: 01/10/2015 a 01/10/2016
Cuantía proyecto: 4.400€

IP responsable: Ubaldo Cuesta
Título del proyecto: Estudio sobre el comportamiento de los jóvenes españoles en relación a la prevención frente a VPH
Entidad financiadora: Sanofi Pasteur MSD S.A
Duración: 01/10/2015 a 19/11/2015
Cuantía proyecto: 2.000€

IP responsable: Ubaldo Cuesta
Título del proyecto: Vacunas y programas de Comunicación para empresas
Entidad financiadora: Sanofi Pasteur MSD S.A
Duración: 30/09/2015 a 13/10/2015
Cuantía proyecto: 2.300€

IP responsable: Ubaldo Cuesta
Título del proyecto: Outdoor media: análisis de un proyecto de innovación y nuevas tecnologías para Madrid e investigación del insight del target juvenil
Entidad financiadora: Clear Channel España S.L.U
Duración: 25/06/2015 a 25/06/2016
Cuantía proyecto: 17.000€

IP responsable: Ubaldo Cuesta
Título del proyecto: Vacunas y redes sociales
Entidad financiadora: Sanofi Pasteur MSD S.A
Duración: 10/03/2015 a 30/09/2015

Cuantía proyecto: 5.400€