

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA	11/11/2025
----------------------	------------

Nombre y apellidos	Nuria Villagra García		
Núm. identificación del/de la investigador/a	WoS Researcher ID (*)	J-9764-2015	
	SCOPUS Author ID(*)	35189684700	
	Open Researcher and Contributor ID (ORCID) **	orcid.org/0000-0002-2613-1530	

(*) Al menos uno de los dos es obligatorio

(**) Obligatorio

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Complutense de Madrid		
Dpto./Centro	Departamento de Ciencias de la Comunicación Aplicada. Facultad de Ciencias de la Información		
Categoría profesional	Catedrática de Universidad	Fecha inicio	04/04/2024
Palabras clave	Gestión de marca, comunicación corporativa, identidad y valores corporativos, Responsabilidad Social Corporativa		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciada en Ciencias de la Información	Universidad Complutense de Madrid	1999
Doctora en Ciencias de la Información	Universidad Complutense de Madrid	2002

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

3 sexenios de investigación (periodo 2005-2010, 2011-2016 y 2017-2022), fecha de concesión del último sexenio: 05/05/2023 y 1 sexenio de transferencia (periodo 2006-2011), fecha de concesión octubre 2020. Acreditación de Catedrática de Universidad por parte de la ANECA con fecha 22 de septiembre de 2022.

Tesis doctorales dirigidas: 4

- Título de la tesis: Influencia del entorno en la gestión y comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial en Bolívar (Colombia), con enfoque de desarrollo sostenible. Doctoranda: Gina Claudette Romero González. Fecha de defensa: 31/05/2021. Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude por unanimidad.
- Título de la tesis: Modelos de gestión de marca y su aplicación en el ámbito de las ciudades. Doctoranda: María Herranz Arcones. Fecha de defensa: 01/02/2016. Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude por unanimidad.
- Título de la tesis: Propuesta de un modelo de planificación de medios cualitativa en televisión a partir del "Elaboration likelihood model". Doctoranda: María Luisa Sarget Tarifa. Fecha de defensa: 11/09/2014. Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude por unanimidad.
- Título de la tesis: Gestión de marca en empresas con fundación corporativa. Un análisis de la presencia fundacional en la construcción de valores socialmente responsables y de RSC. Doctorando: Abel Monfort de Bedoya. Fecha de defensa: 26/09/2013. Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude por unanimidad.

Índice h (Google Scholar): 15

Citas totales (Google Scholar): 1.081

Citas totales últimos 5 años (Google Scholar): 662

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

Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, y Catedrática del Departamento de Ciencias de la Comunicación Aplicada, en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM. En sus 25 años de carrera docente e investigadora ha impartido docencia en licenciatura, grado, posgrado y máster en diversas universidades (Universidad de Montevideo, Erasmus University College de Bélgica, Shanghai International Studies University, Universidad de Málaga, Universidad de Sevilla, EOI, ESIC Business and



Marketing School, Centro Universitario Villanueva y Universidad Autónoma de Barcelona). Asimismo ha sido visiting researcher de la Surrey Business School en Surrey University (Reino Unido), visiting scholar del Center for Business Ethics en Bentley University (Waltham, Massachusetts) y Fellow del Real Colegio Complutense en Harvard University (Cambridge, Massachusetts). Ha publicado artículos en revistas científicas de impacto (Journal of Business Research, Journal of Management & Organization, Profesional de la Información, Communication & Society, Corporate Governance Journal o Revista Latina de Comunicación Social entre otras) y ha presentado sus investigaciones en congresos de ámbito nacional e internacional. Codirectora de las jornadas especializadas en gestión de marca “Branding Days” que se realizaron entre 2012 y 2015 en la Facultad de Ciencias de la Información.

Ha participado como autora, coautora o editora de diversos libros relacionados con la gestión de marca, la Responsabilidad Social Corporativa y la comunicación en editoriales de prestigio como McGrawHill, Gedisa o Tecnos.

Cuenta con tres sexenios de investigación reconocidos y un sexenio de transferencia. Es investigadora de la Cátedra Iberdrola de Ética Económica y Empresarial (Universidad Pontificia Comillas de Madrid) y del grupo de investigación de Gestión de Marca y Comunicación Integrada (UCM) del que, además, fue codirectora entre octubre de 2018 y mayo de 2023. Asimismo, desde el año 2017 codirige el Máster de Producción Audiovisual (UCM).

Ha participado o dirigido proyectos de investigación financiados por instituciones públicas y privadas (Banco Santander, Unión Europea, Comunidad de Madrid, CICYT, etc.). El último proyecto que codirigió, denominado “Green Activism”, fue concedido en 2021 por la Unión Europea, con ref.: 2021-1-ES02-KA220-YOU-000029048.

Ha sido Vicedecana de Política Académica y Planificación Institucional de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM. Con anterioridad fue Vicedecana de Profesorado e Investigación. Es miembro electo de la Junta de Facultad.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

Artículos

MONFORT, A., MÉNDEZ-SUÁREZ, M. & VILLAGRA, N. (2025). Artificial intelligence misconduct and ESG risk ratings. *Review of Managerial Science*. <https://doi.org/10.1007/s11846-025-00850-9>

VILLAGRA, N., SANCHEZ, J., CLEMENTE, J., & PINTADO, T. (2025). Deconstructing corporate activism: a consumer approach. *Journal of Management & Organization*, 31(4), 2140-2154. <https://doi.org/10.1017/jmo.2022.70>

REYES-MENENDEZ, A., CLEMENTE-MEDIAVILLA, J. & VILLAGRA, N. (2023). Understanding STI and SDG with artificial intelligence: A review and research agenda for entrepreneurial action. *Technological Forecasting and Social Change*, 196, 122785. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122785>

VILLAGRA, N., REYES-MENÉNDEZ, A., CLEMENTE-MEDIAVILLA, J. & SEMOVA, D. J. (2023). Using algorithms to identify social activism and climate skepticism in user-generated content on Twitter. *Profesional de la Información*, 32(3), e320315. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.may.15>

VILLAGRA, N., MONFORT, A. y MÉNDEZ-SUÁREZ, M. (2021). Firm value impact of corporate activism: Facebook and the stop hate for profit campaign. *Journal of Business Research*, 137, 319-326. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.052>

VILLAGRA, N., CLEMENTE-MEDIAVILLA, J., LÓPEZ-AZA, C., y SÁNCHEZ-HERRERA, J. (2021). When polarization hits corporations: the moderating effect of political ideology on corporate activism. *Profesional de la Información*, 30(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.02>

VILLAGRA, N., MONFORT, A. y SÁNCHEZ, J. (2021) The mediating role of brand trust in the relationship between brand personality and brand loyalty. *Journal of Consumer Behaviour. An international research review*

MONFORT, A., VILLAGRA, N. y SANCHEZ, J. (2021) Economic Impact of Corporate Foundations: an event analysis approach, *Journal of Business Research*, 122. 159-170

MONFORT, A. y VILLAGRA, N. (2016) “The roles of CSR and corporate foundations in building responsible brands, *EPI*, Septiembre-octubre de 2016, 25 (5), 767-777.



- VILLAGRA, N., CÁRDABA, M.A.M. y RUIZ SAN ROMÁN, J.A. (2016) "Communicating Corporate Social Responsibility: re-assessment of classical theories about fit between CSR actions and corporate activities". *Communication & Society*, 29 (2), 133-146.
- VILLAGRA, N. y LÓPEZ, B. y MONFORT, A. (2015) "The management of intangibles and corporate branding: Has anything changed in the relationship between business and society?" *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 793-812.
- VILLAGRA, N. y LÓPEZ, B., (2013) "Analysis of values and communication of the Responsible Brands. Corporate Brand strategies for sustainability" en: *Communication and Society/Comunicación y Sociedad*, 26 (1), 201-226.

Capítulos de libro

- VILLAGRA, N. (2015), "La gestión de marcas responsables", en BENAVIDES, J. y MONFORT, A. (Coords.) *Comunicación y empresa responsable*, EUNSA, Pamplona, pp. 227-245. ISBN: 978-84-313-3063-7
- VILLAGRA, N. (2015), "La gestión de intangibles y la dirección de comunicación", en ENRIQUE, A.M y MORALES, F. (Coords.) *Somos estrategias. Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional*, Gedisa, Barcelona, pp. 61-84. ISBN: 978-84-9784-974-6
- BENAVIDES, J. y VILLAGRA, N. (2012), "El discurso de los ciudadanos sobre el terrorismo y su negociación de los contenidos de los medios", en CUESTA, U., CANEL, M.J. y GURRIONERO, M.G. (Coords.) *Comunicación y terrorismo*, Tecnos, Madrid, pp. 246-261. ISBN: 978-84-309-5446-9

Libros

- MONFORT, A. y VILLAGRA, N. (2014). *Claves para entender la marca corporativa*. Madrid:Fe d'Erratas. ISBN: 978-84-15890270

C.2. Proyectos

Referencia del proyecto: 2021-1-ES02-KA220-YOU-000029048

Título: Green Artivism

Entidad financiadora y convocatoria: Unión Europea

Nombre del investigador principal: Dimitrina Jivkova Semova, Jorge Clemente y Nuria Villagra García. UCM.

Fecha de inicio y de finalización del proyecto 01/11/2021 al 01/11/2023

Cuantía de la subvención: 119.921 euros

Tipo de participación: Investigadora principal.

Referencia del proyecto: PR87/19-22686

Título: La marca como fenómeno social: activismo corporativo, confianza y percepciones

Entidad financiadora y convocatoria: Banco Santander

Nombre del investigador principal: Nuria Villagra García. UCM.

Fecha de inicio y de finalización del proyecto 13/12/2019 al 12/09/2021

Cuantía de la subvención: 12.000 euros

Tipo de participación: Investigadora principal.

Referencia del proyecto: CSO2013-46410-R

Título: Nuevos Escenarios de Comunicación de Marca en las Empresas e Instituciones

Entidad financiadora y convocatoria: Ministerio de Economía y Competitividad (2013)

Nombre del investigador principal: Juan Benavides Delgado. UCM.

Fecha de inicio y de finalización del proyecto 01/01/2014 al 31/12/2016

Cuantía de la subvención: 54.450 euros

Tipo de participación: Investigador.

Referencia del proyecto: SEJ2005-06690.

Título: Terrorismo Post 11M y medios de comunicación: efectos cognitivos y emocionales en la población.

Entidad financiadora y convocatoria: Ministerio de Educación y Ciencia (2005)

Nombre del investigador principal: Ubaldo Cuesta. UCM.

Fecha de inicio y de finalización del proyecto: 2005-2008.

Cuantía de la subvención: 60.000 euros

Tipo de participación: Investigador.



C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

Proyectos Artículo 83 de la L.O.U:

Título: Innovación en comunicación: observatorio de tendencias.

Vigencia del proyecto 26/12/2011 al 13/04/2012

Empresa/administración financiadora: Punto de Fuga

Nombre del investigador principal: Juan Benavides y Nuria Villagra

Importe: 6.000 euros

Título: Gestión y comunicación de las marcas en los contextos de cambio e innovación.

Vigencia del proyecto 19/11/2010 al 18/11/2011

Empresa/administración financiadora: Telefónica

Nombre del investigador principal: Juan Benavides y Nuria Villagra

Importe:3.000 euros

Título: La Dirección de Comunicación como palanca clave para la consecución de los objetivos corporativos de la empresa del siglo XXI

Vigencia del proyecto 15/01/2010 al 15/04/2010

Empresa/administración financiadora: BBVA

Nombre del investigador principal: Nuria Villagra

Importe:12.000 euros

Título: La eficacia de las campañas institucionales de la Comunidad de Madrid

Vigencia del proyecto 01/02/2008 al 31/12/2008

Empresa/administración financiadora: Consejería de Inmigración y Cooperación de la Comunidad de Madrid

Nombre del investigador principal: Sonia Carcelén García

Importe 9.000 euros

C.4. Patentes

C.5 Estancias de investigación

- 2022-2023 Visiting Researcher, de la Surrey Business School en Surrey University (Reino Unido). Estancia de investigación durante el curso académico 2022-2023.
- 2010-2014 Visiting Scholar, Center for Business Ethics at Bentley University (Waltham, MA). Estancia de investigación durante los meses de julio, agosto y septiembre.
- 2011-2012 Research Fellow, RCC at Harvard University (Cambridge, MA). Estancia de investigación durante los meses de Julio, agosto y septiembre.

C.6 Premios

Premio a la Mejor Comunicación presentada en el Congreso Internacional Brand Trends (2009) con el título "Valor de la Marca y sus formatos en televisión, ¿utilidad o ineficacia?".

Autores: Juan Benavides y Nuria Villagra.

C.7 Cargos de gestión académica

- 13/06/2017- 13/06/2021 Vicedecana de Política Académica y Planificación Institucional.
- 01/10/2016-12/06/2017 Vicedecana de Profesorado e Investigación.

C.8. Otros

- 2017-Actualidad: Codirectora del Máster de Producción Audiovisual (Universidad Complutense de Madrid).
- 2005-Actualidad: Investigadora de la Cátedra Iberdrola de Ética Económica y Empresarial y miembro de su comité asesor (Universidad Pontificia Comillas de Madrid).
- Octubre 2018-junio 2023: Codirectora del Grupo Complutense de Gestión de Marca y Comunicación Integrada, que forma parte de los Grupos de Investigación UCM.
- 2004-2008: Miembro del Comité Científico del Foro Universitario de Investigación en Comunicación.

CURRÍCULUM ABREVIADO (CVA)

Este CV debe elaborarse siguiendo detalladamente las instrucciones que figuran al final de este documento

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA 11-12-2025

Nombre y apellidos	Mario Rajas Fernández		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	Y-8241-2019	
	Código Orcid	orcid.org/0000-0002-3807-8327	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Rey Juan Carlos		
Dpto./Centro	Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad / Facultad de Ciencias de la Comunicación		
Dirección	Camino del Molino, 5		
Teléfono	correo electrónico	mario.rajas@urjc.es	
Categoría profesional	Profesor	Fecha inicio	25-2-2020
Espec. cód. UNESCO	591002		
Palabras clave	Realización Audiovisual – Narrativa Audiovisual – Tecnología		

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

Licenciatura/Grado/Doctora	Universidad	Año
Doctorado en Comunicación Audiovisual	Universidad Complutense de Madrid	2008
Licenciatura en Comunicación Audiovisual	Universidad Complutense de Madrid	2002

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

Sexenios de investigación: 2
 Sexenios de transferencia: 1
 Tesis dirigidas: 8
 Citas totales: 1026 (Google Scholar)
 Índice H: 20
 Índice i10: 28
 Artículos científicos en revistas de impacto: 30
 Capítulos de libros: 46
 Libros coordinados: 10

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

Profesor Titular de Guion Audiovisual y Lenguaje y Tecnologías Audiovisuales del Departamento de Comunicación y Sociología de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos. Su ámbito de investigación es la narrativa, la estética y la tecnología de los medios audiovisuales emergentes en la comunicación educativa y científica.

Director de la Cátedra de investigación FlixOlé-URJC de Cine Español (2022-x) y coordinador del Grupo de Investigación de Alto Rendimiento en Comunicación y Cultura Digital - Ciberimaginario de la URJC (<http://ciberimaginario.es>)

Actualmente, adjunto al vicerrectorado de Comunicación y Proyección Universitaria (2025-). Ha sido vicedecano de Infraestructuras Tecnológicas y Sectores Profesionales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (2018-2022). Anteriormente, fue coordinador de la Unidad de Producción de Contenidos Académicos del Centro de Innovación en Educación Digital (CIED) de la URJC (2014-2017) en el que se realizó más de mil vídeos de carácter educativo y científico. También ha desempeñado cargos en la URJC de gestor docente de Intercambio Académico Erasmus-Munde (2011-2014), secretario de Departamento de Comunicación 2 (2014) y tutor integral (2011-2015). En la Universidad Europea Miguel de

Cervantes ocupó el cargo de coordinador del Set Virtual de Televisión (2007-2008).

Ha sido el director del Seminario de Cine Contemporáneo de la URJC (2010-2016) y del Seminario del Audiovisual Español (2018-2022).

Desde 2023, co-editor de la Sección Innovación Audiovisual y Multimedia de la Revista Icono 14.

Ha sido co-editor en Icono 14 Editorial y director de las colecciones Estudios de Narrativa, Estudios de Comunicación, Estudios Visuales y Colección de Literatura (2011-2022) y director de la colección Comunicación y Narrativa Audiovisual de la Editorial Síndéresis (2020-).

Tiene reconocido por la CNEAI dos sexenios de investigación (2009-2015 / 2016-2021) y 1 sexenio de transferencia (2018).

Ha publicado 28 artículos de investigación en revistas indexadas en bases de datos selectivas como JCR, SCOPUS, FECYT, Ulrich's o Latindex como El Profesional de la Información o Revista Latina de Comunicación Social; también ha publicado 45 capítulos de libro en editoriales incluidas en el SPI como Springer, McGraw-Hill, Tirant lo Blanc, Síntesis o Comunicación y Sociedad y ha coordinado 10 libros colectivos en editoriales como Icono14, Fragua o Síndéresis.

Ha participado en 10 proyectos de investigación competitivos nacionales (2 como Investigador Principal) y 2 internacionales, y en 9 proyectos de innovación educativa. Ha realizado estancias de investigación en centros como el Instituto Tecnológico de Monterrey (México) (2009), la University of California Los Angeles (Estados Unidos) (2011), la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños (Cuba) (2017) o la Universidade Católica Portuguesa (Portugal) (2021), así como ha participado en más de 60 actividades académicas como ponente en congresos, seminarios y jornadas relacionadas con su ámbito de estudio.

Como formador de investigadores ha dirigido 8 tesis doctorales, y actualmente dirige otras 3. Ha gestionado 2 becas de la convocatoria de Ayudas para la contratación de investigadores (ayudante de investigación) de la Comunidad de Madrid (2018-2022) y 1 de Ayuda a la Formación de Investigadores Predoctorales de la Universidad Rey Juan Carlos (2020).

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES *(ordenados por tipología)*

C.1. Publicaciones

- Rajas, M., Paz Gil, I., & Gértudix Barrio, M. (2025). Sustainability of Film Commissions: Analysis of environmental, social, and economic measures for sustainable audio-visual production. *Street Art & Urban Creativity*, 11(4), 171–191. <https://doi.org/10.62161/sauc.v11.5726>
- Canorea-Tiralaso, H., Paz-Gil, I., & Rajas, M. (2025). The Representation of Women in the Musical Imaginary: Analysis of the most Viewed Video Clips in the International and Spanish Context. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, 17(2), 113–131. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.5704>
- Rajas, M., Hernández Barral, F., & Baños González, M. (2023). El plano secuencia en Berlanga: lenguajes y técnicas de la comedia. *Fotocinema. Revista Científica De Cine Y Fotografía*, (26), 65-90. <https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2023.vi26.15584>
- Baraybar Fernández, A., Baños Gonzalez, M., & Rajas Fernández, M. (2023). Relación

CURRÍCULUM ABREVIADO (CVA)

Este CV debe elaborarse siguiendo detalladamente las instrucciones que figuran al final de este documento

entre Emociones y Recuerdo en Campañas Publicitarias de Servicio Público. Una Aproximación desde la Neurociencia. *Revista Latina De Comunicación Social*, (81), 1–33. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1936>

- Rajas Fernández, M., Sutil Martín, L., & Canorea Tiralaso, H. (2022). Técnicas neurocientíficas aplicadas a estímulos audiovisuales: análisis cognitivo-emocional de anuncios de Heineken durante la COVID-19. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 20(2). <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i2.1836>
- Taborda-Hernández, E., Rubio-Tamayo, J., & Rajas Fernández, M. (2022). Analysis of the narrative communication characteristics of virtual reality experiences: meaning-making components of the immersive story. *Journal of Science and Technology of the Arts*, 14(1), 9-31. <https://doi.org/10.34632/jsta.2022.10055>
- Gértrudix, M. y Rajas, M. (2021) (Coordinadores). *Comunicar la ciencia. Guía para una comunicación eficiente y responsable de la investigación e innovación científica*. Gedisa.
- Gértrudix, M., Rajas, M., Romero-Luis, J. y Carbonell-Alcocer, A. (2021). Comunicación científica en el espacio digital. Acciones de difusión de proyectos de investigación del programa H2020. *Profesional De La Información*, 30(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.04>
- Baños-González, M., Baraybar-Fernández, A. y Rajas-Fernández, M. (2020). The Application of Neuromarketing Techniques in the Spanish Advertising Industry: Weaknesses and Opportunities for Development. *Frontiers in Psychology*, 11. Doi: 10.3389/fpsyg.2020.02175
- Gértrudix, M., Rajas, M., Gertrudis-Casado, M.C. y Gálvez de la Cuesta, M.C. (2020). Gestión de la comunicación científica de los proyectos de investigación en H2020. Funciones, modelos y estrategias. *Profesional de la información*, 29 (4). DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.24>
- Baños-González, M., Canorea, H. y Rajas, M. (2020). La difusión del vídeo musical en YouTube. Análisis de la capacidad viral del videoclip. *Revista Latina de Comunicación Social* (77), pp. 117-141. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1452>
- Baños, M., Rajas, M. y Baraybar, A. (2019) Innovación educativa audiovisual: diseño de contenidos didácticos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. En Cáceres. C., Esteban, N., Gálvez, M.C. y Rivas, B., *Competencia digital docente: una perspectiva de futuro en la Educación Superior*, pp. 229-240 Madrid: Dykinson.
- Rajas, M., Bastida, M. y Cáceres, C. (2019). El aula audiovisual: formatos emergentes de vídeo educativo en YouTube. En Mañas, L. y De Vicente, A. *Contenidos audiovisuales, narrativas y alfabetización mediática*, pp. 289-301. Madrid: McGraw-Hill.
- Rajas, M., Puebla, B. y Baños, M. (2018). Formatos audiovisuales para MOOCs: diseño informativo, educativo y publicitario. *El Profesional de la Información*, 27 (2), pp. 312-321.
- Tapia, A., Rajas, M. y Martín, E. (2017). Diferencias de género en el consumo audiovisual. Un experimento de neurociencia sobre spots de televisión. *Vivat Academia* (141), pp. 39-54.
- Gértrudix, M., Rajas, M. y Álvarez, S. (2017). Metodología de producción para el desarrollo de contenidos audiovisuales y multimedia para MOOC. *RIED: Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 20 (1), pp. 183-203.
- Rajas, M. y Gértrudix, M. (2016). Narrativa Audiovisual: producción de videos

colaborativos para MOOC. *Revista Opción*, 32(12), pp. 349-374.

- Rodríguez García, T.C., Baños González, M. y Rajas, M. (2016). Docencia en el campo expandido: estudio de caso sobre aprendizajes en red. *Revista Opción*, 32(8), pp. 597-618.
- Gértrudix, M., Álvarez, S. y Rajas, M. (2016). Open Data en aplicaciones móviles: nuevos modelos para la información de servicio. *Fonseca: Journal of Communication*, 12, pp. 117-131.
- Rodríguez García, T.C., Baños González, M. y Rajas, M. (2015). Posibilidades de co-creación y comunicación de valores de marca en mundos virtuales. *Revista Prisma Social*, 14, pp. 222-273.

C.2. Proyectos de investigación

- Referencia 2021-1-RO01-KA220-HED-000031167 / DOMINOES. Digital cOMpetences INformatiOn EcoSystem / Erasmus + Programme / Unión Europea – 2022-2024 (255.948 €) / Investigador
- Referencia PID2021-127019OB-I00 / eCOMCIENCIA. Nuevas narrativas interactivas e inmersivas para impulsar la economía circular y la innovación social a través de la comunicación científica y la ciencia ciudadana desde la Escuela / Proyectos de Generación de Conocimiento 2021/ Ministerio de Ciencia e Innovación – 2022-2026 (70.301 €) / Investigador Principal
- Proyecto LONG-COVID-EXP-CM, Evolución, Caracterización Clínica, Molecular y Genética y Tratamiento de los Síntomas post-COVID (COVID Persistente) cofinanciado por la Comunidad de Madrid y la Unión Europea, a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), como parte de la respuesta de la Unión a la pandemia de COVID-19 – 2022 (1.000.000 €) / Investigador
- Referencia 872522 / CS-Track / Convocatoria H2020-SwafS-2019-1 / Unión Europea – 2019-2022 (3 años) (2.270.283,75 €) / Investigador
- Referencia 2018-1-RO01-KA202-049449 / CRESCEnt: CoveRagE Strategic CasE Threats / EAC/A05/2017. Erasmus+ Programme. KA202 - Strategic Partnerships for vocational education and training / Unión Europea – 2018-2020 (200.836 €) / Investigador
- Referencia S2018/EMT-4344 / Proyecto BIOTRES-CM / Comunidad de Madrid y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional – 2018-2022 (4 años) (1.023.585,35 €) / Investigador
- Referencia CSO2017-82875-C2-1-R / Comunicación eficaz, eficiente y responsable para proyectos de investigación competitivos / Ministerio de Economía y Competitividad RETOS I+D - 2018-2020 (3 años) (30000 €) / Investigador principal de la Comunidad de Madrid - 2018-2020 (2 años) (50000 €) / Investigador principal
- Referencia 2014/00046/001 / Sistemas avanzados para la mejora de la gestión y desarrollo de docencia en entornos virtuales: URJC online / Universidad Rey Juan Carlos - 2014-2016 (2 años) (1.248.061 €) / Investigador
- Referencia CSO2012-30756 / Open Data Citizen. Ciudadanía Digital y Open Data Access: Empoderamiento ciudadano a través de los medios sociales en el entorno digital / Ministerio de Economía - 2013-2015 (3 años) (25000 €) / Investigador

CURRÍCULUM ABREVIADO (CVA)

Este CV debe elaborarse siguiendo detalladamente las instrucciones que figuran al final de este documento

- Referencia PRIN13_CSJ18 / Contenidos digitales basados en datos abiertos y construcción participativa de la realidad social / Universidad Rey Juan Carlos y Oficina de Cooperación Universitaria - 2013-2015 (3 años) (3000 €) / Investigador
- Referencia IPT-300000-2010-9 / Dr. Training / Ministerio de Ciencia e Innovación / Subprograma Innacto - 2010-2012 (3 años) (1.035.321 €) / Investigador
- Referencia CSO2008-01 496/SOCI / La construcción de la realidad social en los jóvenes a través de los servicios y contenidos digitales abiertos: conductas y competencias sociocomunicativas en la Red de los "nativos digitales" / Ministerio de Ciencia e Innovación - I+D+i - 2008-2011 (3 años) (80000 €)
- / Investigador

C.3. Proyectos de Innovación Docente

- Ecosistema de entorno de conocimiento abierto / Universidad Rey Juan Carlos (2023)
- Vídeo y podcast educativo: aprendiendo tecnología audiovisual en YouTube y Aula Virtual / Universidad Rey Juan Carlos (2022)
- Audiovisual Story: portal web de creación audiovisual del cine español / Universidad Rey Juan Carlos (2020)
- Tecnologías y narrativas audiovisuales para aprendizaje virtual: storytelling para participación del alumnado en metodologías online / Universidad Complutense de Madrid (2020)
- Tipología de narrativas didácticas para YouTube: formatos didácticos audiovisuales realizados por el alumnado para innovar en el aprendizaje a través de las plataformas de streaming / Universidad Complutense de Madrid (2019)
- Narrativas audiovisuales emergentes: creaciones didácticas multimedia realizadas por alumnos para enseñanza y aprendizaje en campus virtuales / Universidad Complutense de Madrid (2018)
- Diseño y creación de formatos audiovisuales para enseñanza en campus virtuales: recursos educativos abiertos realizados por alumnos para MOOC y NOOC / Universidad Complutense de Madrid (2017)

C.4. Jornadas y seminarios dirigidos

- I Jornadas de Montaje y Postproducción en España / Universidad Rey Juan Carlos (2023).
- IV Congreso Internacional Sociedad Digital: ciencia ciudadana y comunicación científica / Universidad Rey Juan Carlos (2021)
- 2º Seminario de Audiovisual Español / Universidad Rey Juan Carlos (2019)
- Seminario de Audiovisual Español / Universidad Rey Juan Carlos (2018)
- Seminario URJC de análisis de series españolas de ficción / Universidad Rey Juan Carlos (2016)
- III Jornadas de Innovación Docente / Universidad Rey Juan Carlos (2015)
- 5º Seminario de Cine Contemporáneo: retornos al pasado / Universidad Rey Juan Carlos (2014)



María Isabel Míguez González

Generado desde: Editor CVN de FECYT

Fecha del documento: 15/12/2025

v 1.4.3

d3b9c7ab7e64333e056919de17b80b2c

Este fichero electrónico (PDF) contiene incrustada la tecnología CVN (CVN-XML). La tecnología CVN de este fichero permite exportar e importar los datos curriculares desde y hacia cualquier base de datos compatible. Listado de Bases de Datos adaptadas disponible en <http://cvn.fecyt.es/>



Indicadores generales de calidad de la producción científica

Información sobre el número de sexenios de investigación y la fecha del último concedido, número de tesis doctorales dirigidas en los últimos 10 años, citas totales, promedio de citas/año durante los últimos 5 años (sin incluir el año actual), publicaciones totales en primer cuartil (Q1), índice h. Incluye otros indicadores considerados de importancia.

Informe de citas WoS (10/01/2025):

Publicaciones en Web of Science Core Collection: 26.

Suma de citas de Web of Science Core Collection: 239.

H-index Web of Science Core Collection: 10.

Informe de citas de Scopus (10/01/2025):

Publicaciones contempladas: 26.

Total de citas: 296.

H-index: 10

Informe de citas Google Scholar (10/01/2025):

Total de citas: 1619.

H-index: 19. H10-index: 32.



María Isabel Míguez González

Apellidos: **Míguez González**
Nombre: **María Isabel**
DNI:
ORCID: **0000-0002-0580-8493**
Fecha de nacimiento:
Sexo:
Nacionalidad:
País de nacimiento:
C. Autón./Reg. de nacimiento:
Provincia de contacto:
Ciudad de nacimiento:
Dirección de contacto: **Facultad de Comunicación**
Resto de dirección contacto: **Campus A xunqueira s/n**
Código postal:
País de contacto:
C. Autón./Reg. de contacto:
Ciudad de contacto:
Teléfono fijo:
Correo electrónico: **mabelm@uvigo.es**
Teléfono móvil:

Situación profesional actual

Entidad empleadora: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Categoría profesional: Profesora titular
Fecha de inicio: 12/05/2017
Modalidad de contrato: Funcionario/a **Régimen de dedicación:** Tiempo completo
Primaria (Cód. Unesco): 630607 - Sociología de los medios de comunicación de masas; 630800 - Comunicaciones sociales
Identificar palabras clave: Desinformación; Relaciones públicas; Comunicación del discurso



Formación académica recibida

Titulación universitaria

Doctorados

Programa de doctorado: Doctorado en Comunicación, Publicidad y Relaciones Públicas

Entidad de titulación: Universidade de Vigo

Fecha de titulación: 18/10/2006

Actividad docente

Formación académica impartida

- 1 Nombre de la asignatura/curso:** Dirección de comunicación
Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Fecha de inicio: 2012
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Comunicación
- 2 Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Dirección estratégica de comunicación digital
Tipo de programa: Máster oficial
Titulación universitaria: Máster en Comunicación en Medios Sociales y Creación de Contenidos Digitales
Frecuencia de la actividad: 3
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 7
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
- 3 Nombre de la asignatura/curso:** Campañas de relaciones públicas
Titulación universitaria: Licenciado o licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
- 4 Nombre de la asignatura/curso:** Estrategias de la actividad publicitaria y de las relaciones públicas
Titulación universitaria: Licenciado o licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
- 5 Nombre de la asignatura/curso:** Gabinetes de relaciones públicas
Titulación universitaria: Licenciado o licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación



- 6** **Nombre de la asignatura/curso:** Imagen corporativa
Titulación universitaria: Maestría de Comunicación e Imagen Corporativa
Entidad de realización: Universidad de Anahuac **Tipo de entidad:** Universidad
- 7** **Nombre de la asignatura/curso:** Introducción a la teoría y práctica de la publicidad
Titulación universitaria: Licenciado o licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas
Entidad de realización: Universidad de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
- 8** **Nombre de la asignatura/curso:** Introducción a la teoría y práctica de las relaciones públicas
Titulación universitaria: Licenciado o licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas
Entidad de realización: Universidad de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
- 9** **Nombre de la asignatura/curso:** La comunicación con los públicos internos: estrategia e instrumentos
Titulación universitaria: Doctorado en Comunicaciones, Publicidad y Relaciones Públicas
Entidad de realización: Universidad de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
- 10** **Nombre de la asignatura/curso:** Métodos y técnicas de investigación de medios y audiencias
Titulación universitaria: Licenciado o licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas
Entidad de realización: Universidad de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
- 11** **Nombre de la asignatura/curso:** Niveles de actuación de las relaciones públicas: el estudio de los públicos
Titulación universitaria: Doctorado en Comunicaciones, Publicidad y Relaciones Públicas
Entidad de realización: Universidad de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
- 12** **Nombre de la asignatura/curso:** Planificación y gestión de medios publicitarios
Titulación universitaria: Licenciado o licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas
Entidad de realización: Universidad de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
- 13** **Nombre de la asignatura/curso:** Publicidad y relaciones públicas
Titulación universitaria: Licenciado o licenciada en Comunicación Audiovisual
Entidad de realización: Universidad de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
- 14** **Nombre de la asignatura/curso:** Relaciones públicas y protocolo
Titulación universitaria: Licenciado o licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas
Entidad de realización: Universidad de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
- 15** **Nombre de la asignatura/curso:** Relaciones públicas y tercer sector: estructuras, estrategias y técnicas
Titulación universitaria: Doctorado en Comunicaciones, Publicidad y Relaciones Públicas
Entidad de realización: Universidad de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación



- 16 Nombre de la asignatura/curso:** Tecnología de los medios audiovisuales
Titulación universitaria: Licenciado o licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
- 17 Nombre de la asignatura/curso:** Teoría y práctica de las relaciones públicas
Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Comunicación
- 18 Nombre de la asignatura/curso:** Relaciones públicas
Titulación universitaria: Maestría en Comunicación y Mercadotecnia Estratégica
Entidad de realización: Escuela Jacobea de Posgrado

Dirección de tesis doctorales y/o trabajos fin de estudios

- 1 Título del trabajo:** Plan de Comunicación: Betrayed Clothing
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Carlos Pena Saavedra
Calificación obtenida: Matrícula de Honor
Fecha de defensa: 2024
- 2 Título del trabajo:** Comunicación da Responsabilidade Social Corporativa da industria cervexeira. Casos de éxito
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Pilar Blanco Blanco
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 2023
- 3 Título del trabajo:** El Body Positive en la comunicación de las marcas
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Estefanía Pereira Castillo
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 2023
- 4 Título del trabajo:** Cheesemake
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Nerea Fernández Lago
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 2023
- 5 Título del trabajo:** Social Media Plan - HM Marketing Internacional
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Henrique Mateus Faria Martínez
Fecha de defensa: 2023



- 6 Título del trabajo:** Social media plan da marca personal You Look Great
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: María Siso Gómez
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 2023
- 7 Título del trabajo:** Coaching y comunicación: instrumentos para el empoderamiento del paciente. El caso de pacientes con cáncer de mama
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Codirector/a tesis: Reyes-Moreno, M.I.; Martín-Álvarez, M.R.; Míguez-González, M.I.
Entidad de realización: Universidad Complutense de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Ferreiro-Vilariño, T.
Calificación obtenida: Sobresaliente CUM LAUDE
Fecha de defensa: 2022
Explicación narrativa: Codirigí la tesis doctoral de Teresa Ferreiro Vilariño, titulada Coaching y comunicación: instrumentos para el empoderamiento del paciente. El caso de pacientes con cáncer de mama, defendida el 23 de febrero de 2022 en la Universidad Complutense de Madrid, junto a M^a Isabel Reyes Moreno y M^a Remedios Martín Álvarez. Esta investigación representa una aportación innovadora en el ámbito de la comunicación en salud, abordando una problemática de alto impacto social como es el acompañamiento emocional a mujeres diagnosticadas con cáncer de mama. La tesis propone y valida el Modelo de Coaching para Pacientes con Cáncer de Mama (CPCM), una herramienta pionera basada en técnicas de coaching y estrategias comunicativas orientadas al empoderamiento de las pacientes. Desde mi rol como codirectora, aporté la perspectiva comunicativa del estudio, orientando el diseño y análisis hacia la integración de elementos como la escucha activa, la empatía, la comunicación no verbal y la gestión del espacio relacional en contextos sanitarios. Mi contribución se centró en reforzar el marco teórico y práctico de la comunicación interpersonal aplicada a situaciones de vulnerabilidad, destacando su papel como catalizadora de procesos de transformación personal. El modelo ha tenido una clara proyección social, dando lugar al proyecto Soul Reconnect (<https://teresaferreiro.com/>), una iniciativa de coaching para personas con cáncer que representa un caso significativo de transferencia de conocimiento.
- 8 Título del trabajo:** Plan de comunicación para o Clube de patinaxe artístico Gondomar.
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Alba Franco Herrera
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 2022
- 9 Título del trabajo:** Plan de comunicación para o colexio Ramon y Cajal de Madrid
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Adriana Valcárcel Vilas
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 2022
- 10 Título del trabajo:** Construcción de marca persoal: Uxía Miranda, xornalista independente
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Entidad de realización: Universidade de Vigo
Alumno/a: María Uxía Miranda Martínez
Fecha de defensa: 2022



- 11 Título del trabajo:** Social Media Plan, Marca Persoal Musical - Alba Sangabriel
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Alba Sangabriel Aмоса
Fecha de defensa: 2022
- 12 Título del trabajo:** Análise de caso: comunicación de crise no Mad Cool Festival
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Sara Muñiz Noya
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 2021
- 13 Título del trabajo:** Proposta de Plan de Comunicación para a unificación da Comarca do Carballiño e para a potenciación do seu Turismo Rural
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Isabel Feijoo Gallardo
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 2021
- 14 Título del trabajo:** Social media plan para a marca persoal Veggie to be.
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Laura Lago Ucha
Fecha de defensa: 2021
- 15 Título del trabajo:** La responsabilidad social y su comunicación en los deportistas de alto nivel
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Javier Abuín Penas
Calificación obtenida: Sobresaliente CUM LAUDE
Fecha de defensa: 2020
Explicación narrativa: Fui directora principal de la tesis doctoral de Javier Abuín Penas, titulada La responsabilidad social y su comunicación en los deportistas de alto nivel, defendida el 16 de diciembre de 2020 en la Universidad de Vigo, con sobresaliente cum laude, mención internacional y premio extraordinario de doctorado. La tesis fue codirigida junto a la investigadora María José Martínez Patiño, experta en Deporte. El doctorando desarrolló su trabajo como becario predoctoral de la Universidad de Vigo bajo mi tutela, realizando una investigación innovadora sobre la percepción y gestión de la responsabilidad social en deportistas de élite, con un enfoque interdisciplinar entre la comunicación y el deporte. La tesis dio lugar diversas publicaciones científicas en revistas indexadas nacionales e internacionales, tres de ellas en coautoría conmigo: Cultura, Ciencia y Deporte (DOI: 10.12800/ccd.v16i48.1591), Revista Internacional de Relaciones Públicas (<https://doi.org/10.5783/revrrpp.v10i19.621>) y Journal of Human Sport and Exercise (doi:10.14198/jhse.2019.14.Proc4.40). Tras la defensa, Javier Abuín obtuvo una beca posdoctoral de la Xunta de Galicia, también bajo mi dirección, y en 2023 accedió a una plaza de Profesor Ayudante Doctor. Actualmente continúa integrando el equipo de investigación que dirijo, consolidando una trayectoria académica ligada al trabajo iniciado durante su tesis.
- 16 Título del trabajo:** Social Media Plan da marca persoal de Rebeca Álvarez
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Rebeca Álvarez Torres



Fecha de defensa: 2020

- 17 Título del trabajo:** Estudio do concurso "Santiago (é) Tapas" como ferramenta de relacións públicas
Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Trigo Rosón, Clara Esperanza
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 2020
- 18 Título del trabajo:** Plan de Responsabilidade Social Corporativa para Krack Zapaterías
Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Vidal Giráldez, Paula Marina
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 2020
- 19 Título del trabajo:** Plan de comunicación da Adegas Davide
Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Ríos Camino, Alejandra
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 2020
- 20 Título del trabajo:** Plan de comunicación para unha curtametraxe: "Dúas Cores"
Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Morgadanes Pérez, Laura
Fecha de defensa: 2020
- 21 Título del trabajo:** Teito de cristal e brecha salarial no sector da comunicación en Galicia: Proposta de campaña de visibilización. Tres de 10.
Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: López Novoa, Viviana
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 2020
- 22 Título del trabajo:** Social Media Plan de la marca personal de Rebeca Álvarez
Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Máster
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Álvarez Torres, Rebeca
Calificación obtenida: 9 Sobresaliente
Fecha de defensa: 2020
Explicación narrativa: Rebeca Álvarez, graduada en Publicidad y Relaciones Públicas y escritora, desarrolló este proyecto como trabajo de fin de máster del Máster en Redes Sociales y Creación de Contenido Digital, desarrollando su marca personal para el ámbito online. La alumna aplicó el trabajo realizado al ámbito profesional, utilizando la marca personal que había creado en el lanzamiento de sus libros de 2021.
- 23 Título del trabajo:** Evento "Enxeñeiras da Universidade de Vigo"
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo



Alumno/a: Rebeca Araújo Alfonso
Fecha de defensa: 2019

24 Título del trabajo: Evento "Enxeñeiras da Universidade de Vigo"

Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Grado

Entidad de realización: Universidade de Vigo

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Araújo Alfonso, Rebeca

Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 2019

25 Título del trabajo: Organización dun evento musical: estratexias para a visibilización da muller.

Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Grado

Entidad de realización: Universidade de Vigo

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Fandiño Guimerans, Lara

Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 2019

26 Título del trabajo: Proposta de Plan de Comunicación para Laagam

Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Grado

Entidad de realización: Universidade de Vigo

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Martínez Vila, Andrea

Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 2019

27 Título del trabajo: Soy Scaringi: Estratexia de contidos para unha marca persoal

Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Máster

Entidad de realización: Universidade de Vigo

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Fernández Scaringi, Rocío Milagros

Fecha de defensa: 2019

28 Título del trabajo: Autherm cosmetics. Desenvolvemento da ICG, deseño de packaging e plan de comunicación para o lanzamento dunha marca de produtos cosméticos.

Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Grado

Entidad de realización: Universidade de Vigo

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Freire Dapena, Ana

Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 2018

29 Título del trabajo: Do "Vivamos como galegos" as estanterías do supermercado Gadis

Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Grado

Entidad de realización: Universidade de Vigo

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Rodríguez Vizcaíno, Estefanía

Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 2018

30 Título del trabajo: Plan de Comunicación para a PEME Hotel e Restaurante As Camelias

Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Grado

Entidad de realización: Universidade de Vigo

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: García García, Alba María

Calificación obtenida: Sobresaliente

Fecha de defensa: 2018

**31 Título del trabajo:** Plan de Comunicación para unha ONGD " Sol sem Fronteiras"**Tipo de proyecto:** Trabajo de fin de Grado**Entidad de realización:** Universidade de Vigo**Tipo de entidad:** Universidad**Alumno/a:** Rey Carbia, Lucía**Calificación obtenida:** Aprobado**Fecha de defensa:** 2018**32 Título del trabajo:** Plan de comunicación: Lanzamento da marca musical Xpalaze.**Tipo de proyecto:** Trabajo de fin de Grado**Entidad de realización:** Universidade de Vigo**Tipo de entidad:** Universidad**Alumno/a:** Carrera Dasilva, Lucas**Calificación obtenida:** Aprobado**Fecha de defensa:** 2018**33 Título del trabajo:** Plan de Comunicación Ecofogar**Tipo de proyecto:** Trabajo de fin de Grado**Entidad de realización:** Universidade de Vigo**Tipo de entidad:** Universidad**Alumno/a:** Antía Vidal Romero**Calificación obtenida:** Notable**Fecha de defensa:** 2017**34 Título del trabajo:** Plan de comunicación para o Hospital Álvaro Cunqueiro**Tipo de proyecto:** Trabajo de fin de Grado**Entidad de realización:** Universidade de Vigo**Tipo de entidad:** Universidad**Alumno/a:** Rodríguez Gómez, Paula**Calificación obtenida:** Sobresaliente**Fecha de defensa:** 2017**35 Título del trabajo:** Tendencias de Branding en Chile**Tipo de proyecto:** Tesis Doctoral**Codirector/a tesis:** Castillo, A.; Míguez-González, M.I.**Entidad de realización:** Universidad de Málaga**Tipo de entidad:** Universidad**Alumno/a:** Francisco Javier Mas Fernández**Calificación obtenida:** Sobresaliente**Fecha de defensa:** 11/02/2016

Explicación narrativa: Codirigí la tesis doctoral de Francisco Javier Mas Fernández, titulada Tendencias de Branding en Chile, defendida el 11 de febrero de 2016 en la Universidad de Málaga. Fue mi primera experiencia como codirectora de tesis, junto al catedrático Antonio Castillo Esparcia, especialista en Relaciones Públicas. El trabajo supuso una aproximación sistemática y actualizada al branding desde una perspectiva latinoamericana, con especial atención al contexto chileno. Durante su estancia en España, el doctorando realizó una intensa labor de investigación empírica y documental, que culminó en una tesis bien valorada por el tribunal. Aunque no continuó su trayectoria en el ámbito estrictamente académico tras la defensa, la obtención del título de doctor contribuyó significativamente a su proyección profesional y docente en Chile. Entre otros cargos, ha sido director de Postgrado de Comunicación en la Universidad Mayor, docente en la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez y actualmente ocupa el puesto de director de Comunicación y Estrategia en zeBRAND Experience, tras haber sido Country Manager en SocialMe. Esta codirección me permitió iniciar mi trayectoria en la formación de personal investigador en el ámbito de la comunicación estratégica, estableciendo vínculos internacionales con profesionales e instituciones del espacio iberoamericano.



- 36** **Título del trabajo:** Plan de Comunicación para o Museo de Arte Contemporánea de Vigo (MARCO) - 2017
Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Marta Vila Lorenzo
Fecha de defensa: 2016
- 37** **Título del trabajo:** Análise dun caso práctico de éxito e plan de comunicación
Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Paula Folgueira Iglesias
Fecha de defensa: 2016
- 38** **Título del trabajo:** Plan de comunicación. Embaixadas comerciais de Allariz
Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Aleixo Fernández Sousa
Fecha de defensa: 2016
- 39** **Título del trabajo:** Planificación da Comunicación para a Aerolínea Low Cost Iberia Express
Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Grado
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Aira Leirós Veiga
Fecha de defensa: 2016
- 40** **Título del trabajo:** Pemes 2.0: Comunicación online nas pemes do sector da moda. Proposta experimental
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Beatriz Rodríguez Loureiro
Fecha de defensa: 2015
- 41** **Título del trabajo:** Mel Mellis
Tipo de proyecto: Trabajo de Fin de Máster
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Alba Domínguez Otero
Fecha de defensa: 2015
- 42** **Título del trabajo:** Naigaia
Tipo de proyecto: Trabajo de Fin de Máster
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Jennifer Domínguez Gallego
Fecha de defensa: 2015
- 43** **Título del trabajo:** Efealcuadrado
Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Máster
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Carla Fernández Fernández
Fecha de defensa: 2015
- 44** **Título del trabajo:** Sultanas
Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Máster
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad



Alumno/a: Julia Huete Iglesias
Fecha de defensa: 2015

45 Título del trabajo: Campaña de relaciones públicas para las fiestas de Ferrol 2014

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera

Entidad de realización: Universidade de Vigo

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Marta Carnero Vich

Fecha de defensa: 2014

46 Título del trabajo: La responsabilidad social corporativa: una gestión empresarial ética y responsable como herramienta de marketing y desarrollo

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera

Entidad de realización: Universidade de Vigo

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Zoila Ballesteros Álvarez

Fecha de defensa: 2014

47 Título del trabajo: Plan de comunicación de Avilés (Avilés Reúne)

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera

Entidad de realización: Universidade de Vigo

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Cristina López Borrego

Fecha de defensa: 2014

48 Título del trabajo: Proxecto Gaiás: Cidade da Cultura I

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera

Entidad de realización: Universidade de Vigo

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Rita Bello Calvo

Fecha de defensa: 2014

49 Título del trabajo: Proxecto Gaiás: Cidade da Cultura II

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera

Entidad de realización: Universidade de Vigo

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Alba Mouriño Cernadas

Fecha de defensa: 2014

50 Título del trabajo: Código de artista

Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Máster

Entidad de realización: Universidade de Vigo

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Lis María García Calvo

Fecha de defensa: 2014

51 Título del trabajo: Galiña de Mos

Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Máster

Entidad de realización: Universidade de Vigo

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Maruxa Fernández Llamazares

Calificación obtenida: 10 (Matrícula de Honor)

Fecha de defensa: 2014

Explicación narrativa: Este trabajo de fin de máster, puntuado con la máxima calificación, fue la culminación de un proceso de trabajo al que su autora, Maruxa Fernández Llamazares, se había dedicado desde hacía años, con anterioridad al máster. Licenciada en Bellas Artes y centrada en la escultura, en el año 2000 comenzó a interesarse por la fotografía y presentó un conjunto de retratos de gallinas de Mos (una de las razas de gallina más antiguas de la Península Ibérica) en la Fotobienal de Vigo. Cuando en 2011 comenzó a trabajar como



diseñadora freelance, lo hizo bajo la marca Srta. Pollo y, en 2014, en el contexto del Máster en Dirección de Arte Publicitaria que estaba cursando, me propuso a la solicitante utilizar la temática de la gallina de Mos para desarrollar su trabajo de fin de máster, centrándose en el desarrollo de branding de la marca sectorial y convirtiéndolo en su seña de identidad.

- 52 Título del trabajo:** Klirk: comunicación creativa
Tipo de proyecto: Trabajo de fin de Máster
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Nuria María Goldar Barcala
Fecha de defensa: 2014
- 53 Título del trabajo:** La comunicación online de Turgalicia: análisis de la web y de la presencia en redes sociales
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Noelia Fírvida Plaza
Fecha de defensa: 2013
- 54 Título del trabajo:** Patrocinio deportivo: influencia en el deporte local
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Gemma Martínez Alonso
Fecha de defensa: 2013
- 55 Título del trabajo:** RR.PP. para las RR.PP. I
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Julia Garrido Ferreño
Fecha de defensa: 2013
- 56 Título del trabajo:** RR.PP. para las RR.PP. II
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Ángela María Fernández Loureiro
Fecha de defensa: 2013
- 57 Título del trabajo:** Turismo 2.0: análise de caso da OMD visitscotland.com
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Francisco Prieto Cuba
Fecha de defensa: 2013
- 58 Título del trabajo:** Análisis de la estrategia de comunicación empleada por Spanair tras el accidente aéreo del 20 de agosto de 2008
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Goretti Castro Rey
Fecha de defensa: 13/09/2010
- 59 Título del trabajo:** El impacto de la práctica deportiva femenina en la prensa local del sur de Galicia
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad



Alumno/a: M^a del Carmen Echevarría Figueroa
Fecha de defensa: 13/09/2010

- 60 Título del trabajo:** Estrategias y herramientas empleadas por las editoriales para promocionar los productos de literatura en la red
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Patricia Val Antelo
Fecha de defensa: 13/09/2010

Experiencia científica y tecnológica

Grupos/equipos de investigación, desarrollo o innovación

Nombre del grupo: SEPCOM “Investigación en Comunicación para el Servicio Público”
Nombre del investigador/a principal (IP): María Isabel Míguez González
Entidad de afiliación: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Explicación narrativa: Soy fundadora y coordinadora del grupo de investigación SEPCOM, creado en 2016 y reconocido por la Universidade de Vigo. Desde su origen, asumí la dirección científica y estratégica del grupo, integrado inicialmente por una profesora titular, tres contratados doctores, cuatro ayudantes doctores y un investigador predoctoral. En aquel momento, el grupo contaba con un único sexenio de investigación —el mío— y partía de una estructura joven. Mi labor de liderazgo se orientó a impulsar la carrera académica y la proyección científica de los miembros del equipo, fomentando la publicación conjunta, la captación de recursos y la participación en redes nacionales e internacionales. Este esfuerzo fue reconocido en 2018 con el Premio a la Investigación del Campus de Pontevedra. En 2020, bajo mi coordinación, SEPCOM obtuvo su primer proyecto competitivo nacional (convocatoria Retos de Investigación del Ministerio). Desde entonces, el grupo ha experimentado un crecimiento sostenido, acumulando actualmente 14 sexenios de investigación, 345 publicaciones con participación de 16 universidades colaboradoras y más de 100 contratos de I+D, principalmente en el ámbito de la consultoría y los informes técnicos. El liderazgo ejercido ha permitido, además, consolidar trayectorias académicas individuales de los integrantes del grupo, — hoy siete profesores titulares, dos contratados doctores y un ayudante doctor—. Información del grupo: <https://portalcientifico.uvigo.gal/grupos/17818/detalle>
Fecha de inicio: 2016

Actividad científica o tecnológica

Proyectos de I+D+i financiados en convocatorias competitivas de Administraciones o entidades públicas y privadas

- 1 Nombre del proyecto:** Análise da pornografía dixital e a prostitución: estudo dos sitios web de contactos de scorts na provincia de Pontevedra desde unha perspectiva de xénero
Grado de contribución: Investigador/a
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Xabier Martínez Rolán
Tipo de participación: Miembro de equipo
Nombre del programa: Deputación de Pontevedra
Fecha de inicio-fin: 2024 - 2024



- 2** **Nombre del proyecto:** Influencers creados con inteligencia artificial (IA) como herramienta de xeración de marca rexional e promoción do turismo
Grado de contribución: Investigador/a
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Javier Abuín Penas
Tipo de participación: Miembro de equipo
Nombre del programa: Deputación de Pontevedra
Fecha de inicio-fin: 2024 - 2024
- 3** **Nombre del proyecto:** Narrativas digitales contra la desinformación. Estudio de redes, temas y formatos en los factcheckers iberoamericanos
Grado de contribución: Investigador/a
Entidad de realización: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Míguez-González, M.I.; Dafonte-Gómez, A.
Nº de investigadores/as: 8
Nombre del programa: Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad
Cód. según financiadora: PID2019-108035RB-I00
Fecha de inicio-fin: 01/06/2020 - 31/07/2023
Cuantía total: 36.300 €
Régimen de dedicación: Tiempo completo
Explicación narrativa: Mi labor como investigadora en el proyecto FACTCHECKERS se centró en el diseño metodológico del estudio, el análisis de las prácticas de verificación digital, el estudio del impacto de la desinformación y el desarrollo de iniciativas de alfabetización mediática y digital. Fruto de este proyecto publiqué artículos en revistas indexadas como Communication & Society (2022, 19 citas WOS), Observatorio OBS (2022, 10 citas Scopus), Profesional de la Información (2023, 5 citas Scopus), Cuadernos.info (2023, 4 citas Scopus), así como en revistas de carácter divulgativo como Infonomy (2024) y Aula de Secundaria (2024). También coordiné el volumen Narrativas digitales contra la desinformación (Comunicación Social, 2023), en el que participé con dos capítulos, y publiqué otros trabajos relacionados en Pensar la Comunicación (Tirant Humanidades, 2024) y Comprometidos con la verdad (CABLE, 2024). Además, fui coautora de una guía didáctica y un conjunto de vídeos contra la desinformación (<https://factcheckers.webs.uvigo.es/recursos/>) e impartí charlas de divulgación en varios centros educativos. La línea de investigación iniciada con FACTCHECKERS continúa vigente y se ha proyectado en iniciativas posteriores, como mi participación en un proyecto de la Cátedra de Feminismos 4.0 DEPO-Uvigo, centrado en el uso de la IA generativa como herramienta de verificación con perspectiva de género, actualmente en curso. <https://portalcientifico.uvigo.gal/investigadores/277636/publicaciones>
- 4** **Nombre del proyecto:** Consolidación e estructuración. REDES GI-1641 XESCOM: REDE INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN DA XESTIÓN DA COMUNICACIÓN (2014-PG113)
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Francisco Manuel Campos Freire
Entidad/es financiadora/s:
Consellería de Cultura e Ordenación Universitaria (Xunta de Galicia)
Fecha de inicio-fin: 24/06/2014 - 23/06/2016
Cuantía total: 120.000 €
- 5** **Nombre del proyecto:** Uso e influencia de los social media y la comunicación 2.0 en la toma de decisiones turísticas y en la imagen de marca de los destinos
Grado de contribución: Investigador/a
Entidad de realización: Universitat Rovira i Virgili **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad realización: Tarragona, Cataluña, España
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Huertas-Roig, A.
Entidad/es financiadora/s:
Ministerio de Economía y Competitividad



Nombre del programa: Programa Nacional de Proyectos de Investigación. Plan Nacional de I+D+i. Investigación fundamental no orientada.

Cód. según financiadora: CSO2012-34824

Fecha de inicio-fin: 01/01/2013 - 31/12/2015

Cuantía total: 43.290 €

Explicación narrativa: En el proyecto COMTUR (<https://comtur20.wordpress.com/>) participé de forma activa en el diseño del protocolo de codificación de los contenidos publicados por los organismos de promoción turística y en la ejecución de análisis de contenido en redes sociales. Los resultados se tradujeron en publicaciones en revistas internacionales de alto impacto, como Journal of Brand Management (2017, 36 citas en Scopus) y El Profesional de la Información (2015, 50 citas en WOS), en las que soy coautora. También lideré un artículo en Catalan Journal of Communication and Cultural Studies (2015, 10 citas en WOS). Además, participé en la transferencia de resultados, mediante tres capítulos en el libro La comunicación de los destinos turísticos y sus marcas a través de los medios sociales (2016), prologado por el presidente de SEGITUR y ampliamente difundido entre gestores públicos y empresas del sector, y presenté resultados en el I Congreso "Paisaje, turismo e innovación" y en el XI Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas. El impacto del proyecto se refleja tanto en la citación académica internacional como en su aplicabilidad directa en estrategias de comunicación de destinos turísticos, consolidando mi línea de investigación en comunicación online de destinos turísticos y posicionándome en redes de colaboración nacionales. Referencias completas en: <https://portalcientifico.uvigo.gal/investigadores/277636/publicaciones>

6 Nombre del proyecto: "Comunicación online de los destinos turísticos. Desarrollo de un instrumento de evaluación integrada de la eficacia: sitios web, estrategias publicitarias y de comercialización, marketing móvil y redes sociales"

Grado de contribución: Investigador/a

Entidad de realización: UNIVERSITAT POMPEU FABRA **Tipo de entidad:** Universidad

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josep Fernández Cavia

Nº de investigadores/as: 9

Entidad/es financiadora/s:

Ministerio de Ciencia e Innovación

Tipo de entidad: Ministerio

Ciudad entidad financiadora: Madrid, Comunidad de Madrid, España

Nombre del programa: Plan Nacional de I+D+i

Cód. según financiadora: CSO2011-22691

Fecha de inicio-fin: 01/01/2012 - 31/12/2014

Entidad/es participante/s: Universidad Pablo Olavide; Universidade de Vigo y Universidad de Sevilla; Universitat Oberta de Catalunya; Universitat Pompeu Fabra

Cuantía total: 51.000 €

Explicación narrativa: Mi participación en CODETUR se centró en el diseño, junto al equipo de la UPF, de una plantilla de 12 parámetros y 127 indicadores que permitió construir el Índice de Calidad Web (ICW) de los portales turísticos españoles, integrando dimensiones técnicas y comunicativas. Colaboré, además, en la validación empírica de la herramienta y lideré su aplicación al ámbito autonómico gallego. Entre los resultados destacados cabe mencionar que fui primera firmante de un artículo en Comunicación y Sociedad (2015, 19 citas Scopus) y coautora de un artículo de alto impacto en la Revista Latina de Comunicación Social (2013, > 60 citas Google Scholar). También lideré una comunicación presentada en TURITEC 2014, el congreso de referencia sobre tecnologías de información y comunicación aplicadas a la industria turística en España. El proyecto aportó una metodología replicada posteriormente por observatorios turísticos y consolidó una línea de investigación sobre evaluación digital y reputación en línea que ha sido adoptada por diversas universidades españolas y latinoamericanas. Las referencias completas están disponibles en el Portal Científico de la Universidade de Vigo: <https://portalcientifico.uvigo.gal/investigadores/277636/publicaciones>

7 Nombre del proyecto: "Fondo documental de la publicidad en Galicia: catalogación, análisis y divulgación de los anuncios gallegos a partir del siglo XIX"

Grado de contribución: Investigador/a

Entidad de realización: Universidade de Vigo

Tipo de entidad: Universidad



Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Jorge Lens Leiva

Nº de investigadores/as: 5

Entidad/es financiadora/s:

XUNTA DE GALICIA

Ciudad entidad financiadora: España

Nombre del programa: Plan Gallego de Investigación, Desarrollo e Innovación Tecnológica

Cód. según financiadora: 10SEC362025PR

Fecha de inicio-fin: 07/08/2010 - 20/09/2013

Duración: 3 años

Entidad/es participante/s: Universidade de Vigo

Cuantía total: 32.515,1 €

Explicación narrativa: Este proyecto autonómico, desarrollado en la Universidade de Vigo por un equipo de seis investigadores, tuvo como objetivo la recuperación, análisis y difusión del patrimonio publicitario gallego desde el siglo XIX. Mi labor se centró en el trabajo de campo, con responsabilidades específicas en el análisis y la catalogación de anuncios procedentes de diversas fuentes documentales. Esta tarea implicó la identificación, clasificación y contextualización de piezas publicitarias relevantes, contribuyendo así a la creación de un fondo documental sistematizado. Los resultados se plasmaron en un informe final presentado, en el que se recogieron los principales resultados del proyecto y se propusieron líneas de actuación para la conservación y puesta en valor de este patrimonio cultural, y en una exposición divulgativa en la Biblioteca Universitaria de Vigo (2013). El proyecto tuvo un impacto cultural y social destacado, ya que permitió conservar y difundir el patrimonio gráfico de la comunicación gallega y sirvió de base para la posterior creación de una línea de investigación sobre historia de la publicidad en Galicia dentro del grupo CP2, al que pertenece el investigador principal del proyecto.

8 Nombre del proyecto: Nuevas estrategias de publicidad y promoción de las marcas turísticas españolas en la web

Ámbito geográfico: Nacional

Grado de contribución: Investigador/a

Entidad de realización: UNIVERSITAT POMPEU FABRA **Tipo de entidad:** Universidad

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josep Fernández Cavia

Nº de investigadores/as: 13

Entidad/es financiadora/s:

Ministerio de Ciencia e Innovación

Tipo de entidad: Ministerio

Ciudad entidad financiadora: Madrid, Comunidad de Madrid, España

Tipo de participación: Miembro de equipo

Nombre del programa: Plan Nacional de I+D+i

Cód. según financiadora: CSO2008-02627

Fecha de inicio-fin: 01/01/2009 - 31/12/2011

Duración: 3 años

Entidad/es participante/s: IE School of Communication e Universidade de Vigo; Universidad Pablo Olavide; Universidad de Murcia; Universitat Pompeu Fabra; Universitat Rovira i Virgili; Universitat de Vic; Unversitat de Girona

Cuantía total: 90.750 €

Resultados relevantes: Este fue el primer proyecto de financiación nacional en el que participó la solicitante, dirigido por el investigador de la UFP Josep Fernández Cavia. Además de colaborar en el trabajo de elaboración de la plantilla y el trabajo de campo, en el marco de este proyecto la solicitante publicó en autoría única un artículo aplicado al ámbito gallego en la revista Catalan journal of communication and cultural studies (2011), con DOI 10.1386/CJCS.3.2.297_7 y 18 citas en Google Scholar. También es autora un capítulo en el Manual de comunicación turística. De la información a la persuasión, de la promoción a la emoción derivado del proyecto, publicado en catalán en 2009 (<https://www.torrossa.com/en/resources/an/3104272>) y en castellano en 2011. Además, presentó comunicaciones en dos congresos: Míguez González, M.I. (2012): "Relaciones públicas 2.0 en el sector turístico: análisis de caso del Patronato de Turismo Rías Baixas", en Ordeix, E., Rom, J. (eds.): La innovación en las relaciones públicas". Barcelona: Trípodos, pp. 479-492. Fernández Cavia, J.



et al. (2010). Propuesta de diseño de una plantilla multidisciplinar para el análisis y evaluación de webs de destinos turísticos. Libro de actas TURITEC 2010. Universidad de Málaga.

Régimen de dedicación: Tiempo completo

Explicación narrativa: En este proyecto, centrado en el análisis de la comunicación digital de las marcas turísticas españolas durante la expansión del entorno web 2.0, contribuí en el desarrollo del diseño metodológico para evaluar la presencia y eficacia de los portales institucionales de turismo, integrando criterios de accesibilidad, interactividad y coherencia de marca, así como en la fase de recopilación y codificación de datos relativos a los principales destinos autonómicos. Los resultados permitieron identificar los factores clave de éxito en la comunicación digital de los destinos y fueron presentados en congresos de referencia en comunicación y turismo, como el TURITEC 2010, en el que participé como coautora. También dieron lugar al "Manual de comunicación turística. De la información a la persuasión, de la promoción a la emoción", publicado en catalán en 2009 y en castellano en 2011, en el que soy autora única de un capítulo. Así mismo, mi aplicación del proyecto al ámbito gallego dio lugar a un artículo en Catalan journal of communication and cultural studies (2011, 18 citas en Google Scholar), de autoría única. Estas y otras publicaciones consolidaron un enfoque analítico pionero sobre reputación y branding territorial en medios digitales. El impacto del proyecto se reflejó también en su transferencia a organismos de promoción turística que adoptaron sus indicadores. Referencias en <https://portalcientifico.uvigo.gal/investigadores/277636/publicaciones>

9 Nombre del proyecto: "A comunicación corporativa de empresas galegas en Internet"

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Susana Domínguez Quintas

Nº de investigadores/as: 5

Entidad/es financiadora/s:

Cátedra Figueira Valverde

Fecha de inicio-fin: 01/01/2009 - 31/12/2010

Duración: 1 año

Entidad/es participante/s: Universidade de Vigo

Cuantía total: 3.000 €

10 Nombre del proyecto: A promoción do turismo de minorías en galicia a través de actividades de relacións públicas. Análise da efectividade dos plans e campañas de comunicación dos emisores públicos como atraente de potencial turístico

Grado de contribución: Investigador/a

Entidad de realización: Universidade de Vigo

Tipo de entidad: Universidad

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Vázquez-Gestal, Montserrat

Entidad/es financiadora/s:

XUNTA DE GALICIA

Nombre del programa: Consellería de Innovación, Industria e Comercio. Programa Promoción Xeral

Cód. según financiadora: PGIDIT06PXIB362248PR

Fecha de inicio-fin: 02/12/2006 - 01/12/2009

Cuantía total: 27.945 €

Explicación narrativa: Este proyecto tuvo como objetivo analizar el papel de las relaciones públicas institucionales en la promoción del turismo de minorías en Galicia, con especial atención a las estrategias de comunicación inclusiva y a la adaptación cultural de los mensajes. Con él inicié mi línea de investigación en comunicación y turismo y mi contribución se centro en tareas de recopilación de información y análisis cualitativo de campañas de promoción impulsadas por Turgalicia y diversos ayuntamientos. Los resultados se difundieron en jornadas académicas y publicaciones sobre comunicación institucional y desarrollo territorial, contribuyendo a la consolidación de una línea de investigación propia sobre comunicación turística responsable. En concreto, presenté una comunicación sobre el caso del Patronato de Turismo Rías Baixas en el V Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas (2010), publicada posteriormente en un número especial de Trípodos (2012) El proyecto tuvo un impacto tangible en el sector, ya que algunas de sus recomendaciones fueron incorporadas por entidades turísticas gallegas en sus estrategias de promoción. Referencia en <https://portalcientifico.uvigo.gal/investigadores/277636/publicaciones>



11 Nombre del proyecto: "Medios de comunicación e opinión pública na Galicia autonómica (1980-2005). Evolución e influencia"

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Susana Domínguez Quintas

Nº de investigadores/as: 4

Entidad/es financiadora/s:

Cátedra Figueira Valverde

Fecha de inicio-fin: 01/01/2005 - 31/12/2006

Duración: 1 año

Entidad/es participante/s: Universidade de Vigo

Cuantía total: 6.000 €

12 Nombre del proyecto: "Cara a un novo modelo de servicio público de radio e televisión: diagnóstico e proposta para o caso español"

Grado de contribución: Investigador/a

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Manuel Martín Algarra

Nº de investigadores/as: 5

Entidad/es financiadora/s:

XUNTA DE GALICIA

Ciudad entidad financiadora: Galicia, España

Nombre del programa: Plan Gallego de Investigación, Desarrollo e Innovación Tecnológica

Cód. según financiadora: PGIDIT02PXIB36201PR

Fecha de inicio-fin: 02/09/2002 - 31/12/2005

Entidad/es participante/s: Universidade de Vigo

Cuantía total: 35.000 €

Explicación narrativa: Me incorporé a este proyecto autonómico como alumna de doctorado y, posteriormente, como becaria predoctoral de la Xunta de Galicia. El proyecto, de carácter diagnóstico y propositivo, se centró en analizar las transformaciones del sistema audiovisual público en el contexto español, con especial atención a los retos derivados de la convergencia mediática y las nuevas demandas sociales. En este marco, colaboré en tareas de revisión documental, análisis de contenidos y elaboración de propuestas orientadas a la mejora del modelo de servicio público, presentadas en un informe final entregado a la Xunta de Galicia. Este proyecto convergió con otro proyecto local financiado por la Cátedra Figueira Valverde y titulado "Medios de comunicación e opinión pública na Galicia autonómica (1980-2005). Evolución e influencia" (01/01/2005 a 31/12/2006), en el que también participé como investigadora bajo la dirección de Susana Domínguez Quintas y en el que aporté un modelo de análisis sobre públicos y opinión pública derivado de mi tesis doctoral, presentada en octubre de 2006.

Contratos, convenios o proyectos de I+D+i no competitivos con Administraciones o entidades públicas o privadas

Nombre del proyecto: Plan de comunicación para a candidatura das Illas Cíes Patrimonio da Humanidade: Planeta Cíes

Grado de contribución: Investigador/a

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Dafonte-Gómez, A.

Nº de investigadores/as: 8

Entidad/es financiadora/s:

FUNDACIÓN VIGO CONVENTION BUREAU

Tipo de entidad: Fundación

Fecha de inicio: 22/10/2018

Duración: 2 meses

Cuantía total: 14.900 €



Actividades científicas y tecnológicas

Producción científica

- 1 Índice H:** 10
Fecha de aplicación: 10/01/2025
Fuente de Índice H: WOS
- 2 Índice H:** 19
Fecha de aplicación: 08/01/2025
Fuente de Índice H: GOOGLE SCHOLAR
- 3 Índice H:** 10
Fecha de aplicación: 10/01/2025
Fuente de Índice H: SCOPUS

Publicaciones, documentos científicos y técnicos

- 1** Dafonte-Gómez, A.; Míguez-González, M.I.; Corbacho-Valencia, J.M.. ChatGPT en la enseñanza universitaria: experiencia práctica en procesos publicitarios. Transformaciones culturales y comunicativas en la era de la inteligencia artificial. pp. 425 - 444. Tirant Humanidades, Tirant lo Blanch, 2025. ISBN 978-84-1081-429-5
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 3
Resultados relevantes: Este capítulo se vincula con una nueva línea de investigación en inteligencia artificial que hemos comenzado a desarrollar en SEPCOM desde 2024. Presenta una experiencia docente aplicada con el uso de ChatGPT en el aula universitaria, centrada en la enseñanza de procesos publicitarios dentro del ámbito de la comunicación estratégica. A través de un enfoque basado en el estudio de caso, se analiza la implementación de esta herramienta de inteligencia artificial generativa en entornos formativos reales, evaluando tanto su utilidad pedagógica como los retos éticos, creativos y metodológicos que plantea en la formación de futuros profesionales. La publicación se enmarca en una obra colectiva que aborda las transformaciones socioculturales derivadas de la irrupción de la IA desde una perspectiva interdisciplinar. El volumen ha sido publicado por Tirant lo Blanch, editorial que ocupa la segunda posición en el ranking SPI 2022 en el ámbito de Comunicación (ICEE: 73), lo que garantiza su calidad científica y visibilidad académica.
- 2** Míguez-González, M.I.; Dafonte-Gómez, A.; Ramahí-García, D.. El alumnado de Publicidad y Relaciones Públicas frente a la IA: usos y percepciones. Transformaciones culturales y comunicativas en la era de la inteligencia artificial. pp. 333 - 352. Tirant Humanidades, Tirant lo Blanch, 2025. ISBN 978-84-1081-429-5
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 3
Resultados relevantes: Este capítulo se vincula con una nueva línea de investigación en inteligencia artificial que hemos comenzado a desarrollar en SEPCOM desde 2024. El texto analiza, desde una perspectiva empírica, los usos, actitudes y percepciones del alumnado universitario de Publicidad y Relaciones Públicas ante la inteligencia artificial (IA), en el marco de la creciente incorporación de herramientas de IA en los procesos comunicativos, académicos y creativos. A través de un diseño metodológico mixto, se combinan encuestas y análisis cualitativo para examinar la alfabetización tecnológica, las prácticas cotidianas y los niveles de aceptación crítica de estas tecnologías en futuros profesionales de la comunicación. La publicación se enmarca en una obra colectiva que aborda las transformaciones socioculturales derivadas de la irrupción de la IA desde una perspectiva interdisciplinar. El volumen ha sido publicado

por Tirant lo Blanch, editorial que ocupa la segunda posición en el ranking SPI 2022 en el ámbito de Comunicación (ICEE: 73), lo que garantiza su calidad científica y visibilidad académica. Este capítulo supone una aportación relevante tanto por el enfoque temático emergente (IA y formación universitaria en comunicación) como por su aplicación directa a la docencia y diseño curricular en titulaciones del ámbito.

- 3** Míguez-González, M.I.; Dafonte-Gómez, A.. Political News on Facebook: Analysis of the Most Commented Posts from the Spanish Media During the 2023 General Election Campaign. *Communication & Society*. 2025.

DOI: 10.15581/003.38.2.011

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 2

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0,455

Categoría: Cultural Studies

Revista dentro del 25%: Sí

Resultados relevantes: Como primera autora, lideré el diseño metodológico, la recopilación de datos y el análisis estadístico de las interacciones generadas por 12.937 publicaciones de los principales periódicos españoles en Facebook durante la campaña de las elecciones generales de 2023. El estudio aporta una contribución original al campo del periodismo digital y la comunicación política al ofrecer una visión empírica, basada en big data, sobre los patrones de participación ciudadana en redes sociales durante los procesos electorales. La investigación combina un enfoque cuantitativo de análisis de engagement con una perspectiva cualitativa sobre el comportamiento deliberativo de los usuarios, integrando métricas de reacción (comentarios, likes, compartidos y “angry”) mediante R Commander. Los resultados cuestionan la hipótesis tradicional de que las noticias políticas generan mayor interacción, demostrando que la participación significativa se produce, en cambio, a través de los comentarios, indicador de compromiso cognitivo más profundo. El artículo destaca por su relevancia científica y social, al aportar evidencias sobre el papel de los medios en la conversación pública digital y su relación con la polarización política. Su reciente publicación en *Communication & Society* —revista indexada en Scopus (Q1 en Cultural Studies) y Web of Science (JCR Q2), con un JIF de 1,7 y JCI de 0,78— garantiza la visibilidad internacional de la investigación.

- 4** María Isabel Míguez González; Juan Manuel Corbacho Valencia. Alfabetización mediática, informacional y digital. *Aula de secundaria*. 55, pp. 12 - 16. 2024.

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 2

Fuente de impacto: Índice Dialnet Revistas

Índice de impacto: 0,040

Posición de publicación: 184

Tipo de soporte: Revista

Categoría: Educación

Revista dentro del 25%: No

Num. revistas en cat.: 233

Resultados relevantes: Soy la primera autora de este artículo, derivado del proyecto FACTCHECKERS, que busca aclarar los conceptos de alfabetización mediática, informacional y digital y, a partir de una reflexión crítica y actual, defender su integración en los procesos educativos desde las etapas iniciales del desarrollo cognitivo. El texto desarrolla una propuesta didáctica transversal que enfatiza el papel de la escuela como espacio de formación ciudadana para una cultura mediática responsable. Se destaca la importancia de que el alumnado aprenda a identificar la fiabilidad de las fuentes, distinguir entre hechos y opiniones, comprender el contexto informativo y crear contenido con conciencia crítica y responsabilidad social. La contribución se apoya en marcos teóricos actualizados y en ejemplos didácticos que potencian el desarrollo de habilidades clave para una ciudadanía digital activa, incluyendo el análisis de mensajes, la producción ética de contenidos (blogs, podcasts, vídeos) y la comprensión de los mecanismos de influencia mediática. La revista *Aula de Secundaria*, con una clara vocación divulgadora, tiene como objetivo proporcionar a los docentes y agentes educativos de diferentes niveles instrumentos y recursos para la práctica docente, así como informaciones y novedades para su desarrollo profesional.

- 5** María Isabel Míguez González; Alberto Dafonte Gómez. Diez objetivos que debemos abordar para entender y combatir la desinformación. *Infonomy*. 2 - 2, 2024.

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 2

Tipo de soporte: Revista

Resultados relevantes: Como primera autora, lideré la concepción teórica y la redacción del artículo, orientado a sintetizar los resultados de una línea de investigación sobre alfabetización mediática y desinformación derivada del proyecto FACTCHECKERS. El trabajo establece un marco conceptual y didáctico compuesto por diez objetivos que permiten comprender y afrontar el fenómeno de la desinformación desde una perspectiva educativa, comunicativa y social. El artículo combina una revisión crítica de la literatura académica y de las directrices institucionales internacionales (Comisión Europea, ONU, IFCN) con una propuesta aplicada para el desarrollo de competencias mediáticas e informacionales en la ciudadanía y presenta el recurso educativo abierto Stop Desinformación. Guía didáctica para aprender a verificar, distribuido a través de la plataforma Procomún. El trabajo ofrece una contribución original en la intersección entre comunicación, educación y cultura digital, al trasladar los hallazgos de la investigación universitaria a un formato pedagógico. Se publica en Infonomy, revista académica de acceso abierto de metodologías y divulgación científica de la Información, la Documentación y la Comunicación Social, en la que los autores publicaron por invitación y de acuerdo con un proceso de revisión interna de los textos dirigido a investigadores/as con índice h superior a 3.

- 6** María Isabel Míguez González; Alberto Dafonte Gómez; Javier Abuín Penas. Fact-checkers iberoamericanos en Instagram: Análisis de los posts con mayor interacción. Cuadernos.info. 55, pp. 137 - 161. 2023.

DOI: 10.7764/CDI.55.58031

Tipo de producción: Artículo científico

Tipo de soporte: Revista

Posición de firma: 1

Autor de correspondencia: Sí

Nº total de autores: 3

Categoría: Communication

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Revista dentro del 25%: No

Índice de impacto: 0,7

Num. revistas en cat.: 228

Posición de publicación: 158

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Categoría: Communication

Índice de impacto: 0,7

Revista dentro del 25%: No

Posición de publicación: 158

Num. revistas en cat.: 228

Fuente de citas: WOS

Citas: 1

Fuente de citas: SCOPUS

Citas: 4

Fuente de citas: Dialnet Métricas

Citas: 6

Resultados relevantes: Como autora principal del artículo, derivado del proyecto FACTCHECKERS, lideré el diseño metodológico y la coordinación del equipo investigador, así como el análisis estadístico y la interpretación de resultados. El trabajo examina la actividad de los verificadores iberoamericanos en Instagram —una red social escasamente explorada desde la perspectiva del fact-checking— y aporta una caracterización de los contenidos con mayor interacción, en función de su intencionalidad, temática y formato. La investigación analiza 6.008 posts publicados por 13 entidades verificadoras acreditadas por la IFCN durante 2021. Los resultados evidencian que los fact-checkers priorizan la verificación frente a la alfabetización mediática, concentrando su actividad en contenidos políticos y de salud. Asimismo, se demuestra que el formato álbum y los temas vinculados al racismo generan las mayores tasas de participación. Publicado en Cuadernos.info —revista indexada en Scopus (Q2 en Comunicación) y WoS (JCR Q3)—, el artículo refuerza la proyección internacional del grupo de investigación. Tras un proceso de selección entre los 45 artículos publicados en el año 2023 en la revista, el texto fue seleccionado como TOP paper 2023 de la revista para ser presentado en la sesión de revistas afiliadas a la ICA, en la conferencia anual de 2024, por su contribución significativa al conocimiento sobre la visibilidad y el impacto social del fact-checking en entornos digitales.

- 7** Míguez-González, M.I.; Martínez-Rolán, X.; García-Mirón, S.. From disinformation to fact-checking: How Ibero-American fact-checkers on Twitter combat fake news. Profesional de la Información. 32 - 1, 2023.

DOI: 10.3145/epi.2023.ene.10

Tipo de producción: Artículo científico

Tipo de soporte: Revista

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 3

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Categoría: Communication



Índice de impacto: 0,967
Posición de publicación: 60

Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 2,6
Posición de publicación: 46

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Fuente de citas: Dialnet Métricas

Revista dentro del 25%: Sí
Num. revistas en cat.: 513

Categoría: Communication
Revista dentro del 25%: Sí
Num. revistas en cat.: 228

Citas: 4

Citas: 7

Citas: 11

Resultados relevantes: Como autora principal del artículo, derivado del proyecto FACTCHECKERS, lideré la concepción del estudio, el diseño metodológico y el análisis empírico. La investigación aborda la interacción digital de las organizaciones verificadoras de datos en el contexto iberoamericano, analizando 79.859 publicaciones de 18 entidades acreditadas por la IFCN. El trabajo, que se basa en un análisis cuantitativo, propone un índice original de interacción ponderada (VIP) que evalúa el compromiso de los usuarios en función de la tipología de los tweets y de los recursos empleados (imágenes, enlaces, menciones y hashtags). Los resultados revelan que los verificadores desarrollan una actividad intensa vinculada a crisis informativas, especialmente relacionadas con la pandemia de la Covid-19, y que la eficacia de su comunicación digital depende de estrategias reactivas y del uso de recursos visuales y participativos. El artículo ofrece una contribución innovadora, al caracterizar empíricamente las prácticas comunicativas de los fact-checkers en un entorno transnacional. Sus conclusiones aportan evidencias sobre cómo optimizar la interacción ciudadana y fortalecer la alfabetización mediática frente a los bulos. Está publicado en Profesional de la información, revista indexada en Scopus (Q1 en Comunicación y Documentación) y Journal Citation Reports (Q1 en Information Science & Library Science), con un JIF de 2,6 y un JCI de 1,17.

- 8** Míguez-González, M.I.; García-Mirón, S.; Torres-Romay, E.. Analysis of breast cancer organizations' online presence in different geographical contexts. Revista de Comunicación y Salud. 12, pp. 25 - 43. 2022.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 9** Fernández, E.; Barañano, C.; Méndez, G.; Míguez-González, M.I.. Enhancing recognition of seagrass ecosystems through communication planning based on historical and present social perception studies. Marine Policy. 146, 2022.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 10** Dafonte-Gómez, A.; Míguez-González, M.I.; Ramahí-García, D.. Fact-checkers on social networks: analysis of their presence and content distribution channels. Communication and Society. 35 - 3, 2022.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 11** Martínez-Rolán, X.; Míguez-González, M.I.; Corbacho-Valencia, J.M.: La comunicación de la sanidad en redes sociales. Una perspectiva institucional europea. Signo y pensamiento. 41, 2022.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 12** Dafonte-Gómez, A.; Míguez-González, M.I.; Martínez-Rolán, X.. Los fact-checkers iberoamericanos frente a la COVID-19. Análisis de actividad en Facebook. Observatorio (OBS). 16 - 1, pp. 160 - 182. 2022.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 13** Dafonte-Gómez, A.; Míguez-González, M.I.; Abuín-Penas, J.. Verificación sobre la COVID-19 en Facebook. ¿Qué temas interesan a los seguidores de los fact-checkers?. Textual and Visual Media. 1 - 16, 2022.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 14** Abuín. Penas, J.; Míguez-González, M.I.; Martínez-Patiño, M.J.. La responsabilidad social en los deportistas de alto nivel: análisis de las percepciones, motivaciones, opiniones y dificultades. Cultura, Ciencia y Deporte. 2021.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista



- 15** Costa-Sánchez, C.; Túnnez-López, M.; Míguez-González, M.I.. Análise comparativa da gestão da comunicação corporativa em empresas e instituições: o caso da Galiza. *Comunicação e Sociedade*. pp. 37 - 51. 2020.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 16** Costa-Sánchez, C.; Túnnez-López, M.; Míguez-González, M.I.. Gestión de la comunicación en la Pequeña y Mediana Empresa: potencial estratégico, filosofía y tendencia. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*. 26 - 3, pp. 927 - 938. 2020.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 17** Abuín-Penas, J.; Míguez-González, M.I.; Martínez-Patiño, M.J.. Instagram como herramienta de relaciones públicas para los deportistas de élite españoles/Instagram as a public relations tool for Spanish elite athletes. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*. 10 - 19, pp. 91 - 110. 2020.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 18** Costa-Sánchez, C.; Túnnez-López, M.; Míguez-González, M.I.. Public Relations from a Spanish peripheral region: Normal is not normative. *Public Relations Inquiry*. 2020. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.1177/2046147X20979290>>.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 19** Dafonte-Gómez, A.; Míguez-González, M.I.; Corbacho-Valencia, J.M.. Viral Dissemination of Content in Advertising: Emotional Factors to Reach Consumers. *Communication & Society*. 33 - 1, pp. 107 - 120. 2020.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 20** Costa-Sánchez, C.; Túnnez-López, M.; Míguez-González, M.I.. Agencias de comunicación en España en la encrucijada digital. Prácticas, perspectivas y visión de futuro. *El Profesional de la Información*. 28 - 6, 2019.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 21** Míguez-González, M.I.; García-Crespo, O.. Análisis de vídeos sobre cáncer de mama en YouTube. *Cuadernos.info*. 44, pp. 179 - 193. 2019.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 22** Míguez-González, M.I.; Costa-Sánchez, C.; Túnnez-López, M.. Radiografía de las agencias que ofrecen servicios externos de comunicación estratégica y relaciones públicas en regiones periféricas: el caso gallego. *Palabra Clave*. 22 - 1, 2019.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 23** Abuín-Penas, J.; Martínez-Patiño, M.J.; Míguez-González, M.I.. Spanish Winter Olympic athlete's communication on Instagram. *Journal of Human Sport and Exercise*. 14 - 4, pp. 780 - 791. 2019.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 24** Míguez-González, M.I.; Costa-Sánchez, C.. Tendencias de investigación sobre comunicación organizacional: la autoría española en revistas indexadas (2014-2018). *Profesional de la Información*. 28 - 5, 2019.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 25** Túnnez-López, M.; Costa-Sánchez, C.; Míguez-González, M.I.. Avances y retos de la gestión de la comunicación en el siglo XXI. Procesos, necesidades y carencias en el ámbito institucional. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 24 - 1, pp. 921 - 940. 2018.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 26** Míguez-González, M.I.; Costa-Sánchez, C.; Túnnez-López, M.. El perfil profesional de los responsables de comunicación: estudio sobre las organizaciones gallegas. *Communication Papers*. 7 - 15, pp. 125 - 131. 2018.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista



- 27** Costa-Sánchez, C.; Míguez-González, M.I.. Use of social media for health education and corporate communication of hospitals. *El Profesional de la Información*. 27 - 5, 2018.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 28** Corbacho-Valencia, J.M.; Dafonte-Gómez, A.; Míguez-González, M.I.. ¿Son útiles los posts de Facebook favoritos de los usuarios para generar públicos informados y activos? Estudio de caso de las organizaciones contra el cáncer de mama. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*. 8 - 15, pp. 177 - 196. 2018.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 29** Huertas, A.; Míguez-González, M.I.; Lozano-Monterrubio, N.. YouTube usage by Spanish tourist destinations as a tool to communicate their identities and brands. *Journal of Brand Management*. 24 - 3, pp. 211 - 229. 2017.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 30** Rúas-Araújo, J.; Puentes-Rivera, I.; Míguez-González, M.I.. Capacidad predictiva de Twitter, impacto electoral y actividad en las elecciones al Parlamento de Galicia: un análisis con la herramienta LIWC. *Observatorio (OBS)**. 10 - 2, 2016.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 31** Baamonde-Silva, X.; Martínez-Rolán, X.; Míguez-González, M.I.. Las ONG como agentes de transformación social. Del asistencialismo a la movilización. *OBETS: Revista de Ciencias Sociales*. 11 - 1, pp. 75 - 96. 2016.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 32** Míguez-González, M.I.; Corbacho-Valencia, J.M.; Baamonde-Silva, X.M.. Tendencias de investigación sobre relaciones públicas en revistas internacionales: el caso de *Journal of Public Relations Research* 2012-2014. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*. 6 - 12, pp. 5 - 24. 2016.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 33** Huertas, A.; Setó-Pàmies, D.; Míguez-González, M.I.. La comunicación de los destinos turísticos a través de los social media. Nuevos retos comunicativos en el desarrollo de sus potencialidades. *El profesional de la información*. 24 - 1, pp. 15 - 21. 2015.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 34** Míguez-González, M.I.; Huertas, A.. The power of photographs in the communication and public relations of tourist destinations and their brands through Facebook and Flickr. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*. 7 - 2, pp. 197 - 215. 2015.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 35** Míguez-González, M.I.; Fernández-Cavia, J.. Tourism and online communication: interactivity and social web in official destination websites. *Communication & Society*. 28 - 4, pp. 17 - 31. 2015.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 36** Míguez-González, M.I.; Baamonde-Silva, X.M.; Corbacho-Valencia, J.M.. A bibliographic study of public relations in Spanish media and communication journals, 2000-2012. *Public Relations Review*. 40 - 5, pp. 818 - 828. 2014.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 37** Corbacho-Valencia, J.M.; Míguez-González, M.I.; Valderrama-Santomé, M.. Percepción interna y externa de la imagen de la marca España: análisis de métodos de evaluación. *Sphera Publica*. 13 - 2, pp. 88 - 99. 2014.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 38** Míguez-González, M.I.. From public relations to the new concepts of communication: terminological problems. *Orbis*. 9 - 26, pp. 125 - 142. 2013.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista



- 39** Fernández-Cavia, J.; Díaz-Luque, P.; Huertas, A.; Rovira, C.; Pedraza-Jiménez, R.; Sicilia, M.; Gómez, L.; Míguez, M.I.. Marcas de destino y evaluación de sitios web: una metodología de investigación. *Revista Latina de Comunicación Social*. 68, pp. 622 - 638. 2013.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 40** Míguez-González, M.I.. Metodologías y evaluación en los títulos de grado: estudio de caso de la materia Teoría y práctica de las relaciones públicas. *Vivat Academia*. 117E, pp. 1021 - 1046. 2012.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 41** Míguez-González, M.I.. El concepto de esfera pública en el ámbito de las relaciones públicas. *Contratexto*. 19, pp. 213 - 224. 2011.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 42** Míguez González, M.I.; Baamonde Silva, X.. La evolución de las relaciones públicas hacia la dirección de comunicación: aproximación histórica en el contexto académico español. *Razón y palabra*. 75, 2011.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 43** Míguez-González, M.I.. La investigación sobre relaciones públicas en las revistas españolas de comunicación. *Icono* 14. 14 - A6, pp. 134 - 138. 2011.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 44** Míguez-González, M.I.. Websites and place branding: exploratory study on the seven cities of Galicia. *Catalan journal of communication and cultural studies*. 3 - 2, pp. 297 - 304. 2011.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 45** Míguez González, M.I.. El desarrollo teórico de las relaciones públicas: concepciones y perspectivas de estudio. *Estudios de periodismo y relaciones públicas*. 7, pp. 35 - 44. 2008.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 46** Míguez González, M.I.. Análisis del uso de los conceptos de público, stakeholder y constituent en el marco teórico de las relaciones públicas. *Zer. Estudios de comunicación*. 12 - 23, pp. 183 - 187. 2007.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 47** Míguez González, M.I.. Aproximación a la investigación y a la situación de las relaciones públicas en Europa. Estudio comparativo entre el caso español y el alemán. *Revista Latina de Comunicación Social*. 62, 2007.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 48** Míguez González, M.I.. Análisis sobre la investigación de los públicos y otros conceptos análogos en las relaciones públicas. *Razón y palabra*. 54, 2006.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 49** Míguez González, M.I.. Teoría situacional de los públicos: las nuevas aportaciones desde la década de los noventa. *Comunicación y sociedad*. 19 - 2, pp. 133 - 162. 2006.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 50** Abuín-Penas, J.; Míguez-González, M.I.. Inteligencia artificial, fútbol e influencers virtuales: análisis de la respuesta a las primeras publicaciones de @alex.laliga en Instagram. *Creatividad y comunicación: innovación en la era digital*. Fragua, 2025. ISBN 978-84-129698-2-5
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 2

- 51** Alberto Dafonte Gómez; María Isabel Míguez González. Desinformación y fact-checking en el contexto comunicativo actual. Pensar sobre la comunicación: universidad y empresa. pp. 49 - 58. Tirant Humanidades, 2024.

Tipo de producción: Capítulo de libro

Nº total de autores: 2

Resultados relevantes: Soy coautora de este capítulo, enmarcado en el proyecto FACTCHECKERS, en el que presentamos conclusiones relativas al papel de la investigación y las Universidades en relación con el problema de la desinformación y reflexionamos sobre el papel de la verificación informativa como respuesta profesional e institucional frente al fenómeno creciente de la desinformación en entornos digitales. El libro en el que se incluye este capítulo nace del Foro Complutense de Comunicación y no sólo busca reflexionar y aportar soluciones a los problemas de la sociedad actual, sino también, con una clara vocación de transferencia, tender puentes la universidad y los retos de la práctica profesional en contextos de comunicación institucional, educativa y periodística. La editorial Tirant lo Blanch, en la última edición disponible de SPI (2022), ocupaba la posición 2 de 26 en las editoriales españolas del ámbito de Comunicación, con un ICEE de 73.

- 52** María Isabel Míguez González; Teresa Piñeiro Otero. La desinformación de género como herramienta de control político y social. Comprometidos con la verdad. Propuestas para combatir la desinformación,. pp. 117 - 125. Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas, 2024.

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro

Nº total de autores: 2

Resultados relevantes: Este capítulo constituye una aportación original en el análisis del fenómeno de la desinformación desde una perspectiva de género, abordando su papel como herramienta de control político y social. La publicación se enmarca en la obra colectiva Comprometidos con la verdad, una iniciativa promovida por el Club Abierto de Editores (CLABE), y publicada por la Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas (2024). Esta obra tiene como objetivo ofrecer respuestas interdisciplinarias y prácticas al reto global de la desinformación, desde enfoques educativos, tecnológicos, legislativos y sociales. En calidad de primera autora, lideré la concepción del capítulo, la definición del marco teórico y metodológico, así como el desarrollo del análisis crítico. El texto, que conecta estudios de comunicación y estudios de género, propone una lectura fundamentada sobre cómo determinados discursos desinformativos refuerzan estereotipos de género y perpetúan dinámicas estructurales de poder, poniendo en riesgo los principios democráticos y la igualdad efectiva. Para ello, se emplea un enfoque metodológico cualitativo con base en el análisis del discurso y el estudio de casos recientes en el contexto español. Este capítulo guarda relación con la sublínea de investigación de género que desarrollo en el marco de los proyectos financiados por la Cátedra de Feminismos 4.0 DEPO-Uvigo (2024 y 2025) en los que participo. Más info del capítulo: <https://comprometidosconlaverdad.com/>

- 53** María Isabel Míguez González; Alberto Dafonte Gómez. Narrativas digitales contra la desinformación: el papel de los fact-checkers iberoamericanos. El impacto de la desinformación en el ámbito local. pp. 145 - 158. Fragua, 2024.

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro

Nº total de autores: 2

Resultados relevantes: En este capítulo, elaborado como primera autora junto a Alberto Dafonte-Gómez en el marco del proyecto FACTCHECKERS, sintetizamos el papel que desempeñan los verificadores de datos en el ecosistema mediático iberoamericano, especialmente en el contexto de la comunicación digital y las narrativas que utilizan para combatir la desinformación. El capítulo tiene un claro enfoque de transferencia del conocimiento, al ofrecer herramientas de análisis útiles tanto para investigadores como para profesionales del periodismo y de la comunicación institucional. El volumen está publicado en la editorial Fragua, que en la última edición disponible de SPI (2022) ocupaba la posición 7 de 26 en las editoriales españolas del ámbito de Comunicación, con un ICEE de 39.

- 54** María Isabel Míguez González; Juan Manuel Corbacho Valencia; Jesús Pérez Seoane. The evolution of public relations trends over the last five years according to the most relevant professional reports in the sector. Sorting Out the Chaos for Public Relations Leaders. pp. 157 - 173. Peter Lang, 2024.

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro

Nº total de autores: 3

Resultados relevantes: En este capítulo, en el que soy primera firmante, analizamos la evolución reciente de las tendencias en relaciones públicas a partir de los informes profesionales más influyentes a nivel internacional en el sector. El capítulo tiene como objetivo identificar, comparar y sistematizar las prioridades, preocupaciones y enfoques estratégicos señalados por informes como Approaching the Future, European Communication Monitor o Anuario de

la Comunicación entre otros. A través de este análisis longitudinal, evidenciamos cómo han evolucionado conceptos clave como la gestión de la reputación, la digitalización, el propósito corporativo o la diversidad e inclusión, y su impacto en el perfil competencial de los líderes en comunicación. Mi contribución al capítulo se centró en la revisión crítica del discurso profesional y en la interpretación académica de las tendencias detectadas, aportando una visión integradora entre la práctica y la investigación en relaciones públicas. Esta publicación no solo tiene valor científico, sino que ofrece un recurso útil para la formación de futuros profesionales y para la toma de decisiones estratégicas en entornos corporativos, constituyendo así un claro ejemplo de transferencia del conocimiento entre universidad y empresa. En la última edición disponible de SPI (2022), la editorial Peter Lang, en la que se publica el volumen, ocupaba la posición 8 de 24 en las editoriales extranjeras del ámbito de Comunicación, con un ICEE de 29.

- 55** María Isabel Míguez González. La actividad comunicativa de los fact-checkers iberoamericanos en Internet. Narrativas digitales contra la desinformación: verificación de datos y alfabetización en la sociedad digital. pp. 83 - 94. Comunicación Social Ediciones, 2023. ISSN 2660-4213, ISBN 978-84-17600-85-3

DOI: 10.52495/c6.emcs.19.p105

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Fuente de citas: Dialnet

Citas: 2

Resultados relevantes: Este capítulo, derivado del proyecto FACTCHECKERS, describe las estrategias de distribución de contenido que los fact-checkers iberoamericanos de la IFCN desarrollan a través de las redes sociales, atendiendo a la intencionalidad de sus publicaciones, sus temáticas, sus características formales y narrativas y su repercusión. Se publica en un volumen de Comunicación Social Ediciones, editorial especializada en ciencias sociales y con una sólida proyección en el ámbito hispanoamericano, que en el último SPI de 2022 ocupaba la posición 10 de 26 en las editoriales españolas del ámbito de Comunicación, con un ICEE de 28. Además, se ofrece en acceso abierto como una separata digital en la colección Espejo de Monografías de Comunicación Social: <https://espejodemonografias.comunicacionsocial.es/article/view/6167>

- 56** María Isabel Míguez González; Silvia García Mirón; Emma Torres Romay. La utilización de WhatsApp como herramienta de verificación y generación de contenido por parte de los fact-checkers españoles. El fenómeno de la desinformación: reflexiones, casos y propuestas. pp. 91 - 109. Dykinson, 2023. ISBN 978-84-1170-538-7

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 3

Resultados relevantes: En este capítulo, publicado en el marco del proyecto FACTCHECKERS y en el que soy primera autora, analizamos de forma empírica el papel que desempeña esta aplicación en los procesos de verificación en España, aportando datos y reflexiones sobre las prácticas profesionales de los verificadores y el uso de entornos de mensajería cerrada. Me encargué de la concepción de la idea, la redacción del marco teórico y la elaboración de las conclusiones. El capítulo se incluye en un volumen de Dykinson, que figura en la posición 8 del ranking SPI 2022 de editoriales españolas en el área de Comunicación (ICEE: 36), y cuenta con 1105 descargas en la web de la editorial, lo que evidencia un alcance significativo tanto en el ámbito académico como profesional. Disponible en: <https://www.dykinson.com/libros/el-fenomeno-de-la-desinformacion-reflexiones-casos-y-propuestas/9788411705387/>

- 57** María Isabel Míguez González. La verificación de datos como herramienta en la lucha contra la desinformación: la labor de los fact-checkers. Narrativas digitales contra la desinformación: verificación de datos y alfabetización en la sociedad digital. pp. 29 - 39. Comunicación Social Ediciones, 2023. ISSN 2660-4213, ISBN 978-84-17600-85-3

DOI: 10.52495/c2.emcs.19.p105

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Fuente de citas: Dimensions

Citas: 2

Resultados relevantes: El capítulo, derivado del proyecto FACTCHECKERS, ofrece una aproximación descriptiva a la figura de los fact-checkers o verificadores de datos, profundiza en su valor como promotores de la verdad y realiza un breve repaso histórico de su nacimiento, evolución y extensión a nivel mundial. Además, ofrece

una clasificación de estas organizaciones en función de su modo de financiación, su alcance geográfico y su alcance temático y describe su proceso de trabajo, abordando también los desafíos que estas entidades deben enfrentar en el ejercicio de su labor, como la falta de fuentes confiables, la limitación de tiempo para abordar cantidades cada vez mayores de desinformación o el desconocimiento y la desconfianza de los usuarios. Se publica en un volumen de Comunicación Social Ediciones, editorial especializada en ciencias sociales y con una sólida proyección en el ámbito hispanoamericano, que en el último SPI de 2022 ocupaba la posición 10 de 26 en las editoriales españolas del ámbito de Comunicación, con un ICEE de 28. Además, se ofrece en acceso abierto como una separata digital en la colección Espejo de Monografías de Comunicación Social: <https://espejodemonografias.comunicacionsocial.es/issue/view/541>

- 58** Alberto Dafonte Gómez; María Isabel Míguez González. Los medios de comunicación en Instagram. Reflexiones para su estudio. Periodismo, ciudadanía y política en el ámbito digital. pp. 83 - 97. Dykinson, 2023. ISBN 978-84-1170-539-4

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro

Posición de firma: 2

Nº total de autores: 2

Resultados relevantes: En este capítulo realizamos una revisión crítica y metodológica de los espacios que configuran la interacción de los usuarios con los contenidos —Feed, Stories, Explore y Reels— y analizamos el funcionamiento de los algoritmos que regulan la visibilidad de los mensajes informativos. El texto se fundamenta en un sólido marco teórico y empírico, combinando referencias internacionales con datos de herramientas como Crowdtangle, lo que permite establecer una conexión entre el diseño algorítmico y las estrategias comunicativas de los medios. Además, reflexionamos sobre las limitaciones de esta plataforma para la difusión informativa frente a otras redes como Twitter o Facebook, abordando la cuestión del engagement y los retos metodológicos para su estudio académico. El capítulo se enmarca en el proyecto FACTCHECKERS y está publicado en un volumen de la editorial Dykinson, que ocupa el puesto 8 en el ranking SPI 2022 de editoriales españolas en el área de Comunicación (ICEE: 36). El libro cumple con estándares editoriales reconocidos en el ámbito nacional y goza de una sólida difusión académica, como demuestran las 2159 descargas acumuladas en su web hasta la fecha. Disponible en: <https://www.dykinson.com/libros/periodismo-ciudadania-y-politica-en-el-escenario-digital/9788411705394/>

- 59** Martínez-Rolán, X.; Míguez-González, M.I.; García-Crespo, O.. Fact-checkers iberoamericanos en Facebook: Análisis de interacciones y comunidad en 2020. Digital Media. El papel de las redes sociales en el ecosistema educativo en tiempo de COVID-19. pp. 447 - 467. McGraw-Hill., 2021.

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro

- 60** Martínez-Rolán, X.; Piñeiro-Otero, T; Míguez-González, M.I.. La presencia del movimiento feminista en los Fact-Checkers españoles. Bulos y desinformación sobre el #8M. El progreso de la comunicación en la era de los prosumidores. pp. 277 - 299. Dikinson, 2021.

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro

- 61** Míguez-González, M.I.; Abuín-Penas, J.; Pérez-Seoane, J.. ¿Cómo utilizan los fact-checkers las redes sociales para combatir la desinformación? Análisis de la actividad de los fact-checkers iberoamericanos en instagram. El progreso de la comunicación en la era de los prosumidores. pp. 15 - 39. Dikinson, 2021.

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro

- 62** García-Mirón, S.; Míguez-González, M.I.. Presencia e información web de las principales organizaciones de cáncer de mama internacional. Comunicando en salud para la nueva ciudadanía. pp. 167 - 178. Tirant lo Blanch, 2020.

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro

- 63** Míguez-González, M.I.; Corbacho-Valencia, J.M.; Dafonte-Gómez, A.. Comunicación en Facebook durante el mes del lazo rosa: el caso de la Asociación Española Contra el Cáncer. Oportunidades en la estrategia de Relaciones Públicas. pp. 37 - 72. Tirant Humanidades, 2018.

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro



- 64** Míguez-González, M.I.; Puentes-Rivera, I.; Dafonte-Gómez, A.. Academic Social Networks and Communication Researchers from Universities in the North of Portugal: An Analysis of Academia. edu and ResearchGate. Media and Metamedia Management. pp. 405 - 411. Springer International Publishing, 2017.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 65** Míguez-González, M.I.. Campañas de sensibilización sobre el cáncer: ¿es posible generar repercusión sin caer en la polémica?. Oncología integrativa (II): Integrando otras miradas en el proceso de atención a pacientes oncológicos. pp. 246 - 255. Bolanda, 2017.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 66** Huertas, A.; Míguez-González, M.I.. Flickr: el poder de las fotografías. La comunicación de los destinos turísticos y sus marcas a través de los medios sociales. pp. 39 - 45. Universitat Rovira i Virgili, 2016.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 67** Setó, D.; Míguez-González, M.I.; Huertas, A.. Twitter: el microblog. La comunicación de los destinos turísticos y sus marcas a través de los medios sociales. pp. 25 - 29. Universitat Rovira i Virgili, 2016.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 68** Míguez-González, M.I.; Lozano, N.; Huertas, A.. Youtube: la compartición de vídeos. La comunicación de los destinos turísticos y sus marcas a través de los medios sociales. pp. 30 - 38. Universitat Rovira i Virgili, 2016.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 69** Míguez-González, M.I.. Algunas cuestiones terminológicas en torno a la comunicación corporativa. Historia de la comunicación corporativa en Cataluña. pp. 21 - 74. UOC Ediciones, 2015.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 70** Corbacho Valencia, J.M.; Míguez González, M.I.; Pérez Seoane, J.. La marca España evaluada dos años después: reflexiones sobre la importancia de gestionar la marca país a nivel interno y externo. Nuevas culturas y sus nuevas lecturas. pp. 131 - 142. McGraw Hill, 2014.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 71** Míguez González, M.I.; Rías Araújo, X.. As relacións públicas en Galicia: estado da comunicación empresarial e institucional. A comunicación en Galicia 2013. pp. 187 - 201. Consello da Cultura Galega, 2013.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 72** Baamonde, X.; Míguez, M.I.. La web 2.0 y las redes sociales en las instituciones europeas. Comunicación, política y redes en Europa. pp. 151 - 167. Media XXI, 2013.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 73** Míguez González, M.I.. Experiencia de adaptación de una materia al EEES: teoría y práctica de las relaciones públicas. El espacio europeo de educación superior y la educación por competencias. pp. 15 - 20. Educación Editora, 2012.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 74** Míguez González, M.I.. Relaciones públicas 2.0 en el sector turístico: análisis de caso del Patronato de Turismo Rías Baixas. La innovación en las relaciones públicas. pp. 479 - 492. Trípodos, 2012.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 75** Míguez-González, M.I.. Estrategias y técnicas de relaciones públicas en la industria turística del siglo XXI. De la información a la persuasión, de la promoción a la emoción. pp. 253 - 262. Documenta Universitaria, 2011.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro



- 76** Míguez-González, M.I.. La adaptación del estudio de las relaciones públicas al EEES: sistema aplicado de docencia para una materia de grado. El reto del EEES en docencia e investigación en el área de los medios sociales. pp. 103 - 121. Visión Libros, 2011.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 77** Míguez González, M.I.. Estudio de caso sobre la práctica de las relaciones públicas en el sector universitario: análisis comparado de dos modelos. Las relaciones públicas en la sociedad del conocimiento. pp. 220 - 234. AIRP, 2010.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 78** Míguez González, M.I.. La consideración de los públicos en las webs corporativas de las universidades españolas. La gestión de las relaciones con los públicos. pp. 205 - 217. AIRP, 2010.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 79** Míguez González, M.I.. La identidad y los valores sociales en las webs corporativas. La comunicación: memoria, historia y modelos,. pp. 142 - 149. Edipo, 2009.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 80** Martí, D.; Corbacho, J.M.; Valderrama, M.; Míguez, M.I.. As aplicacións da comunicación no mundo universitario. Comunicación e universidade. pp. 103 - 118. Consello Social da Universidade de Vigo, 2008.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 81** Míguez González, M.I.. El concepto de 'público' en las relaciones públicas: críticas a la visión tradicional de los públicos y tendencias actuales. Tendencias actuales en las relaciones públicas,. pp. 137 - 154. AIRP, 2007.
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
- 82** Andrea Oliveira; María Isabel Míguez González; Ferran Lalueza. Priorities for Public Relations Leaders. Peter Lang, 2024. ISBN 9783631916803
DOI: 10.3726/b22165
Tipo de producción: Libro o monografía científica **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 2 **Grado de contribución:** Editor/a o coeditor/a
Nº total de autores: 3
Resultados relevantes: Mi participación como coordinadora en esta obra se centra en la coordinación académica y editorial internacional junto a los profesores Oliveira (Universidad de Málaga) y Lalueza (Universitat Oberta de Catalunya). El libro está publicado por Peter Lang Publishing Group, que ocupa la séptima posición en el ranking SPI 2022 de editoriales extranjeras en el área de Ciencias Sociales y Humanidades. El volumen constituye una aportación crítica al campo de la comunicación estratégica, con especial atención a los desafíos que enfrentan los líderes de relaciones públicas en un entorno caracterizado por la diversidad cultural, la transformación digital, la fragmentación mediática y la creciente complejidad en la gobernanza de las organizaciones. En mi labor como coeditora, participé activamente en el diseño conceptual del volumen y la definición de su estructura temática, la coordinación del proceso de revisión por pares de los capítulos (doble ciego) y la comunicación con la editorial y los autores/as, además de participar como coautora en el capítulo de presentación. La obra, por su temática y orientación, contribuye a la transferencia de conocimiento hacia el ámbito profesional, siendo de interés tanto para investigadores/as como para directivos/as de comunicación en el sector público y privado. <https://www.peterlang.com/document/1511604>
- 83** María Isabel Míguez González; Alberto Dafonte Gómez. Comunicación digital en la era de la inteligencia artificial. Dykinson, 2024.
Tipo de producción: Libro o monografía científica
Grado de contribución: Editor/a o coeditor/a
Nº total de autores: 2

- 84** Alberto Dafonte Gómez; María Isabel Míguez González. El fenómeno de la desinformación: reflexiones, casos y propuestas. Dykinson, 2023.

Tipo de producción: Libro o monografía científica

Posición de firma: 2

Grado de contribución: Editor/a o coeditor/a

Nº total de autores: 2

Resultados relevantes: He desempeñado un doble papel en esta obra colectiva: coordinadora académica, junto con el profesor Dafonte-Gómez, y autora de un capítulo de investigación. El libro ofrece un enfoque transversal sobre las múltiples dimensiones del fenómeno desinformativo, combinando aportaciones teóricas con estudios de caso. Publicado por la editorial Dykinson, que figura en la posición 8 del ranking SPI 2022 de editoriales españolas en el área de Comunicación (ICEE: 36), el volumen cuenta con 1098 descargas en la web de la editorial, lo que evidencia un alcance significativo tanto en el ámbito académico como profesional. En el capítulo “La utilización de WhatsApp como herramienta de verificación y generación de contenido por parte de los fact-checkers españoles”, en el que soy primera autora acompañada por Torres Romay y García Mirón, analizamos de forma empírica el papel que desempeña esta aplicación en los procesos de verificación en España, aportando datos y reflexiones sobre las prácticas profesionales de los verificadores y el uso de entornos de mensajería cerrada.

- 85** María Isabel Míguez González; Alberto Dafonte Gómez. Narrativas digitales contra la desinformación: verificación de datos y alfabetización en la sociedad digital. Comunicación Social Ediciones, 2023. ISBN 978-84-17600-85-3

Tipo de producción: Libro o monografía científica

Tipo de soporte: Libro

Posición de firma: 1

Grado de contribución: Editor/a o coeditor/a

Nº total de autores: 2

Resultados relevantes: Esta obra colectiva, de la que fui coordinadora y autora única de dos capítulos, se enmarca en el proyecto FACTCHECKERS. Compuesto por 15 capítulos, el volumen aborda el fenómeno de la desinformación desde múltiples enfoques. Mi papel como coordinadora incluyó la dirección científica y editorial del volumen, así como la revisión y edición de contenidos. Esta coordinación ha supuesto articular un equipo de investigadores de varias universidades, garantizando la coherencia metodológica y discursiva de la publicación. En cuanto a los dos capítulos, abordan la verificación de datos como herramienta en la lucha contra la desinformación y la comunicación de los fact-checkers en plataformas digitales. La obra se ha concebido con vocación de impacto social, al incorporar propuestas aplicables tanto en el ámbito académico como en la práctica educativa, profesional y ciudadana. Destaca su aportación al fortalecimiento de la cultura crítica en la sociedad digital, en línea con las recomendaciones de la UNESCO o la Comisión Europea respecto a la alfabetización mediática. En la última edición disponible de SPI (2022), la editorial Comunicación Social, especializada en ciencias sociales y con una sólida proyección en el ámbito hispanoamericano, ocupaba la posición 10 de 26 en las editoriales españolas del ámbito de Comunicación, con un ICEE de 28. Disponible también en acceso abierto con separatas digitales. <https://espejodemonografias.comunicacionsocial.es/issue/view/541>

- 86** María Isabel Míguez González; Alberto Dafonte Gómez. Periodismo, ciudadanía y política en el ámbito digital. Dykinson, 2023. ISBN 978-84-1170-539-4

Tipo de producción: Libro o monografía científica

Tipo de soporte: Libro

Posición de firma: 1

Grado de contribución: Editor/a o coeditor/a

Nº total de autores: 2

Resultados relevantes: Este volumen colectivo, que coordiné junto con el profesor Dafonte-Gómez, presenta un análisis de los desafíos contemporáneos de la comunicación en entornos digitales desde una perspectiva académica multidisciplinar. Publicado por la editorial Dykinson, que ocupa el puesto 8 en el ranking SPI 2022 de editoriales españolas en el área de Comunicación (ICEE: 36), el libro cumple con estándares editoriales reconocidos en el ámbito nacional y goza de una sólida difusión académica, como demuestran las 2159 descargas acumuladas en su web hasta la fecha. En mi papel como coordinadora, asumí la supervisión científica de la obra, la estructuración temática en cinco bloques, así como la revisión de todos los capítulos desde una perspectiva metodológica y editorial, garantizando su calidad científica y su alineación con los objetivos del volumen. Además, participé como coautora en uno de los capítulos, aportando un análisis sobre los medios de comunicación en Instagram. Disponible en: <https://www.dykinson.com/libros/periodismo-ciudadania-y-politica-en-el-escenario-digital/9788411705394/>

- 87** Alberto Dafonte Gómez; María Isabel Míguez González. Retos en la era de la desinformación. Libro de resúmenes del I Congreso Internacional Comunicación en la Sociedad Digital. Egregius, 2023.

Tipo de producción: Libro o monografía científica

Tipo de soporte: Libro



Posición de firma: 2

Grado de contribución: Editor/a o coeditor/a

Trabajos presentados en congresos nacionales o internacionales

- 1** **Título del trabajo:** Influencers virtuales: beneficios y desafíos para las marcas en la era digital
Nombre del congreso: DIGIT-ALL. II Congreso Internacional de Nuevas Narrativas en la Sociedad Digital
Ciudad de celebración: Madrid,
Fecha de celebración: 14/11/2024
Fecha de finalización: 15/11/2024
Entidad organizadora: Universidad Nebrija
Corbacho-Valencia. J.M.; Míguez González, M.I.; Pérez Seoane, J.
- 2** **Título del trabajo:** Fútbol e influencers virtuales: análisis de las primeras reacciones a Álex, el avatar digital de LaLiga
Nombre del congreso: CREA. I Congreso Internacional de Creatividad
Ciudad de celebración: Pontevedra, España
Fecha de celebración: 04/11/2024
Fecha de finalización: 05/11/2024
Entidad organizadora: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Abuín-Penas, J.; Míguez-González, M.I.
- 3** **Título del trabajo:** ChatGPT en la enseñanza universitaria: experiencia práctica en procesos publicitarios
Nombre del congreso: I Congreso Internacional de Comunicación, Cultura e Inteligencia Artificial. Comunicación Posthumana
Fecha de celebración: 19/09/2024
Fecha de finalización: 20/09/2024
Entidad organizadora: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Universidad
Dafonte-Gómez, A.; Míguez-González, M.I.; Baamonde-Silva, X.M.
- 4** **Título del trabajo:** El alumnado de Publicidad y Relaciones Públicas frente a la IA: usos y percepciones
Nombre del congreso: I Congreso Internacional de Comunicación, Cultura e Inteligencia Artificial. Comunicación Posthumana
Fecha de celebración: 19/09/2024
Fecha de finalización: 20/09/2024
Entidad organizadora: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Universidad
Míguez-González, M.I.; Dafonte-Gómez, A.; Ramahí-García, D.
- 5** **Título del trabajo:** Integrante comité científico y organizador
Nombre del congreso: II Congreso Internacional Comunicación en la Sociedad Digital. Comunicación, desinformación e inteligencia artificial
Tipo evento: Congreso
Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador
Fecha de celebración: 20/06/2024
Fecha de finalización: 21/06/2024
Entidad organizadora: SEPCOM **Tipo de entidad:** Grupo de investigación
- 6** **Título del trabajo:** Integrante del Comité Científico
Nombre del congreso: XVIII Congreso Internacional Investigación en Relaciones Públicas: Las Relaciones Públicas en el mundo de la desinformación
Tipo evento: Congreso



Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador
Ciudad de celebración: Ourense, España
Fecha de celebración: 12/06/2024
Fecha de finalización: 14/06/2024
Entidad organizadora: AIRP y Universidade de Vigo

7 Título del trabajo: La organización de eventos tiene premio (propio): análisis de la primera edición de los A EVE AWARDS y su repercusión para el sector

Nombre del congreso: XVIII Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas: Las Relaciones Públicas en el mundo de la desinformación

Fecha de celebración: 12/06/2024

Fecha de finalización: 14/07/2024

Entidad organizadora: Asociación de Investigadores **Tipo de entidad:** Asociaciones y Agrupaciones en Relaciones Públicas

Corbacho-Valencia, J.M.; Míguez-González, M.I.; Pérez-Seoane, J.

8 Título del trabajo: Integrante del comité evaluador

Nombre del congreso: CUICID 2023 (Congreso Universitario Internacional sobre la comunicación en la profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia).

Tipo evento: Congreso

Tipo de participación: Organizativo - Otros

Ciudad de celebración: Madrid,

Fecha de celebración: 04/10/2023

Fecha de finalización: 06/10/2023

Entidad organizadora: Universidad Complutense de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

9 Título del trabajo: Narrativas digitales contra la desinformación. Estudio de redes, temas y formatos en los fact-checkers iberoamericanos

Nombre del congreso: I International Workshop Disinformation Research

Ciudad de celebración: Málaga,

Fecha de celebración: 04/07/2023

Fecha de finalización: 05/07/2023

Entidad organizadora: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Universidad
Dafonte-Gómez, A.; Míguez-González, M.I.

10 Título del trabajo: Estudio de casos sobre la utilización de WhatsApp por parte de los fact-checkers españoles: una experiencia de usuario

Nombre del congreso: I Congreso Internacional Comunicación en la Sociedad Digital. Retos en la era de la desinformación

Tipo evento: Congreso

Fecha de celebración: 28/06/2023

Fecha de finalización: 29/06/2023

Entidad organizadora: SEPCOM **Tipo de entidad:** Grupo de investigación

Míguez-González, M.I.; García-Mirón, S.; Torres-Romay, E. "Estudio de casos sobre la utilización de WhatsApp por parte de los fact-checkers españoles: una experiencia de usuario". En: Retos en la era de la desinformación. Libro de resúmenes del I Congreso Internacional Comunicación en la Sociedad Digital. pp. 17 - 18. 2023.

11 Título del trabajo: Fact-checking en Instagram: limitaciones para su estudio

Nombre del congreso: I Congreso Internacional Comunicación en la Sociedad Digital. Retos en la era de la desinformación



Tipo evento: Congreso

Fecha de celebración: 28/06/2023

Fecha de finalización: 29/06/2023

Entidad organizadora: SEPCOM

Tipo de entidad: Grupo de investigación

Dafonte-Gómez, A.; Míguez-González, M.I. "Fact-checking en Instagram: limitaciones para su estudio". En: Retos en la era de la desinformación. Libro de resúmenes del I Congreso Internacional Comunicación en la Sociedad Digital. pp. 141 - 142. 2023.

12 Título del trabajo: Integrante del comité científico y organizador

Nombre del congreso: I Congreso Internacional Comunicación en la Sociedad Digital. Retos en la era de la desinformación

Tipo evento: Congreso

Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador

Fecha de celebración: 28/06/2023

Fecha de finalización: 29/06/2023

Entidad organizadora: SEPCOM

Tipo de entidad: Grupo de investigación

"Fact-checking en Instagram: limitaciones para su estudio". En: Retos en la era de la desinformación. Libro de resúmenes del I Congreso Internacional Comunicación en la Sociedad Digital. pp. 141 - 142. 2023.

13 Título del trabajo: Integrante del comité científico

Nombre del congreso: XVII Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas: Relaciones Institucionales y con la Comunidad, Comunicación de la Responsabilidad Social y Activismo

Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador

Ciudad de celebración: Bilbao, España

Fecha de celebración: 28/06/2023

Fecha de finalización: 30/06/2023

Entidad organizadora: AIRP y Universidad del País Vasco

14 Título del trabajo: ¡Cómo hemos cambiado! (o no): evolución de las tendencias en relaciones públicas en el último lustro según los informes profesionales más relevantes del sector

Nombre del congreso: XVII Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas: Relaciones Institucionales y con la Comunidad, Comunicación de la Responsabilidad Social y Activismo

Ciudad de celebración: Bilbao, España

Fecha de celebración: 28/06/2023

Fecha de finalización: 30/06/2023

Entidad organizadora: AIRP y Universidad del País Vasco

Míguez-González, M.I.; Corbacho-Valencia, J.M.; Pérez-Seoane, J.

15 Título del trabajo: La labor de verificación de los fact-checkers iberoamericanos en Facebook: análisis de las temáticas de la desinformación

Nombre del congreso: VIII Congreso Internacional de la AE-IC. Comunicación y ciudad conectada

Ciudad de celebración: Barcelona, España

Fecha de celebración: 28/06/2022

Fecha de finalización: 01/07/2022

Entidad organizadora: AE-IC y UAB

Míguez-González, M.I.; Dafonte-Gómez, A. "La labor de verificación de los fact-checkers iberoamericanos en Facebook: análisis de las temáticas de la desinformación". En: Libro de Comunicaciones VIII Congreso Internacional de la AE-IC 'Comunicación y Ciudad Conectada. pp. 2053 - 2072. AEIC, 2022.



- 16 Título del trabajo:** Integrante del comité científico
Nombre del congreso: XVI Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas: disciplina académica y realidad profesional en el escenario internacional
Tipo evento: Congreso
Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador
Ciudad de celebración: Jerez de la Frontera,
Fecha de celebración: 25/05/2022
Fecha de finalización: 27/05/2022
Entidad organizadora: Asociación de Investigadores **Tipo de entidad:** Asociaciones y Agrupaciones en Relaciones Públicas
- 17 Título del trabajo:** Integrante del comité científico y organizador
Nombre del congreso: XV Congreso Internacional de Relaciones Públicas
Tipo evento: Congreso
Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador
Ciudad de celebración: Illa de Ons, Galicia, España
Fecha de celebración: 30/06/2021
Fecha de finalización: 02/07/2021
Entidad organizadora: AIRP **Tipo de entidad:** Asociaciones y Agrupaciones
"Pendiente de publicación".
- 18 Título del trabajo:** Radiografía de las agencias de comunicación y relaciones públicas en España. Estructuras, cambios y retos
Nombre del congreso: XV Congreso Internacional de Relaciones Públicas
Ciudad de celebración: Illa de Ons, Galicia, España
Fecha de celebración: 30/06/2021
Fecha de finalización: 02/07/2021
Entidad organizadora: AIRP **Tipo de entidad:** Asociaciones y Agrupaciones
Míguez-González, M.I.; Costa-Sánchez, C."Pendiente de publicación".
- 19 Título del trabajo:** La presencia del movimiento feminista en los fact-checkers españoles. Bulos y desinformación sobre el #8m
Nombre del congreso: VI Congreso Internacional Comunicación y pensamiento. La revolución de los prosumers: youtubers e instagramers.
Tipo evento: Congreso
Ciudad de celebración: Virtual,
Fecha de celebración: 28/04/2021
Fecha de finalización: 30/04/2021
Entidad organizadora: Grupo Comunicar
Forma de contribución: Capítulo de libro
Martínez-Rolán, X.; Piñeiro-Otero, T.; Míguez-González, M.I."La presencia del movimiento feminista en los fact-checkers españoles. Bulos y desinformación sobre el #8m". En: El progreso de la comunicación en la era de los prosumidores. pp. 277 - 299. Dykinson, 2021.
- 20 Título del trabajo:** ¿ Cómo utilizan los fact-checkers las redes sociales para combatir la desinformación? análisis de la actividad de los fact-checkers iberoamericanos en instagram
Nombre del congreso: VI Congreso Internacional Comunicación y pensamiento. La revolución de los prosumers: youtubers e instagramers.
Tipo evento: Congreso
Ciudad de celebración: Virtual,
Fecha de celebración: 28/04/2021
Fecha de finalización: 30/04/2021



Entidad organizadora: Grupo Comunicar

Forma de contribución: Capítulo de libro

Míguez-González, M.I.; Abuín-Penas, J.; Pérez-Seoane, J."¿ Cómo utilizan los fact-checkers las redes sociales para combatir la desinformación? análisis de la actividad de los fact-checkers iberoamericanos en instagram". En: El progreso de la comunicación en la era de los prosumidores. pp. 15 - 39. Dykinson, 2021.

21 Título del trabajo: Factcheckers iberoamericanos en facebook: análisis de interacciones y comunidad en 2020

Nombre del congreso: II Congreso Internacional Comunicación y Redes Sociales en la Sociedad de la Información (COMRED)

Ciudad de celebración: Virtual,

Fecha de celebración: 31/03/2021

Fecha de finalización: 01/04/2021

Entidad organizadora: Universidade Autónoma de Lisboa

Forma de contribución: Capítulo de libro

Martínez-Rolán, X.; Míguez-González, M.I.; García-Crespo, O."Fact-checkers iberoamericanos en Facebook: Análisis de interacciones y comunidad en 2020". En: Digital Media. El papel de las redes sociales en el ecosistema educomunicativo en tiempo de COVID-19. McGraw-Hill, 2021.

22 Título del trabajo: Presencia e información web de las principales organizaciones de cáncer de mama internacional

Nombre del congreso: CUICID 2020

Fecha de celebración: 07/10/2020

Fecha de finalización: 08/10/2020

Entidad organizadora: Forum XXI

García-Mirón, S.; Míguez-González, M.I."Presencia e información web de las principales organizaciones de cáncer de mama internacional". En: Comunicando en salud para la nueva ciudadanía. pp. 167 - 178. Tirant lo Blanch, 2020.

23 Título del trabajo: Mesa plenaria: Turismo(s) e cultura(s)

Nombre del congreso: XI Congresso da SOPCOM

Tipo evento: Congreso

Tipo de participación: Participativo - Ponencia invitada / Keynote

Ciudad de celebración: Funchal, Região Autónoma da Madeira, Portugal

Fecha de celebración: 13/11/2019

Fecha de finalización: 15/11/2019

Entidad organizadora: SOPCOM

Míguez-González, M.I."Sin publicación".

24 Título del trabajo: Spanish Winter Olympic athlete's communication on Instagram

Nombre del congreso: 15th Convention and Workshop of the International Network of Sport and Health Science. Gran Canaria Sport Science Week.

Fecha de celebración: 05/06/2019

Fecha de finalización: 08/06/2019

Entidad organizadora: International Network of Sport and Health Science

Abuín-Penas, J.; Martínez-Patiño, M.J.; Míguez-González, M.I."Spanish Winter Olympic athlete's communication on Instagram". En: Journal of Human Sport and Exercise. 14 - 4, pp. 780 - 791. 2019.

25 Título del trabajo: Integrante del comité científico

Nombre del congreso: XV Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas: Relaciones Públicas Avanzadas



Tipo evento: Congreso
Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador
Ciudad de celebración: Ponta Delgada, Região Autónoma dos Açores, Portugal
Fecha de celebración: 22/04/2019
Fecha de finalización: 24/04/2019
Entidad organizadora: AIRP
"Sin publicación".

- 26** **Título del trabajo:** De Marca España a Global. Evaluación de la gestión corporativa de la marca país de España desde el punto de vista de las relaciones públicas
Nombre del congreso: XV Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas: Relaciones Públicas Avanzadas
Ciudad de celebración: Ponta Delgada, Região Autónoma dos Açores, Portugal
Fecha de celebración: 22/04/2019
Fecha de finalización: 24/04/2019
Entidad organizadora: AIRP
Corbacho-Valencia, J.M.; Míguez-González, M.I."Sin publicación".
- 27** **Título del trabajo:** La gestión de la comunicación corporativa en el sector público y privado
Nombre del congreso: XV Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas: Relaciones Públicas Avanzadas
Ciudad de celebración: Ponta Delgada, Região Autónoma dos Açores, Portugal
Fecha de celebración: 22/04/2019
Fecha de finalización: 24/04/2019
Entidad organizadora: AIRP
Costa-Sánchez, C.; Túniz-López, M.; Míguez-González, M.I."Sin publicación".
- 28** **Título del trabajo:** La utilización de instagram como herramientas de relaciones públicas en el ámbito deportivo: análisis cuantitativo de las cuentas de instagram de los Premios Nacionales del Deporte
Nombre del congreso: XV Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas: Relaciones Públicas Avanzadas
Ciudad de celebración: Ponta Delgada, Região Autónoma dos Açores, Portugal
Fecha de celebración: 22/04/2019
Fecha de finalización: 24/04/2019
Entidad organizadora: AIRP
Abuín-Penas, J.; Míguez-González, M.I."Sin publicación".
- 29** **Título del trabajo:** Coordinadora del comité científico
Nombre del congreso: XIV Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas: Relaciones Públicas: análisis e influencia 4.0
Tipo evento: Congreso
Tipo de participación: Organizativo - Presidente Comité
Ciudad de celebración: Girona, España
Fecha de celebración: 11/04/2018
Fecha de finalización: 13/04/2018
Entidad organizadora: AIRP
"Sin publicación".
- 30** **Título del trabajo:** Perfiles profesionales en comunicación corporativa. Los responsables de los departamentos de comunicación de las organizaciones gallegas
Nombre del congreso: XIV Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas: Relaciones Públicas: análisis e influencia 4.0



Ciudad de celebración: Girona, España

Fecha de celebración: 11/04/2018

Fecha de finalización: 13/04/2018

Entidad organizadora: AIRP

Costa-Sánchez, C.; Túnuez-López, M.; Míguez-González, M.I."Sin publicación".

- 31 Título del trabajo:** ¿Son útiles los posts de Facebook favoritos de los usuarios para generar públicos informados y activos? Estudio de caso de las organizaciones contra el cáncer de mama
- Nombre del congreso:** XIV Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas: Relaciones Públicas: análisis e influencia 4.0
- Ciudad de celebración:** Girona, España
- Fecha de celebración:** 11/04/2018
- Fecha de finalización:** 13/04/2018
- Entidad organizadora:** AIRP
- Corbacho-Valencia, J.M.; Míguez-González, M.I.; Dafonte-Gómez, A."¿Son útiles los posts de Facebook favoritos de los usuarios para generar públicos informados y activos? Estudio de caso de las organizaciones contra el cáncer de mama". En: Revista Internacional de Relaciones Públicas. 8 - 15, pp. 177 - 196. 2018.
- 32 Título del trabajo:** Las aplicaciones para móvil en el ámbito de la mHealth: estudio exploratorio de las aportaciones académicas desde el ámbito de la Comunicación
- Nombre del congreso:** XIX Foro de Investigación en Comunicación: La gestión de los contenidos en comunicación
- Tipo evento:** Congreso
- Ciudad de celebración:** Salamanca,
- Fecha de celebración:** 08/02/2018
- Fecha de finalización:** 09/02/2018
- Entidad organizadora:** Foro Complutense
- Míguez-González, M.I.; Dafonte-Gómez, A.; Corbacho-Valencia, J.M."Las aplicaciones para móvil en el ámbito de la mHealth: estudio exploratorio de las aportaciones académicas desde el ámbito de la Comunicación". En: La gestión de los contenidos en comunicación. pp. 239 - 247. ESIC, 2018.
- 33 Título del trabajo:** Integrante del comité científico
- Nombre del congreso:** XII Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas "RRPP: Retos y oportunidades para la estrategia"
- Tipo evento:** Congreso
- Tipo de participación:** Organizativo - Comité científico y organizador
- Ciudad de celebración:** Pontevedra, España
- Fecha de celebración:** 03/05/2017
- Fecha de finalización:** 05/05/2017
- Entidad organizadora:** AIRP
- "Sin publicación".
- 34 Título del trabajo:** Estrategias de comunicación online de las asociaciones contra el cáncer en el mes del lazo rosa: estudio de caso de la página de Facebook de la AECC
- Nombre del congreso:** XII Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas "RRPP: Retos y oportunidades para la estrategia"
- Ciudad de celebración:** Pontevedra, España
- Fecha de celebración:** 03/05/2017
- Fecha de finalización:** 05/05/2017
- Entidad organizadora:** AIRP
- Míguez-González, M.I.; Dafonte Gómez, A.; Corbacho Valencia, J.M."Sin publicación".



- 35 Título del trabajo:** ¿Cómo utilizan los destinos las imágenes y los vídeos a través de los medios sociales para comunicar el paisaje y su identidad?
Nombre del congreso: I Congreso "Paisaje, turismo e innovación"
Ciudad de celebración: Valencia, España
Fecha de celebración: 14/11/2016
Fecha de finalización: 14/11/2016
Entidad organizadora: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad
Huertas Roig, A.; Míguez-González, M.I.; Paniagua Rojano, F. "Actas del I Congreso "Paisaje, turismo e innovación"". pp. 199 - 214. 2017.
- 36 Título del trabajo:** Análisis de Youtube y los vídeos promocionales en la comunicación de los destinos turísticos desde una perspectiva de relaciones públicas
Nombre del congreso: XI Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas: "Las relaciones públicas en una sociedad conectada"
Ciudad de celebración: Valencia,
Fecha de celebración: 27/04/2016
Fecha de finalización: 29/04/2016
Entidad organizadora: AIRP (Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas) **Tipo de entidad:** Asociaciones y Agrupaciones
Míguez-González, M.I.; Huertas, A. "Sin publicación".
- 37 Título del trabajo:** Redes sociales académicas: presencia en Academia.edu y ResearchGate de los investigadores en comunicación del norte de Portugal
Nombre del congreso: I Simposio Internacional sobre Gestión de la Comunicación: de los medios a los metamedios
Ciudad de celebración: Pontevedra,
Fecha de celebración: 27/11/2015
Fecha de finalización: 28/11/2015
Entidad organizadora: Xescom
Dafonte-Gómez, A.; Puentes-Rivera, I.; Míguez-González, M.I. "Redes sociales académicas: presencia en Academia.edu y ResearchGate de los investigadores en comunicación del norte de Portugal". En: Libro de Actas. De los medios a los metamedios de comunicación. USC, 2015.
- 38 Título del trabajo:** Academic social networks: Presence and activity in Academia. edu and ResearchGate of communication researchers of the Galician universities
Nombre del congreso: 10th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)
Ciudad de celebración: Aveiro, Portugal
Fecha de celebración: 17/06/2015
Fecha de finalización: 20/06/2015
Entidad organizadora: Universidade de Aveiro **Tipo de entidad:** Universidad
Dafonte-Gómez, A.; Míguez-González, M.I.; Puentes Rivera, I. "Academic social networks: Presence and activity in Academia. edu and ResearchGate of communication researchers of the Galician universities". En: 015 10th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI). pp. 1233 - 1238. 2015.
- 39 Título del trabajo:** El poder de las imágenes en la comunicación y las relaciones públicas de los destinos turísticos y sus marcas a través de los medios sociales
Nombre del congreso: X Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas 2015
Ciudad de celebración: Tarragona,
Fecha de celebración: 16/04/2015
Fecha de finalización: 17/04/2015
Entidad organizadora: Universitat Rovira i Virgili **Tipo de entidad:** Universidad
Huertas, S.; Míguez, M.I. "Sin publicación".



- 40** **Título del trabajo:** ¿Utilizan los destinos turísticos los medios sociales para crear diálogo con sus públicos? Estudio de los top post de Facebook y Twitter de los destinos turísticos españoles
Nombre del congreso: Turitec 2014, X Congreso Turismo y Tecnologías de la información y las comunicaciones
Ciudad de celebración: Málaga,
Fecha de celebración: 23/10/2014
Fecha de finalización: 24/10/2014
Entidad organizadora: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Universidad
Míguez, M.I.; Mariné, E.; Huertas, A."¿Utilizan los destinos turísticos los medios sociales para crear diálogo con sus públicos? Estudio de los top post de Facebook y Twitter de los destinos turísticos españoles". En: X Congreso de Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones TURITEC 2014. pp. 108 - 121. Málaga: Facultad de Turismo, 2014.
- 41** **Título del trabajo:** La importancia de la marca país. Dos años de marca España: estudio de impacto en los medios impresos españoles
Nombre del congreso: CUICID 2014
Ciudad de celebración: Madrid,
Fecha de celebración: 22/10/2014
Fecha de finalización: 23/10/2014
Entidad organizadora: FUNDACION GENERAL DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
Corbacho Valencia, J.M.; Míguez González, M.I.; Pérez Seoane, J."La importancia de la marca país. Dos años de marca España: estudio de impacto en los medios impresos españoles". En: Libro de actas del Congreso CUICID 2014. 2014.
- 42** **Título del trabajo:** Integrante del comité científico
Nombre del congreso: IX Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas 2014
Tipo evento: Congreso
Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador
Ciudad de celebración: Alicante,
Fecha de celebración: 08/05/2014
Fecha de finalización: 09/05/2014
Entidad organizadora: Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad
Corbacho, J.M.; Míguez, M.I.; Valderrama, M."Sin publicación".
- 43** **Título del trabajo:** La actividad en Twitter de los partidos políticos en las elecciones gallegas
Nombre del congreso: XIII Congreso Internacional IBERCOM: Comunicación, culturas e esferas de poder
Ciudad de celebración: Santiago de Compostela,
Fecha de celebración: 29/05/2013
Fecha de finalización: 31/05/2013
Entidad organizadora: Universidade de Santiago de **Tipo de entidad:** Universidad
Compostela
Míguez González, M.I.; Fernández Cabana, M.; Alves Pérez, M.T."La actividad en Twitter de los partidos políticos en las elecciones gallegas". En: Libro de Actas. XIII Congreso Internacional Ibercom. pp. 3505 - 3521. Asslbercom, Agacom, 2013.
- 44** **Título del trabajo:** Panorámica de la investigación reciente sobre relaciones públicas en las revistas españolas de comunicación (2008-2010)
Nombre del congreso: VI Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas
Ciudad de celebración: Pontevedra,
Fecha de celebración: 05/05/2011
Fecha de finalización: 06/05/2011



Entidad organizadora: Asociación de Investigadores **Tipo de entidad:** Asociaciones y Agrupaciones en Relaciones Públicas

Míguez González, M.I. "La investigación sobre relaciones públicas en las revistas españolas de comunicación". En: Icono 14. A6, pp. 134 - 138. 2011.

- 45 Título del trabajo:** Propuesta de diseño de una plantilla multidisciplinar para el análisis y evaluación de webs de destinos turísticos
Nombre del congreso: VIII Congreso Nacional Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones TURITEC 2010
Ciudad de celebración: Málaga,
Fecha de celebración: 14/10/2010
Fecha de finalización: 15/10/2010
Entidad organizadora: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Universidad
Fernández Cavia, J.; Díaz Luque, P.; Huertas, A.; Rovira, C.; San Eugenio, J.; Gómez, L.; Míguez, M.; Sicilia, M.; Gascó, M.; Pedraza, R.; Martín Barbero, S.; Bonilla, S.; Torres, T.; Lozano, N.; Villaescusa, E. "Propuesta de diseño de una plantilla multidisciplinar para el análisis y evaluación de webs de destinos turísticos". En: Libro de actas TURITEC 2010. Universidad de Málaga, 2010.
- 46 Título del trabajo:** From Public Relations to Communication Management: historical revision of Public Relations and fundamentals of a new discipline
Nombre del congreso: The First International History of Public Relations Conference
Ciudad de celebración: Bournemouth, Reino Unido
Fecha de celebración: 08/07/2010
Fecha de finalización: 09/07/2010
Entidad organizadora: Bournemouth University **Tipo de entidad:** Universidad
Míguez González, M.I. "From Public Relations to Communication Management: historical revision of Public Relations and fundamentals of a new discipline". En: The proceedings of the First International History of Public Relations Conference. pp. 125 - 136. 2010.
- 47 Título del trabajo:** Relaciones públicas 2.0 en el sector turístico: análisis de caso del Patronato de Turismo Rías Baixas
Nombre del congreso: V Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas
Ciudad de celebración: Barcelona,
Fecha de celebración: 13/05/2010
Fecha de finalización: 14/05/2010
Entidad organizadora: Asociación de Investigadores **Tipo de entidad:** Asociaciones y Agrupaciones en Relaciones Públicas
Míguez González, M.I. "Relaciones públicas 2.0 en el sector turístico: análisis de caso del Patronato de Turismo Rías Baixas". En: La innovación en las relaciones públicas. pp. 479 - 492. Trípodos, 2012.
- 48 Título del trabajo:** La identidad y los valores sociales en las páginas web corporativas
Nombre del congreso: X Foro Universitario de Investigación en Comunicación
Ciudad de celebración: Madrid,
Fecha de celebración: 19/11/2008
Fecha de finalización: 21/11/2008
Entidad organizadora: FUNDACION GENERAL DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
Míguez González, M.I. "La identidad y los valores sociales en las páginas web corporativas". En: La comunicación: memoria, historia y modelos. pp. 142 - 149. Edipo, 2009.
- 49 Título del trabajo:** La opinión pública desde la perspectiva de las relaciones públicas
Nombre del congreso: IX Foro Universitario de investigación en Comunicación. Organizador
Ciudad de celebración: Madrid,



Fecha de celebración: 21/11/2007

Fecha de finalización: 23/11/2007

Entidad organizadora: FUNDACION GENERAL DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Míguez González, M.I."La opinión pública desde la perspectiva de las relaciones públicas". En: Nuevo escenarios de la comunicación y la opinión pública. CD de Comunicaciones. pp. 149 - 155. Edipo, 2008.

50 Título del trabajo: Estudio de caso sobre la práctica de las relaciones públicas en el sector universitario: análisis comparado de dos modelos

Nombre del congreso: III Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas

Ciudad de celebración: Sevilla,

Fecha de celebración: 21/03/2007

Fecha de finalización: 23/03/2007

Entidad organizadora: AIRP

Míguez-González, M.I."Estudio de caso sobre la práctica de las relaciones públicas en el sector universitario: análisis comparado de dos modelos". En: Las relaciones públicas en la sociedad del conocimiento. pp. 220 - 234. AIRP, 2010.

51 Título del trabajo: La perspectiva retórica de las relaciones públicas: estado de la cuestión en el siglo XXI

Nombre del congreso: Congreso Internacional Fundacional Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC): Investigar la comunicación

Ciudad de celebración: Santiago de Compostela,

Fecha de celebración: 30/01/2007

Fecha de finalización: 01/02/2007

Entidad organizadora: Asociación Española de Investigación de la Comunicación

Tipo de entidad: Asociaciones y Agrupaciones

"La perspectiva retórica de las relaciones públicas: estado de la cuestión en el siglo XXI". Investigar la comunicación. Actas y memoria final Congreso Internacional Fundacional AE-IC, 2008.

52 Título del trabajo: La formación en Relaciones Públicas tras la adaptación al EEES: estudio de caso

Nombre del congreso: VIII Foro Universitario de investigación en Comunicación

Ciudad de celebración: Madrid,

Fecha de celebración: 22/11/2006

Fecha de finalización: 24/11/2006

Entidad organizadora: FUNDACION GENERAL DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Míguez González, M.I."La formación en Relaciones Públicas tras la adaptación al EEES: estudio de caso". En: Comunicación alternativa, ciudadanía y cultura: CD de comunicaciones. pp. 356 - 363. 2007.

53 Título del trabajo: Estudio de caso sobre el trabajo del profesional de las relaciones públicas en la pequeña empresa: dificultades y retos

Nombre del congreso: XIII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación "Nuevos Retos de la Comunicación: Tecnología, Empresa y Sociedad"

Ciudad de celebración: Zaragoza,

Fecha de celebración: 26/10/2006

Fecha de finalización: 27/10/2006

Entidad organizadora: Universidad San Jorge

Tipo de entidad: Universidad

Míguez González, M.I."Estudio de caso sobre el trabajo del profesional de las relaciones públicas en la pequeña empresa: dificultades y retos". En: III Jornadas de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Nuevos retos de la comunicación: tecnología, empresa y sociedad. pp. 2194 - 2208. Universidad San Jorge, AIJIC, 2006.



- 54 Título del trabajo:** El concepto de 'público' en las relaciones públicas: críticas a la visión tradicional de los públicos y tendencias actuales
Nombre del congreso: II Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas
Ciudad de celebración: Sevilla,
Fecha de celebración: 16/11/2005
Fecha de finalización: 19/11/2005
Entidad organizadora: AIRP
Míguez-González, M.I."El concepto de 'público' en las relaciones públicas: críticas a la visión tradicional de los públicos y tendencias actuales". En: Tendencias actuales en las relaciones públicas. AIRP, 2007.
- 55 Título del trabajo:** El conocimiento de la investigación académica por parte de los profesionales universitarios de la industria de la comunicación
Nombre del congreso: Reunión Científica de la Sociedad Española de Periodística "Investigar sobre periodismo"
Ciudad de celebración: Santiago de Compostela,
Fecha de celebración: 27/05/2005
Fecha de finalización: 28/05/2005
Entidad organizadora: Sociedad Española de Periodística **Tipo de entidad:** Asociaciones y Agrupaciones
"El conocimiento de la investigación académica por parte de los profesionales universitarios de la industria de la comunicación". En: Investigar sobre periodismo: reunión científica de la Sociedad Española de Periodística. pp. 665 - 682. Servizo de Publicacións e Intercambio Científico da Universidade de Santiago de Compostela, 2005.
- 56 Título del trabajo:** Análisis del servicio de comunicación de la Universidad de Maryland (College Park): elementos aplicables al ámbito universitario español"
Nombre del congreso: II Congreso Iberoamericano de comunicación universitaria "Mass media y universidad"
Ciudad de celebración: Granada,
Fecha de celebración: 13/03/2005
Fecha de finalización: 17/03/2005
Entidad organizadora: Universidad de Granada
Míguez-González, M.I."Análisis del servicio de comunicación de la Universidad de Maryland (College Park): elementos aplicables al ámbito universitario español". En: II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria.
- 57 Título del trabajo:** La comunicación en tiempo de guerra: análisis de la cartelería británica en la Primera Guerra Mundial
Nombre del congreso: VI Congreso de Historiadores de la Comunicación "Comunicación y Guerra en la Historia"
Ciudad de celebración: Palma de Mallorca,
Fecha de celebración: 03/04/2003
Fecha de finalización: 05/04/2003
Entidad organizadora: Asociación de Historiadores **Tipo de entidad:** Asociaciones y Agrupaciones de la Comunicación
Míguez González, M.I."La comunicación en tiempo de guerra: análisis de la cartelería británica en la Primera Guerra Mundial". En: Comunicación y guerra en la historia. Tórculo, 2004.

Gestión de I+D+i y participación en comités científicos

Comités científicos, técnicos y/o asesores

Título del comité: Comité Socio-Económico para la Propuesta de Declaración del Archipiélago de Cíes como Geoparque de la UNESCO

Entidad de afiliación: Ayuntamiento de Vigo

Tipo de entidad: Ayuntamiento

Fecha de inicio: 2023

Resultados relevantes: Desde abril de 2023 formo parte del Comité Socio-Económico para la propuesta de declaración del Archipiélago de Cíes como Geoparque Mundial de la UNESCO, un órgano asesor convocado por el Ayuntamiento de Vigo para diseñar y coordinar las acciones vinculadas a esta candidatura. Fui incorporada al comité en calidad de experta en comunicación estratégica, tras haber formado parte en 2018 del equipo responsable del Plan de Comunicación para la candidatura de las Islas Cíes a Patrimonio de la Humanidad, desarrollado mediante contrato de I+D (art. 83 LOU) con la Fundación Vigo Convention Bureau. Mi labor en este comité se ha centrado en la definición de la estrategia de comunicación institucional, la creación de relato de marca territorial y la asesoría en cuestiones de identidad visual, posicionamiento mediático y proyección internacional. Esta participación complementa el trabajo del comité científico y ha contribuido a la visibilidad pública de la iniciativa, con amplia cobertura en medios regionales (Faro de Vigo, La Voz de Galicia, RadioVigo, Metropolitano...). El proyecto representa un caso ejemplar de transferencia de conocimiento desde la universidad a la administración local y al desarrollo sostenible del entorno natural.

Otros méritos

Estancias en centros públicos o privados

- Entidad de realización:** Escuela Jacobea de Posgrado

Ciudad entidad realización: Xalapa, México

Fecha de inicio-fin: 01/06/2011 - 05/07/2011

Objetivos de la estancia: Invitado/a

Tareas contrastables: Diseño de programas de formación virtual

Explicación narrativa: En 2011 realicé una estancia de investigación en la Escuela Jacobea de Posgrado (México), institución especializada en programas de maestría y diplomados online. La invitación partió de su rectora, fruto de las relaciones académicas establecidas durante mi estancia anterior en Xalapa, y la estancia fue financiada por la institución receptora. El objetivo fue desarrollar propuestas para la integración de la disciplina de las Relaciones Públicas en los distintos programas de formación virtual existentes o en fase de diseño. Durante la estancia, llevé a cabo una investigación específica sobre los problemas terminológicos de las Relaciones Públicas en el ámbito latinoamericano, con base en entrevistas a expertos y académicos del sector. Esta línea de trabajo permitió profundizar en el uso y comprensión de los conceptos clave de la disciplina en diferentes contextos culturales de Iberoamérica, y derivó posteriormente en la publicación de un artículo en la revista Orbis (2013).

Tipo Estancia: Investigación
- Entidad de realización:** Universidad Anahuac

Facultad, instituto, centro: Escuela de Comunicación

Ciudad entidad realización: México

Fecha de inicio-fin: 15/11/2007 - 15/12/2007

Objetivos de la estancia: Invitado/a



Explicación narrativa: Un año después de obtener el título de doctora, realicé una estancia de investigación de un mes en la Universidad Anáhuac, campus Xalapa (México), invitada por Edgar Pérez Contreras, coordinador académico de la Escuela de Comunicación. La estancia fue financiada por la institución receptora y se centró en el estudio de la concepción de las Relaciones Públicas en el contexto latinoamericano. Como resultado de esta investigación, elaboré y presenté la comunicación “La perspectiva retórica de las relaciones públicas: estado de la cuestión en el siglo XXI” en el congreso fundacional de la AEIC (30 de enero – 1 de febrero de 2008).

Tipo Estancia: Investigación

3 Entidad de realización: Universität Leipzig **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad realización: Leipzig, Alemania

Fecha de inicio-fin: 21/08/2006 - 23/09/2006 **Duración:** 35 días

Nombre del programa: Becas de Estadía Universidade de Vigo

Objetivos de la estancia: Estancia predoctoral

Tareas contrastables: Investigación sobre relaciones públicas en Europa

Explicación narrativa: Obtuve financiación del programa de Becas de Estadía de la Universidade de Vigo para la realización de una estancia de un mes en la Universitat Leipzig (Alemania). Allí mantuve varias entrevistas con el profesor Günter Bentele, primer catedrático alemán de Relaciones Públicas, y trabajé con el investigador de la disciplina René Seidenglanz, actualmente profesor en la Universidad Quadriga de Berlín. Como resultado de la investigación, publiqué un artículo en la Revista Latina de Comunicación Social (<https://doi.org/10.4185/RLCS-2007-741>) en el que realicé un estudio comparativo sobre la situación de la investigación en relaciones públicas en España y Alemania y que cuenta con 16 citas en Google Scholar.

Tipo Estancia: Investigación

4 Entidad de realización: University of Maryland. **Tipo de entidad:** Universidad

College Park (EEUU)

Facultad, instituto, centro: Department of Communication

Ciudad entidad realización: College Park, Estados Unidos de América

Fecha de inicio-fin: 30/10/2004 - 11/12/2004 **Duración:** 42 días

Nombre del programa: Beca de estadía de la Xunta de Galicia

Objetivos de la estancia: Estancia predoctoral

Tareas contrastables: Investigación sobre los públicos en las relaciones públicas y relaciones públicas en EE.UU.

Explicación narrativa: A través de los contactos mantenidos con el profesor James E. Grunig, principal referente de las relaciones públicas modernas y autor de la teoría situacional de los públicos, conseguí una carta de invitación para realizar una estancia en la University of Maryland (EE.UU.), financiada por el programa de Estadías de la Xunta de Galicia para investigadores con beca predoctoral. Durante mi estancia, participé en los seminarios impartidos por el profesor Grunig, y desarrollé labores de investigación cruciales para mi tesis doctoral, centrada en el papel de los públicos en las relaciones públicas, partiendo del análisis documental de los fondos de la biblioteca y de las entrevistas mantenidas con el propio James Grunig, Larissa Grunig, Elisabeth Toth, Jeong-Nam Kim y Sung-Un Yang. Además de los resultados que obtuve para mi tesis, a partir de la información obtenida en la estancia publiqué mi primer artículo relevante en Comunicación y Sociedad (<https://doi.org/10.15581/003.19.36309>), relacionado con la teoría situacional de los públicos, que cuenta con 51 citas en Google Scholar. Así mismo, desarrollé una investigación sobre el funcionamiento del servicio de comunicación de la Universidad de Maryland y su aplicabilidad al ámbito universitario español, cuyo resultado presenté en el II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria celebrado en Granada en 2005 (<http://dialogo.ugr.es/cicu2005/com/com-20.pdf>).

Tipo Estancia: Investigación



Consejos editoriales

Nombre del Consejo editorial: Consejo de Redacción de la Revista Internacional de Relaciones Públicas
Entidad de afiliación: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad afiliación: MálagaMálaga,
Fecha de inicio: 2012

Períodos de actividad investigadora, docente y de transferencia del conocimiento

- 1 Nombre de la actuación:** Quinquenio
Entidad acreditante: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de obtención: 01/01/2025
Tipo de actividad: Docencia
Año de inicio: 2019
Año de finalización: 2024
Periodo cubierto: 2019, 2020, 2021, 2022, 2023
Año de Convocatoria: 2025
- 2 Nombre de la actuación:** Sexenio CNEAI
Entidad acreditante: CNEAI
Ciudad entidad acreditante: España
Fecha de obtención: 2023
Tipo de actividad: Investigación
Año de inicio: 2017
Año de finalización: 2022
Periodo cubierto: 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022
- 3 Nombre de la actuación:** Quinquenio
Entidad acreditante: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de obtención: 01/01/2020
Tipo de actividad: Docencia
Año de inicio: 2014
Año de finalización: 2019
Periodo cubierto: 2014, 2015, 2016, 2017, 2018
Año de Convocatoria: 2020
- 4 Nombre de la actuación:** Quinquenio
Entidad acreditante: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de obtención: 12/05/2017
Tipo de actividad: Docencia
Año de inicio: 2003
Año de finalización: 2009
Periodo cubierto: 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008
Año de Convocatoria: 2017
- 5 Nombre de la actuación:** Quinquenio
Entidad acreditante: Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de obtención: 12/05/2017



Tipo de actividad: Docencia

Año de inicio: 2009

Año de finalización: 2014

Periodo cubierto: 2009, 2010, 2011, 2012, 2013

Año de Convocatoria: 2017

6 Nombre de la actuación: Sexenio CNEAI

Entidad acreditante: CNEAI

Fecha de obtención: 2017

Tipo de actividad: Investigación

Año de inicio: 2011

Año de finalización: 2016

Periodo cubierto: 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

7 Nombre de la actuación: Sexenio CNEAI

Entidad acreditante: CNEAI

Fecha de obtención: 2012

Tipo de actividad: Investigación

Año de inicio: 2005

Año de finalización: 2010

Periodo cubierto: 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010



UNIVERSIDADE DE VIGO

HOJA DE SERVICIOS

UNIVERSIDADE
DE VIGO

DOÑA MARÍA JOSÉ BRAVO BOSCH, SECRETARIA GENERAL DE LA UNIVERSIDADE DE VIGO

CERTIFICA: Que, según consta en los archivos de esta Universidad, el empleado cuyos datos se detallan a continuación, tiene acreditados los siguiente servicios:

Don/Doña: **María Isabel Miguez González**
NIF/NIE: **36134161B**

SITUACIÓN ACTUAL

N.R.P.: 3613416102 A0504
Puesto: TITULAR DE UNIVERSIDAD - TIEMPO COMPLETO
Área: A0105 - COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
Departamento: COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
Centro de trabajo: FACULTAD DE COMUNICACION- PONTEVEDRA
Situación administrativa: SERVICIO ACTIVO

HISTORIAL ACADÉMICO

Título	Fecha de expedición
LICENCIADO/A EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS	22/01/2001
DOCTOR/A	20/10/2006

HISTÓRICO DE PUESTOS DOCENTES

F. inicio	F. fin	Puesto de trabajo/categoría	Área de conocimiento
17/02/2006	30/09/2007	AYUDANTE	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
01/10/2007	06/10/2008	PROFESOR/A AYUDANTE DOCTOR/A	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
07/10/2008	01/01/2009	PROFESOR/A CONTRATADO/A DOCTOR/A - TIEMPO COMPLETO - Interino/a	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
02/01/2009	11/05/2017	PROFESOR/A CONTRATADO/A DOCTOR/A - TIEMPO COMPLETO	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
12/05/2017	----	TITULAR DE UNIVERSIDAD - TIEMPO COMPLETO	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

HISTÓRICO OTROS PUESTOS

F. inicio	F. fin	Puesto de trabajo/categoría	Programa/Proyecto de investigación
01/10/2002	30/09/2003	PERSONAL INVESTIGACION Y DESARROLLO. GRUPO I - T. COMPLETO	CONTRATO PROGRAMA ESPECIFICO DE TECNICO

HISTÓRICO DE TRIENIOS

6 TRIENIO/S DE ANTIGÜEDAD - GRUPO A1

MÉRITOS DOCENTES (QUINQUENIOS)

F. Inicio	F. Fin	F. Efectos	Desglose Tramo *	Favorable(S/N)	Nivel	Renuncia, en su caso
----	-----*	12/05/2017	01/10/2003 30/09/2005 17/02/2006 16/02/2009	S	N. 27	----
17/02/2009	18/02/2014	12/05/2017	-----	S	N. 27	----
19/02/2014	18/02/2019	01/01/2020	-----	S	N. 27	----
19/02/2019	18/02/2024	01/01/2025	-----	S	N. 27	----

MÉRITOS DE INVESTIGACIÓN (SEXENIOS)

Tramos	F. Efectos	Favorable(S/N)	Nivel	Renuncia, en su caso
2005	2010	01/01/2018	S	N. 27
2011	2016	01/01/2018	S	N. 27
2017	2022	01/01/2023	S	N. 27

CARGOS ACADÉMICOS

F. Inicio	F. Fin	F. Efectos	Cargo	Unidad
10/10/2006	30/09/2007	10/10/2006	SECRETARIO/A DEPARTAMENTO	DERECHO PUBLICO ESPECIAL
01/10/2007	06/10/2008	01/10/2007	SECRETARIO/A DEPARTAMENTO	DERECHO PUBLICO ESPECIAL
07/10/2008	01/01/2009	07/10/2008	SECRETARIO/A DEPARTAMENTO	DERECHO PUBLICO ESPECIAL
02/01/2009	15/07/2010	02/01/2009	SECRETARIO/A DEPARTAMENTO	DERECHO PUBLICO ESPECIAL
13/09/2018	04/11/2020	13/09/2018	SECRETARIO/A FACULTAD/ESCUELA	FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACION
16/07/2024	----	16/07/2024	DIRECTOR/A DEPARTAMENTO	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

Y para que conste, se expide el presente certificado en Vigo a 05 de noviembre de 2025.



Parte A. DATOS PERSONALES		Fecha del CVA	15/12/2025
Nombre y apellidos	Norberto Mínguez Arranz		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	AAA-2922-2019	
	Código Orcid	000-0003-1964-6082	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Complutense de Madrid		
Dpto./Centro	Ciencias de la Comunicación Aplicada/Facultad CC de la Información		
Dirección	Avda. de la Complutense s/n		
Teléfono	correo electrónico	norberto@ucm.es	
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	24/2/2020
Espec. cód. UNESCO	5801.01 Medios Audiovisuales		
Palabras clave	Comunicación Audiovisual, Ciencias sociales, cine, televisión		

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

Licenciatura/Máster/Doctorado	Universidad	Año
Doctor en CC de la Información	U. Complutense de Madrid	1996
Master of Arts	State University of New York	1990
Licenciado en CC de la Información	U. Complutense de Madrid	1987

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

4 sexenios reconocidos (el último en 2023)

11 tesis doctorales dirigidas, obteniendo todas ellas la máxima calificación.

Citas totales: 1627 (según Google Scholar)

Promedio de citas/año durante los últimos 5 años: 89 (según Google Scholar)

Índice H: 14 (según Google Scholar)

Autor de 2 libros y editor de otros seis, todos ellos en editoriales bien posicionadas en el SPI. Ha publicado artículos en las principales revistas científicas de su especialidad.

Parte B. RESUMEN DEL CURRÍCULUM

Norberto Mínguez Arranz es profesor de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Complutense desde 1990. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (1996) y Master of Arts por la State University of New York (1990).

Es autor de *Spanish Film and the Postwar Novel* (Praeger, 2002) y co-autor de *Principios de Teoría General de la Imagen* (Pirámide, 1996). Ha sido editor de *Literatura Española y Cine* (Editorial Complutense, 2002) y de *Ficción y no ficción en los discursos creativos de la cultura española* (Vervuert Iberoamericana, 2013). También ha editado el libro *Itinerarios y formas del ensayo audiovisual* (Gedisa, 2019). Ha publicado artículos en revistas científicas indexadas como *Bulletin of Hispanic Studies*, *Communication & Society*, *L'Atalante*, *Revista de Occidente*, *Telos* y *Zer*. Es evaluador de artículos científicos para revistas indexadas en JCR del Social Science Citation Index.

Tiene reconocidos cuatro tramos de investigación (sexenios) y ha participado en 20 proyectos o contratos de investigación. Ha sido investigador principal del proyecto titulado *Nuevas tendencias del paradigma ficción/no ficción en el discurso audiovisual español* (Ref. CSO 2009-07089), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación dentro del Plan Nacional de I+D+i. También ha sido IP del proyecto *El Ensayo en el Audiovisual Español Contemporáneo* CSO2015-66749-P, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional dentro del Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia. Ha sido Visiting Scholar en

University of Southern California (2005-2006) y en City University of New York (2018), así como Profesor Invitado en University of Tennessee (2009). Ha desarrollado estancias de investigación en University of Cambridge (2010) y University of California, Irvine (2013). Ha impartido un total de 12 asignaturas de Licenciatura y Doctorado en las titulaciones de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Complutense. Ha impartido también docencia en State University of New York, University of Tennessee, D'Youville College y en Masters de distintas Universidades y Escuelas de Negocios.

Durante 7 años ha tenido responsabilidades de gestión en el Vicerrectorado de Extensión Universitaria y en la Red de Institutos de Relaciones Internacionales de la Universidad Complutense. Ha dirigido o coordinado 6 congresos o seminarios y ha pertenecido a los consejos de redacción de 6 revistas científicas. Ha sido Vocal del Comité de Ciencias Sociales y Jurídicas del Programa para la Evaluación del Profesorado de ANECA y Coordinador del Programa de Doctorado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Complutense. Actúa habitualmente como evaluador de artículos científicos y proyectos de investigación para distintas revistas y agencias nacionales e internacionales

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (*selección ordenada por tipología*)

C.1. Publicaciones

Mínguez, N. y Cruz-Carvajal, I. La Escritura del yo en el ensayo audiovisual español. *Océanide*, 16, pp. 17-25. 2023

Mínguez-Arranz, N. y Fernández-Hoya, A. Variantes tipológicas del ensayo audiovisual español. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 34, pp. 211-226. 2022

Norberto Mínguez-Arranz, Jorge Clemente-Mediavilla, Luis Deltell-Escolar. La recepción del ensayo audiovisual español contemporáneo. *Icono 14* 20(1). 2022

Mínguez, Norberto. Imagen, memoria y ensayo en *Fotografías* (Chus Domínguez, 2014) *Fotocinema* 25, pp 313-334. 2022

Norberto Mínguez Arranz. "El epistolario audiovisual de José Luis Guerín y Jonas Mekas". *Revista de Occidente*, 478, Marzo 2021, pp: 67-87.

Mínguez, N. & Manzano Espinosa, C. (2020). The essay in Spanish contemporary audiovisual media: definition, production and trends. *Communication & Society*, 33(3), 17-32.

Norberto Mínguez (Ed.). *Itinerarios y formas del ensayo audiovisual*, Barcelona, Gedisa, 2019. ISBN: 978-84-17690-61-8.

Norberto Mínguez. "Más allá del marco referencial. Ficción y no ficción en la cultura audiovisual digital". *Telos* 99. Octubre, 2014-Enero 2015.

Norberto Mínguez (Ed.). *Ficción y no ficción en los discursos creativos de la cultura española*. Frankfurt y Madrid, Vervuert Iberoamericana, 2013. ISBN: 978-3-95487-313-5.

Norberto Mínguez Arranz. "Pensar con Imágenes. Tres ensayos cinematográficos". *Revista de Occidente*, 371, Abril 2012, pp: 63-82.

Norberto Mínguez Arranz. "Terrorismo y cine documental en la España Contemporánea." *Bulletin of Hispanic Studies*, Volume 85, issue 4, 2008, pp. 533-549.

Norberto Mínguez Arranz. "Historia y memoria en el documental español contemporáneo". *Revista de Occidente*, 302-303, Jul-Ago 2006, pp: 80-99.

Norberto Mínguez. *Spanish film and the postwar novel: Reading and watching narrative texts*. Westwood, Praeger, 2002. ISBN: 0-275-97579-7

Norberto Mínguez (Ed.). *Literatura española y cine*. Madrid, Editorial Complutense. 2002. ISBN: 84-7491-681-X.

Justo Villafañe y Norberto Mínguez. *Principios de Teoría General de la Imagen*. Madrid, Pirámide, 1996. ISBN: 84-368-1004-X.

C.2. Proyectos

Referencia del proyecto: CSO 2015-66749-P
Título: EL ENSAYO EN EL AUDIOVISUAL ESPAÑOL CONTEMPORÁNEO
Investigador principal: NORBERTO MÍNGUEZ
Entidad financiadora: MINECO
Duración: 01/01/2016-31/12/2019
Financiación recibida: 38.200 € Estado del proyecto: Finalizado

Referencia del proyecto: CSO 2009-07089
Título: NUEVAS TENDENCIAS DEL PARADIGMA FICCIÓN/NO FICCIÓN EN EL DISCURSO ESPAÑOL AUDIOVISUAL (2000-2010)
Investigador principal: NORBERTO MÍNGUEZ
Entidad financiadora: MICINN
Duración: 01/01/2010-30/06/2013
Financiación recibida: 27.709 €.
Estado del proyecto: Finalizado con la calificación de excelente

C.3. Contratos

Título del contrato/proyecto: Monitor Español de Reputación Corporativa

Tipo de contrato: artículo 11 LRU
Empresa/Administración financiadora: Análisis e Investigación
Entidades participantes: Análisis e Investigación y Universidad Complutense
Duración, desde: 8-10-2000 hasta: 18-3-2001
Investigador responsable: Justo Villafañe
Número de investigadores participantes: 10

Título del contrato/proyecto: Informe Anual sobre el Estado de la Publicidad y el Corporate en España y Latinoamérica 2002

Tipo de contrato: artículo 11 LRU
Empresa/Administración financiadora: Telefónica de España, Endesa, BBVA, Inditex, Repsol y Renfe
Entidades participantes: Telefónica de España, Endesa, BBVA, Inditex, Repsol, Renfe y la Universidad Complutense
Duración, desde: 20-10-2001 hasta: 2-6-2002
Investigador responsable: Justo Villafañe
Número de investigadores participantes: 23

Título del contrato/proyecto: Informe del Estado de la Publicidad y el Corporate en España y Latinoamérica 2004

Tipo de contrato: artículo 83 LOU

Empresa/Administración financiadora: Ferrovial, Endesa, BBVA, Repsol y Renfe
Entidades participantes: Ferrovial, Endesa, BBVA, Repsol, Renfe y UCM
Duración, desde: 18-10-2003 hasta: 13-6-2004
Investigador responsable: Justo Villafañe
Número de investigadores participantes: 21

Título del contrato/proyecto: Modelo de Evaluación de Reputación urbana

Tipo de contrato: artículo 83 LOU
Empresa/Administración financiadora: Análisis e Investigación
Entidades participantes: Análisis e Investigación y Universidad Complutense
Duración, desde: 25-9-2008 hasta: 25-9-2009
Investigador responsable: Justo Villafañe
Número de investigadores participantes: 6

C.4 CONTRIBUCIONES A CONGRESOS

TÍTULO: Europe and Cinema
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia en la Sesión Plenaria (por invitación)
CONGRESO: Society for Cinema and Media Studies Conference, University of London, UK, 2005

TÍTULO: Framing the Past: Spanish Contemporary Non-fiction Film
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia (por invitación)
CONGRESO: Spanish Screen Media Conference: Cinema, Television, Internet
University of Cambridge, UK, 2006

TÍTULO: Essayistic Landscapes in Spanish Contemporary Film
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: XV Visible Evidence Conference, University of Lincoln, UK , 2008

TÍTULO: Apropiación, manipulación y verdad en los límites de la ficción
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia Invitada
CONGRESO: XXIII Congreso Internacional de Comunicación. Imageing Reality: Representing Reality in Film, Television and New Media, Pamplona, Universidad de Navarra, 2009.

TÍTULO: Detours from the Real: Fake Documentary in Spanish Film and Television
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: Annual Society for Cinema and Media Studies Conference, Los Ángeles, California, 2010

TÍTULO: Trauma and Memory in Spanish Non-Fiction Film
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: The Second Annual Film and Media Conference, University of London, UK, 2012

TÍTULO: The Politics of Memory in Spanish Fiction and Non-Fiction Film: A Comparative Analysis
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia

CONGRESO: The Third Annual Film and Media Conference, University of London, UK, 2013

TÍTULO: El ensayo audiovisual en la España contemporánea

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia

CONGRESO: V Congreso Internacional de Cultura Visual, San Juan, Puerto Rico, 2019

TÍTULO: The Essayistic Form in Contemporary Spanish Film

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia

CONGRESO: European Conference on Media, Communication and Film, Brighton, UK, 2019

C.5 EXPERIENCIA DOCENTE

Ha sido Profesor Asociado (1990-1994), Profesor Ayudante (1994-1999) y Profesor Titular (2000-2020) en la Universidad Complutense, donde actualmente ejerce como Catedrático.

En la Universidad Complutense ha impartido las siguientes asignaturas de grado o licenciatura: Teoría de la imagen (1990-1999), Imagen Corporativa (1999-2013), Identidad Visual Corporativa (2003-2011), Lenguaje Publicitario (2006-2007), Historia de la Publicidad (2007-2008), Análisis de la Imagen (2011-actualidad) y Cultura de la imagen (2022 - actualidad). Ha impartido la asignatura Metodología en el Máster en Comunicación Audiovisual para la Era Digital (2015-actualidad). En Doctorado ha impartido los siguientes cursos: Literatura Española y cine: análisis comparado de textos narrativos (2003-2008), Teoría y Análisis de la adaptación: la literatura española en la pantalla (2008-2009) y Cine Documental Español Contemporáneo (2009-2010).

6 Quinquenios docentes reconocidos (1990-2021)

Ha recibido evaluaciones muy positivas y excelentes en el programa Docencia desde 2013

Ha participado en 7 proyectos de Innovación Docente

Ha dirigido 11 tesis doctorales todas ellas defendidas con la máxima Calificación

Ha dirigido 12 Trabajos de Fin de Máster

C.6 TRANSFERENCIA Y EXPERIENCIA PROFESIONAL

Traductor de inglés (1982-1983) en Editorial Planeta (Historia de la Música Clásica e Historia Universal del Cine).

Coordinador del II y III Premio Planeta de Fotografía (1983-1984).

Diseñador Gráfico en Editorial Planeta (1984-1987).

Director de Comunicación del Instituto de Europa Oriental de la Universidad Complutense (1991-1993).

Director de Comunicación de la Red de Institutos de Relaciones Internacionales de la Universidad Complutense (1994-1997).

Consultor en el ámbito de la identidad y la gestión de la imagen y la comunicación corporativa para distintas empresas y entidades (2000-2010).

Comisario de la Exposición Variaciones Ensayísticas en el Audiovisual Español Contemporáneo para el Instituto Cervantes (2019).

C.7 EXPERIENCIA EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN EDUCATIVA, CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA

Asesor Ejecutivo del Vicerrectorado de Extensión Universitaria de la Universidad Complutense por nombramiento del Rector (1993-1994).

Coordinador del Master Oficial en Comunicación Audiovisual para la Era Digital de la Universidad Complutense (2014-2017).

Coordinador del Programa de Doctorado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Complutense (2017-2018).

Miembro de la Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense (2014-2018).

Colabora como experto evaluador con ANECA en el programa Academia desde 2014 y fue vocal del Comité de Ciencias Sociales y Jurídicas del Programa para la Evaluación del Profesorado de ANECA desde febrero de 2015 hasta septiembre de 2018.

Ha sido evaluador de proyectos de investigación en el área de Ciencias Humanas y Sociales para la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica de Argentina, dependiente del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de aquel país (2007).

Es evaluador de proyectos de investigación para la ANEP desde 2008 hasta la actualidad y para la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León desde 2009 hasta la actualidad.

Es vocal de la Comisión de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Fundación para el Conocimiento Madri+d desde 2017 hasta la actualidad.

Ha sido vocal académico del Área de Evaluación y Acreditación Universitaria de la Agencia Andaluza del Conocimiento desde 2016 hasta 2018.

Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Cuadernos del Este* (1992-1997). Jefe de Redacción y miembro del Consejo de Redacción de la *Revista de Estudios Asiáticos* (1995-1997), Coordinador y miembro del Consejo de Redacción de *área 5inco Revista de Comunicación Audiovisual y Publicitaria* desde 1993 hasta 1999, Coordinador editorial de *TELOS Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad* durante los años 2001 y 2002. Editor del Informe Anual La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica (2014-15). Director de la revista *Área Abierta* (2012-2016), Miembro del Comité Científico Asesor y del Consejo Editorial de *Comunicación: Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales* desde 2002. Miembro del Consejo Editorial de *Animus: Revista Interamericana de Comunicação Midiática* desde 2015.

Es evaluador de artículos para distintas revistas académicas indexadas en JCR y Scopus.



Universidad Complutense de Madrid

LA SECRETARÍA GENERAL DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID,

CERTIFICA:

Que, según consta en documentación custodiada en el Servicio de Investigación de esta Universidad, la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora, de acuerdo con el Real Decreto 1086/1989, de 28 de agosto, sobre retribuciones del Profesorado Universitario, modificado por el Real Decreto 74/2000, de 21 de enero, ha concedido a D. NORBERTO MINGUEZ ARRANZ, CATEDRATICO/A DE UNIVERSIDAD, con DNI 13752767D, los tramos correspondientes a los siguientes periodos:

Actividad investigadora

Periodo	Cuerpo
1993 - 1999	PROFESOR/A TITULAR DE UNIVERSIDAD
2000 - 2006	PROFESOR/A TITULAR DE UNIVERSIDAD
2008 - 2014	PROFESOR/A TITULAR DE UNIVERSIDAD
2017 - 2022	CATEDRATICO/A DE UNIVERSIDAD

Expedido en Madrid, a diecisiete de diciembre de dos mil veinticinco.



CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)

Fecha del CVA 07/06/2026

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	Isabel María
Apellidos	Ruiz Mora
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	0000-0003-0723-9850

* *datos obligatorios*

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Profesora Titular de Universidad		
Fecha inicio	01/04/2009		
Organismo/ Institución	Universidad de Málaga		
Departamento/ Centro	Dep. Comunicación Audiovisual y Publicidad /Fac. CC. Comunicación		
País	España	Teléfono	952134279
Palabras clave	Activismo, sostenibilidad, relaciones públicas, comunicación estratégica, género		
Tramos de investigación (sexenios)	Tramo 1: 2010-2016. Reconocimiento: 2021 Tramo 2: 2017-2022. Reconocimiento: 2023		

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con lo indicado en la convocatoria, indicar meses totales)

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
2020 - actualidad	Profesora Titular / Universidad de Málaga / España
2016 - 2019	Profesora Ayudante Doctora / Universidad de Málaga / España
2015 - 2016	Senior Lecturer / Sheffield Hallam University / Inglaterra (Reino Unido)
2014 - 2015	Profesora Sustituta Interina / Universidad de Málaga / España
2013 - 2014	Contrato Postdoctoral / Universidad de Málaga / España
2009 - 2013	Contrato Predoctoral / Universidad de Málaga / España

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/Pais	Año
Doctora en Comunicación Organizacional. Mención Internacional	Universidad de Málaga / España	2013
Máster Oficial en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación	Universidad de Málaga / España	2010
Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas	Universidad de Málaga / España	2004

Parte B. RESUMEN DEL CV (4075 caracteres, incluyendo espacios)

Profesora Titular de Universidad en la Universidad de Málaga (2020) en RRPP. Cuento con más de 15 años de experiencia en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga. Durante 2015-2026 fui Senior Lecturer en Relaciones Públicas en el Departamento de Media Arts and Communication e investigadora en el Cultural Communication and Computing Research Institute (C3RI) de Sheffield Hallam University (Reino Unido). Actualmente soy miembro del Instituto de Investigación de Género e Igualdad de la Universidad de Málaga (IGIUMA). Mi línea de investigación principal se centra en el papel de la comunicación estratégica, la sostenibilidad y el activismo en la creación de espacios de diálogo y participación, abordando también la visión de género y diversidad. Como línea secundaria, investigo sobre metodologías docentes y nuevos enfoques en los estudios de Comunicación. A lo largo de mi carrera he colaborado en proyectos que me han permitido consolidarme como investigadora, así como en proyectos de innovación educativa que me han proporcionado una mayor experiencia en la



aplicación de nuevas metodologías docentes en el aula, junto con diferentes experiencias docentes financiadas por las ayudas Erasmus+.

Cuento con dos sexenios de investigación concedidos consecutivamente desde 2021. Las publicaciones científicas surgen de mi participación en proyectos de convocatorias EU, Erasmus+, Plan Nacional, Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía, Plan de Investigación de la Universidad y actividades de transferencia. He participado en varios proyectos de transferencia con empresas (tres con Canvas Estrategias Sostenibles y uno con Metro de Málaga) y con la Asociación de Investigadores de Relaciones Públicas (AIRP). Soy coautora o autora de más de 80 publicaciones, editadas en español e inglés, la mayoría publicados en revistas incluidas en WOS, Scopus, Dialnet y sobre todo, en repositorios OA. Participo activamente en congresos internacionales y nacionales, con la presentación de más de 80 comunicaciones en congresos, 26 de ellas fuera de España. He sido investigadora principal en un proyecto precompetitivo de la UMA y he participado en 9 proyectos de investigación (regionales, nacionales y europeos). En la actualidad dirijo un proyecto nacional y uno europeo, ambos finalizarán en 2027. He realizado estancias de investigación financiadas en Escocia (3 meses), Dinamarca (2 meses) e Inglaterra (6 meses), así como estancias cortas de docencia en Austria, Malasia, Italia, Noruega y Portugal que han contribuido al desarrollo de mi carrera con una visión internacional.

He sido coordinadora (2015-2016) del *International PR Dual Awards Programme* entre Sheffield Hallam University (Inglaterra) y Tunku Abdul Rahman University College (Malasia). Soy miembro del Programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación de la Universidad de Málaga donde superviso 5 doctorandos, con 2 tesis ya finalizadas. Desde 2011, soy editora de la *Revista Internacional de Relaciones Públicas* (Open Access, ESCI-JCR) y también contribuyo como revisora habitual para revistas y congresos de referencia. He sido *chair* (2018-2020) y *vice-chair* (2016-2018) de la sección *Organizational and Strategic Communication* de ECREA y fui coordinadora académica de la misma sección en la ECREA Summer Doctoral School (2021). Integrante de asociaciones académicas como EUPRERA, ECREA, IAMCR, AIRP.

En difusión y transferencia, durante el periodo 2022-2024 fui tutora y responsable de Comunicación en el equipo de motociclismo UMA-RacingTeam, que ha participado en cinco ediciones de la competición internacional MOTOSTUDENT, en las que ha obtenido grandes resultados, ganando la competición en la categoría eléctrica en dos ocasiones. Trabajo en un proyecto de transferencia el podcast 'Relaciones Públicas al descubierto' para visualizar la contribución de las relaciones públicas a afrontar los retos de la sociedad; soy cofundadora de la red AcadémicasPR. Colaboro con la publicación de divulgación científica The Conversation.

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con “peer review” y conferencias.

1. Ruiz-Mora, I., López-Carrión, A. E., & Guerrero-Navarro, D. (2025). Estrategias de desinformación de VOX: cobertura mediática de su discurso parlamentario sobre la Agenda 2030. *Palabra Clave*, 28(s1), e28s112. <https://doi.org/10.5294/pacla.2025.28.s1.12>
2. Ruiz-Mora, I.; Guerrero-Navarro, D. & Lucía-Casademunt, A. M. (2024). Bridging the gap: Understanding Spanish society's perception of purpose-driven companies and their role in sustainable development. *Estudos em Comunicação*, 39 (1), 51-73. <https://doi.org/10.25768/1646-4974n39v1a04>

3. Long, L., Ruiz-Mora, I., & Cristófol- Rodríguez, C. (2024). Approaching the concept of country branding through systematic review. *International Journal of Public Relations*, 14(27), 201–222. <https://doi.org/10.5783/revrrpp.v14i27.862>
4. López-Carrión, A.E, Ruiz-Mora, I. & Guerrero-Navarro, I. (2024). “El tratamiento mediático de las protestas del sector primario en España y su vinculación con la agenda 2030”, en *La cuestión de la comunicación desde las universidades: enfoques multidisciplinares* (pp. 140-153), Dykinson.
5. Ruiz-Mora, I., Zeler, I. & Oliveira, A. (2024). Female Public Relations Academics in Spain. En Bridgen, E. & Williams, S. (Eds). *Women’s Work in Public Relations*. pp.83-100. Emerald. ISBN: 9781804555392.
6. Ruiz-Mora, I., Postigo-Pozo, S., Castillo-Aguilar, J.J., Salas, P.J., Marinov, M. (2024). Young People’s Reflections on the Railway Sector: A European Perspective. In: Marinov, M., Piip, J.K., Ricci, S. (Eds) *Sustainable Rail Transport 5. Lecture Notes in Mobility*, pp.75-107. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-51745-7_5
7. Barroso, M.B.; Ruiz-Mora, I; García-Sánchez, R. M & Manzano, J. J. (2024) [AlmaNatura: propósito e interdependencia para la reactivación rural](#). En Coordinadoras: Marta Mas Machuca, Nina Magomedova, Verónica Devenin (Coords.) *Ser empresa B Corp en España: 11 casos pedagógicos para enseñar en el aula otra forma de hacer negocios*, pp.17-26. McGraw Hill. ISBN-13 (ebook) 978-84-486-4354-6
8. López Carrión, A. E., Guerrero Navarro, D., & Ruiz Mora, I. (2024). Situación del deporte en España ante el horizonte 2030: el caso de la marca ‘LaLiga’ y los clubes de fútbol profesional. *AdComunica*, (27), 53–78. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.7779>.
9. Zeler, I., Ruiz Mora, I., & Oliveira, A. (2023). Hacia la equidad académica: un estudio sobre la representación de las mujeres en el ámbito académico de las relaciones públicas en España. *Pangea. Revista de Red Académica Iberoamericana de Comunicación*, 14(1), 13–27. <https://doi.org/10.52203/pangea.v14i1.227>
10. Oliveira, E., Rodríguez-Amat, J.R., Ruiz-Mora, I. & Zeler, I. (2023). The Fluid and Disruptive Shape of Activism: Strategic Communication in #fridaysforfuture. *International Journal of Strategic Communication*, 17(4), 301-324. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2023.2204299>.
11. Barroso M. B., Castillo-Esparcia A. & Ruiz-Mora I. (2023). La dimensión medioambiental y los ODS en la comunicación estratégica de las empresas de triple impacto. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(1), 27-42. <https://doi.org/10.5209/esmp.80708>.
12. Fonseca-Mantilla, O. & Ruiz-Mora, I. (2022). Comunicación estratégica y movimientos ciudadanos por la calidad del aire. Análisis de dos procesos participativos en Bogotá y Málaga. In Paricio Estaban, M. P & Hernández-Martínez, S. (Coords.) *La confianza para la gestión de Issues en situaciones de conflicto* (pp.91-124). Tirant lo Blanch. ISBN: 9788419226495.
13. Ruiz-Mora, I.; Ruiz-Muñoz, M. J.; Álvarez-Nobell, A. (2021). Las pautas de comunicación digital de los principales movimientos ciudadanos en Málaga (España) en el periodo 2018-2019. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 28, 1-24. <https://doi.org/10.29101/crcs.v28i0.14303>.

C.2. Congresos

1. Johansson, Catrin; Blaga, Monica; Fidder, Linn; Ruiz-Mora, Isabel; Barroso, Belén; Jämtelid, Kristina; Helgesson, Elin (2025). Panel: Strategic Communication for Impact on Climate Action: From Grassroots Mobilization to Organizational



- Transformation. EUPRERA 2025 Annual Congress. Lund (Suecia). Presentación oral en panel - revisada por pares.
2. Bermejo, M. J.; Ruiz, I. & Castillo, J. (2025). Gender equality in the railway sector. Transbaltica 2025. Vilnius (Lituania). Presentación oral - revisada por pares.
 3. Ruiz Mora, I.; López Carrión, A. E., & Guerrero Navarro, D. (2025). Acciones de relaciones públicas de las grandes empresas españolas en respuesta a la crisis producida por la Dana de 2024. Análisis de sus mensajes sobre sostenibilidad y cambio climático. Congreso AIRP 2025. La Laguna, Tenerife (España). Presentación oral - revisada por pares
 4. Ruiz Mora, I.; Álvarez-Nobell, A. & Pineda, P. (2025). Inconformismo ciudadano e inacción institucional frente al cambio climático. Un análisis de las plataformas ciudadanas y su comunicación en España. La Laguna, Tenerife (España). Presentación oral - revisada por pares
 5. Ruiz Mora, I.; Álvarez-Nobell, A. & Guerrero Navarro, D. (2025). Challenges and opportunities of strategic communication in citizen platforms: Effectiveness for mobilisation against climate change in Malaga. ECREA OSC 2025 Conference. Cagliari (Italia). Presentación oral - revisada por pares
 6. López Carrión, A. E., Ruiz Mora, I. & Guerrero Navarro, D. (2024). Tratamiento mediático de las protestas del campo en relación con la Agenda 2030. V Congreso Internacional de Innovación en Comunicación y Medios Audiovisuales (CINCOMA). Salamanca (España). Presentación oral - revisada por pares.
 7. Ruiz Mora, I.; López Carrión, A. E., & Guerrero Navarro, D. (2024). La desinformación de VOX sobre la Agenda 2030: del parlamento a la prensa. XVIII Congreso de la Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas (AIRP). Ourense (España). Presentación oral - revisada por pares.
 8. Ruiz Mora, I.; Álvarez Nobell, A. & Barroso, M.B. (2024). Empresas con propósito en España: percepción y confianza desde la visión de la ciudadanía activa. XIII Congresso do SopCom. Braga (Portugal). Presentación oral - revisada por pares.
 9. Álvarez Nobell, A.; Ruiz Mora, I.; Barroso, M.B. (2013). Active citizenship, companies and purpose: the perspective of Spanish society. ECREA OSC Section Conference 2023. Lisbon (Portugal). Presentación oral - revisada por pares.
 10. Ruiz Mora, I.; Guerrero-Navarro, D.; Casademunt, A. M. (2023). Empresas con propósito y ciudadanía activa: percepción e implicación de la sociedad española. XXX Congreso EBEN España. Cadiz (Spain). Presentación oral - revisada por pares.
 11. Zeler, I.; Ruiz Mora, I.; Oliveira, A. (2022). The role of women in PR. A critical analysis of the Spanish academia. ECREA Annual Conference 2022. Aarhus (Denmark). Presentación oral - revisada por pares.
 12. Oliveira, E.; Ruiz Mora, I.; Rodríguez-Amat, J.R.; Zeler, I. (2022). The fluid and disruptive shape of activism. Strategic conversations in #Fridaysforfuture. EUPRERA Annual Conference 2022. Vienna (Austria). Presentación oral - revisada por pares.
 13. Álvarez-Nobell, A.; Castillo-Esparcia, A.; Ruiz-Mora, I. (2022). The historical evolution of the function of measurement and evaluation in Ibero-America. 12th International History of Public Relations Conference. Bournemouth (UK). Presentación oral - revisada por pares.
 14. Álvarez Nobell, A.; Ruiz Mora, I.; Barroso, M. B. (2022). Public Sector communication in Latin America and its impact in pandemic contexts. Jönköping Universit. Jönköping (Sweden). Presentación oral - revisada por pares.
 15. Oliveira, E.; Ruiz Mora, I.; Rodríguez-Amat, J.R.; Zeler, I. (2021). #FridaysForFuture ¿comunicación estratégica?. Análisis de las pautas de una conversación. IV Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC. Sevilla (Spain). Presentación oral - revisada por pares.

16. Ruiz Mora, I.; Barroso, B. (2021). El cambio climático y los ODS en la comunicación estratégica de las empresas triple impacto. II International Conference on Climate Change Communication. Madrid (Spain). Presentación oral - revisada por pares.

C.3. Proyectos o líneas de investigación (en activo)

1. PhDs EU-Rail – 101175856. Proyecto: “Extending the Rail Network of Phds in Europe’s Rail Joint Undertaking” (PhDs EU-Rail). Coordinador: Armando Carrillo-Zanuy (Eurnex). Financiado por: HORIZON-JU-ER-2023-01. IP en la Universidad de Málaga: Isabel Ruiz-Mora. Cuantía (UMA): 155.000€. Duración: 2024-2027.
2. PID2023-147344OA-I00. Proyecto de I+D+i “Activismo ciudadano y comunicación frente al cambio climático” (ActivaES2030). Financiado por: Agencia Estatal de Investigación. Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Gobierno de España (Convocatoria 2023). Investigadores principales: Isabel Ruiz-Mora/Alejandro Álvarez-Nobell. Cuantía: 83.000€. Duración: 2024-2027.
3. JA.B3-09 - Aproximación al análisis de las Interrelaciones entre paisaje y producto inmobiliario en espacios litorales tensionados. Fundamentos y análisis de experiencias piloto Financiado por: II Plan de Investigación y Transferencia de la Universidad de Málaga (Convocatoria 2023). Investigador Principal: Matías Mérida. Cuantía: 6000€. Duración: 2023-2025. Rol: Investigadora (UMA).

C.4. Participación en actividades de transferencia de tecnología/conocimiento y explotación de resultados

1. Proyecto Transferencia - Pódcast ‘Relaciones Públicas al descubierto: conocimientos de relaciones públicas para transformar la sociedad’. Segunda temporada. Entidad: AIRP. IP: Isabel Ruiz / Marc Compte. Cuantía: 1.500€. Duración: 2025-2027.
2. Proyecto OTRI entre Metro de Málaga y UMA. Investigador principal: Sergio Postigo. Duración: 2024-2026. Rol: Investigadora. Encargada de la estrategia comunicativa de divulgación de resultados.
3. Proyecto Transferencia - Pódcast ‘Relaciones Públicas al descubierto: conocimientos de relaciones públicas para transformar la sociedad’. Primera temporada. Entidad: AIRP. IP: Andrea Oliveira / Ileana Zeler. Cuantía: 1.500€. Duración: 2023-2024. Rol: Investigadora.
4. Cátedra Simur Europe - UMA “Compliance y Comunicación Transparente y Responsable”. Investigador principal: Daniel Guerrero. Rol: Investigadora.



HOJA DE SERVICIOS

ELSA MARINA ÁLVAREZ GONZÁLEZ
SECRETARIA GENERAL DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

CERTIFICA que los datos que constan a continuación en esta Hoja de servicios a fecha de referencia 15/12/2025, concuerdan con los documentos presentados por el interesado y con los registrados en el archivo de esta Universidad.

DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos: RUIZ MORA, ISABEL MARIA	NIF: 74871063Z
N.R.P.: 7487106313 A0504	
F. Nacimiento: 26/01/1982	N.I.P.: 74871063

CONTRATOS

Tipo contrato	T. contrato oficial	F. inicio	F. fin
Investigadores t.c. en prácticas Junta A	Form. obtención de Práctica Profesional	01/04/2010	31/03/2012
Realic. proyecto investig. t. completo	Obra o servicio determinado T. completo	01/04/2012	31/03/2013
Realic. proyecto investig. t. completo	Obra o servicio determinado T. completo	21/10/2013	20/10/2014
P.S. INTERINO T.P. SUST. EXENCION DOCENT	Sustitución persona Trabajadora-Parcial	28/10/2014	31/07/2015
PROFESOR AYUDANTE DOCTOR	Por circunstancia de producción-Completo	05/10/2016	29/01/2020
PROFESOR CONTRATADO DOCTOR	Ordinario Tiempo Indefinido	30/01/2020	25/10/2020

SERVICIOS PRESTADOS EN ESTA UNIVERSIDAD

Categoría / Cuerpo / Escala - Puesto/Plaza destino	T.R.	Gr.	Nivel	F. nomb.	F. posesión / inicio	F. cese / F. fin	Jor/Ded	Sit.
INVESTIGADOR EN PRÁCTICAS EXCE.(JUNTA)				01/04/2010	01/04/2010	31/03/2012		
INVESTIGADOR (PIF66L02) / DEPARTAMENTOS(DPTOS)-DPTO. COMUNIC. AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD(DP066)	LIP	1			01/04/2010	31/03/2012	M	AC
TITULADO SUPERIOR (JUNTA)				01/04/2012	01/04/2012	31/03/2013		
INVESTIGADOR (PIF66L04) / DEPARTAMENTOS(DPTOS)-DPTO. COMUNIC. AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD(DP066)	LIP	1			01/04/2012	31/03/2013	M	AC
TITULADO SUPERIOR (JUNTA)				21/10/2013	21/10/2013	20/10/2014		
INVESTIGADOR (PIF66I02) / DEPARTAMENTOS(DPTOS)-DPTO. COMUNIC. AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD(DP066)	LIP	1			21/10/2013	20/10/2014	M	AC
PROFESOR SUSTITUTO INTERINO				28/10/2014	28/10/2014	31/07/2015		
PROFESOR SUSTITUTO INTERINO DE COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PU (084PSI14) / COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD(U067)-COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD(66-A) / COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD(105)	Y	A			28/10/2014	31/07/2015	P03	AC
PROFESOR/A AYUDANTE DOCTOR/A				05/10/2016	05/10/2016	29/01/2020		

Código Seguro De Verificación	315A-4666-4738P3043-6E79	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Elsa Marina Álvarez González - Secretaria General	Firmado	15/12/2025 11:55:07
Observaciones	Jose Alcaraz Ruiz	Firmado	15/12/2025 11:41:58
Uri De Verificación	https://prod-gonce-verifirma.uma.es/verifirma/code/315A-4666-4738P3043-6E79	Página	1/5
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





HOJA DE SERVICIOS

DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos: RUIZ MORA, ISABEL MARIA	NIF: 74871063Z
N.R.P.: 7487106313 A0504	
F. Nacimiento: 26/01/1982	N.I.P.: 74871063

SERVICIOS PRESTADOS EN ESTA UNIVERSIDAD

Categoría / Cuerpo / Escala - Puesto/Plaza destino	T.R.	Gr.	Nivel	F. nomb.	F. posesión / inicio	F. cese / F. fin	Jor/Ded	Sit.
PROFESOR/A AYUDANTE DOCTOR/A PROFESOR AYUDANTE DOCTOR DE COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLI (007AYD15) / COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD(U067)-COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD(66-A) / COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD(105)	Y	A			05/10/2016	29/01/2020	C08	AC
PROFESOR/A CONTRATADO/A DOCTOR/A PROFESOR CONTRATADO DOCTOR DE COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUB (001CTD20) / COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD(U067)-COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD(66-A) / COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD(105)	2	A		30/01/2020	30/01/2020 30/01/2020	25/10/2020 25/10/2020	C08	AC
PROFESOR/A TITULAR DE UNIVERSIDAD PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD DE COMUNICACION AUDIOVISUAL (006TUN20) / COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD(U067)-COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD(66-A) / COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD(105)	FC	A1	27	14/10/2020	26/10/2020 26/10/2020		C08	AC

Total de servicios en la Universidad: 13 Años 11 Meses 15 Días

Datos referidos a fecha 15/12/2025, total de servicios reconocidos: 13 Años 11 Meses 15 Días

TRIENIOS

Grupo	F. desde	F. hasta	F. efectos
A1	01/04/2010	31/03/2013	26/10/2020
A1	01/04/2013	30/12/2017	26/10/2020
A1	31/12/2017	30/12/2020	01/01/2021
A1	31/12/2020	30/12/2023	01/01/2024

CARGOS ACADÉMICOS, todos ellos de carácter unipersonal y recogidos en los Estatutos de esta Universidad o que han sido asimilados a estos, de modo que les resulta de aplicación lo dispuesto en el apartado 4.b de la Disposición Adicional primera del Real Decreto 1312/2007, de 6 de octubre, modificado por el Real Decreto 415/2015, de 29 de mayo.

Cargo / Asimilado	F.nomb.	F.posesión	F.desde	F.hasta	Oficial	Retrib.	Cómputo tiempo	Estatut.
Secretario/a Sustituto/a Departamento Comunicacion Audiovisual y Publicidad	24/02/2017	24/02/2017	24/02/2017	30/06/2018	Si	Si	1 Años 4 Meses 5 Días	No

Código Seguro De Verificación	315A-4666-4738P3043-6E79	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Elsa Marina Álvarez González - Secretaria General	Firmado	15/12/2025 11:55:07
Observaciones	Jose Alcaraz Ruiz	Firmado	15/12/2025 11:41:58
Uri De Verificación	https://prod-gonce-verifirma.uma.es/verifirma/code/315A-4666-4738P3043-6E79		
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





HOJA DE SERVICIOS

DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos: RUIZ MORA, ISABEL MARIA	NIF: 74871063Z
N.R.P.: 7487106313 A0504	
F. Nacimiento: 26/01/1982	N.I.P.: 74871063

MÉRITOS DE DOCENCIA Reconocidos de acuerdo con el Real Decreto 1086/89, de 28 de agosto, sobre retribuciones del profesorado funcionario universitario Fav.

Categoría	F.desde	F.hasta	F.efectos
PROFESOR/A TITULAR DE UNIVERSIDAD	01/04/2009	20/10/2014	01/01/2021
PROFESOR/A TITULAR DE UNIVERSIDAD	28/10/2014	18/03/2020	01/01/2021

TRAMOS DE INVESTIGACIÓN Reconocidos de acuerdo con el Real Decreto 1086/89, de 28 de agosto, sobre retribuciones del profesorado funcionario universitario Fav.

Categoría	F.desde	F.hasta	F.efectos	Sexenio
PROFESOR/A TITULAR DE UNIVERSIDAD	01/01/2010	31/12/2016	01/01/2021	Investigación
PROFESOR/A TITULAR DE UNIVERSIDAD	01/01/2017	31/12/2022	01/01/2023	Investigación

COMPLEMENTOS AUTONÓMICOS

Año evaluación	F. referencia	Nº tramos	Fav.	Renuncia	F. renuncia
2024	10/02/2025	2	Si	No	
2018	31/12/2018	3	Si	No	

TITULACIONES

Titulación	F.expedición	Nivel académico	Equivalencia		Organismo	Oficial
			N. EQF	N. MECES		
LICENCIADO/A EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	15/06/2004	Licenciado / Ingeniero / Arquitecto			Universidad de Málaga	Si
DOCTOR/A	25/07/2013	Doctor			Universidad de Málaga	Si

CURSOS

Curso	Horas	F. cump.	Centro	Asist.	Aprov.	Tipo curso	Recib.	Impart.
ACREDITACIÓN DEL PROFESORADO UNIVERSITARIO	8	02/02/2010	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
VIII CURSO DE FORMACIÓN DOCENTE PARA EL PROFESORADO UNIVERSITARIO NOVEL (1ª. FASE)	100	10/05/2010	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
ACREDITACIÓN Y EVALUACIÓN DEL PROFESORADO UNIVERSITARIO	8	18/02/2011	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
SEMINARIO DE FORMACION DOCENTE PARA EL PROFESORADO UNIVERSITARIO NOVEL 2ª. FASE	100	10/05/2011	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
"EL CAMPUS DE EXCELENCIA ""ANDALUCÍA TECH""	5	01/07/2011	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS CON ATLAS.TI	20	21/02/2012	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No

Código Seguro De Verificación	315A-4666-4738P3043-6E79	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Elsa Marina Álvarez González - Secretaria General	Firmado	15/12/2025 11:55:07
Observaciones	Jose Alcaraz Ruiz	Firmado	15/12/2025 11:41:58
Uri De Verificación	https://prod-gonce-verifirma.uma.es/verifirma/code/315A-4666-4738P3043-6E79		
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





HOJA DE SERVICIOS

DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos: RUIZ MORA, ISABEL MARIA	NIF: 74871063Z
N.R.P.: 7487106313 A0504	
F. Nacimiento: 26/01/1982	N.I.P.: 74871063

CURSOS

Curso	Horas	F. cump.	Centro	Asist.	Aprov.	Tipo curso	Recib.	Impart.
ACREDITACIÓN Y EVALUACIÓN DEL PROFESORADO UNIVERSITARIO	8	02/03/2012	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
INDICES DE IMPACTO Y ELABORACIÓN DE TEXTOS CIENTÍFICOS PARA REVISTAS	20	27/04/2012	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
INICIACIÓN A LA INNOVACIÓN EDUCATIVA DEL PROFESORADO UNIVERSITARIO NOVEL (3ª FASE)	100	31/05/2012	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
I JORNADA DE PRESENTACIÓN PIE REALIZADOS EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN DE NOVELES (3ª. FASE)	5	20/09/2012	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
EL MÉTODO DEL CASO EN LA ACTIVIDAD DOCENTE UNIVERSITARIA	16	20/03/2013	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS Y CASOS	40	11/06/2013	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
INICIACIÓN A LA TUTORÍA VIRTUAL EN CAMPUS VIRTUAL	10	24/06/2013	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
IGUALDAD CIUDADANA Y DOCENCIA UNIVERSITARIA EN LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	20	30/06/2013	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
REDES SOCIALES PARA LA DOCENCIA Y LA INVESTIGACIÓN	15	30/09/2013	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
ITINERARIO FORMATIVO EN ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE DATOS CON SPSS. MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN AL SPSS.	4	28/01/2014	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
LOS ENTORNOS PERSONALES DE APRENDIZAJE (PLE) PARA LA ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS	40	20/02/2014	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
ITINERARIO. FOR. EN ANÁLISIS ESTADÍSTICO DATOS CON SPSS. MÓDULO 3:	4	04/03/2014	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
E-ACTIVIDAD: UN MODELO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE VIRTUAL	50	15/03/2014	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
ORIENTACIÓN Y COACHING EN EL CONTEXTO UNIVERSITARIO	40	05/06/2014	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
ORIENTACIÓN PROFESIONAL PARA EL EMPRENDIMIENTO Y LA MEJORA DE EMPLEABILIDAD	60	21/05/2015	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
INGLÉS ACADÉMICO	100	31/05/2017	Universidad de Málaga	Si	No	Genius propios	Si	No
(D059/17) INTRODUCCIÓN AL PROGRAMA STATTA PARA ANÁLISIS DE DATOS EN EL ÁMBITO DE CIENCIAS SOCIALES	14	17/01/2018	Universidad de Málaga	No	Si	FORMACIÓN GENERAL	Si	No
(D003/17) INGLÉS PARA LA COMUNICACIÓN ORAL EN EL ÁMBITO ACADÉMICO	50	22/03/2018	Universidad de Málaga	Si	No	FORMACIÓN GENERAL	Si	No

Código Seguro De Verificación	315A-4666-4738P3043-6E79	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Elsa Marina Álvarez González - Secretaria General	Firmado	15/12/2025 11:55:07
Observaciones	Jose Alcaraz Ruiz	Firmado	15/12/2025 11:41:58
Uri De Verificación	https://prod-gonce-verifirma.uma.es/verifirma/code/315A-4666-4738P3043-6E79	Página	4/5
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





HOJA DE SERVICIOS

DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos: RUIZ MORA, ISABEL MARIA	NIF: 74871063Z
N.R.P.: 7487106313 A0504	
F. Nacimiento: 26/01/1982	N.I.P.: 74871063

CURSOS

Curso	Horas	F. cump.	Centro	Asist.	Aprov.	Tipo curso	Recib.	Impart.
(D072/17) TALLER DE PROA Y EXCEL PARA LA ASIGNACIÓN DOCENTE EN DEPARTAMENTOS	8	15/05/2018	Universidad de Málaga	Si	No	FORMACIÓN GENERAL	Si	No
(D077/18) EDUCACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD EN LA UMA. AVANZADO DE SOSTENIBILIZACIÓN CURRICULAR	50	11/06/2019	Universidad de Málaga	No	Si	FORMACIÓN GENERAL	Si	No
(D019/19) EDUCACIÓN INCLUSIVA EN LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	15	12/02/2020	Universidad de Málaga	No	Si	FORMACION DOCENTE	Si	No
(D074/19) ALUMNADO CON DIVERSIDAD FUNCIONAL: ESTRATEGIAS DOCENTES	10	18/02/2020	Universidad de Málaga	Si	No	FORMACIÓN TRANSVERSAL	Si	No
(D118-23) EDUCACIÓN INCLUSIVA EN LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	14	29/09/2023	Universidad de Málaga	No	Si	FORMACIÓN GENÉRICA	Si	No
(D121-23) INTRODUCCIÓN AL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA EN LA DOCENCIA UNIVERSITARIA	12	29/09/2023	Universidad de Málaga	No	Si	FORMACIÓN ESPECÍFICA	Si	No
(D039-25) TALLER SOBRE DATOS DE INVESTIGACIÓN ABIERTOS (BIBLIOTECA UNIVERSITARIA)	1.5	20/03/2025	Universidad de Málaga	Si	Si	FORMACIÓN ESPECÍFICA	Si	No
(D038-25) TALLER SOBRE VISIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA (BIBLIOTECA UNIVERSITARIA)	1.5	01/04/2025	Universidad de Málaga	Si	Si	FORMACIÓN ESPECÍFICA	Si	No

Y para que conste, expido el presente certificado en Málaga a 15 de diciembre de 2025.

LA SECRETARIA GENERAL

Comprobado y conforme: EL JEFE DEL SERVICIO DE P.D.I.

Fdo.: ELSA MARINA ÁLVAREZ GONZÁLEZ

Fdo.: JOSÉ ALCARAZ RUIZ

Tipo de régimen: 2: P. Laboral Doc. Inv. Univ. T. Indefinido / FC: Funcionario de carrera / LIP: Laboral de Investigación en Formación J / Y: P. Laboral Doc. Inv. Univ. Dur.Determin.
 Dedicación: C08: TIEMPO COMPLETO / P03: 3+3 HORAS
 Jornada: M: MAÑANA
 Sit. administrativa oficial: AC: Ocupando plaza o puesto

Código Seguro De Verificación	315A-4666-4738P3043-6E79	Estado	Fecha y hora		
Firmado Por	Elsa Marina Álvarez González - Secretaria General	Firmado	15/12/2025 11:55:07		
Observaciones	Jose Alcaraz Ruiz	Firmado	15/12/2025 11:41:58		
Uri De Verificación	https://prod-gonce-verifirma.uma.es/verifirma/code/315A-4666-4738P3043-6E79		Página		5/5
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).				

DATOS PERSONALES

Nombre: Carlos Fanjul Peyró

D.N.I.:

e-mail: fanjul@uji.es

Móvil:

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5940-5270>

GS: <https://scholar.google.es/citations?user=m33lrmAAAAAJ&hl=es>

DATOS ACADÉMICOS

- **Profesor Titular de Universidad** desde el año 2020.
- **3 sexenios de investigación** (2007-2012, 2013-2018, 2019-2024).
- **5 trienios y 3 quinquenios** docentes. Obtenido el **premio a la Excelencia Docente Universitaria** otorgado por el Consell Social de la Universidad Jaume I en 2014.
- Doctor por la Universidad Jaume I en Ciencias de la Comunicación, especialidad Publicidad y RR.PP., obtenido con la tesis “La apariencia y características físicas de los modelos publicitarios: códigos no verbales de la realidad en el discurso publicitario, como factor de influencia social mediática en la vigorexia masculina”. Enero 2007.

• *Últimas publicaciones - artículos*

- FANJUL, C., GONZÁLEZ, C. y ARRANZ, M. (2018), “Creatividad y eficacia en la Comunidad Valenciana: la figura del planer en el proceso creativo” en **REVISTA LATINA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, nº 73, pp. 401-424. ISSN: 1138-5820
- FANJUL, C., GONZÁLEZ, C. y PEÑA, P. J. (2019), “La influencia de los jugadores de videojuegos online en las estrategias publicitarias de las marcas. Comparativa entre España y Corea” en **COMUNICAR**, nº 58, vol. XXVII, pp. 105-114. ISSN: 1134-3478 eISSN: 1988-3293.
- MIRALLES, Y. y FANJUL, C. (2019), “Online tourism brand management at a local scale in Valencian Community” en **IROCAMM**, nº1, vol. 2, pp. 14-24. ISSN: 2605-0447.
- GONZÁLEZ, C. y FANJUL, C. (2019), “El negocio publicitario en el contexto digital” en **ADCOMUNICA**, nº18, pp.17-21. ISSN: 2174-0992.

- FANJUL, C., LÓPEZ, L. y GONZÁLEZ, C. (2019), “Adolescentes y culto al cuerpo: influencia de la publicidad y de Internet en la búsqueda del cuerpo masculino idealizado” en **DOXA COMUNICACIÓN**, nº 29, pp. 61-74. ISSN: 1696-019X.
- FANJUL, C., GONZÁLEZ, C. y SANTO, M. C. (2020). “Campañas institucionales para la prevención del suicidio en España. Análisis del cambio estratégico en su comunicación social: caso Comunidad Valenciana”, en **MEDITERRÁNEA DE COMUNICACIÓN**, 11(2), pp.261-276. ISSN: 1989-872X
- SANCHO, J.V., FANJUL, C., DE LA IGLESIA, M., MONTELL, J.A. y ESCARTÍ, M.J. (2020). “Aplicación de la inteligencia artificial con procesamiento del lenguaje natural para textos de investigación cualitativa en la relación médico-paciente con enfermedad mental mediante el uso de tecnologías móviles”, en **COMUNICACIÓN Y SALUD**, vol. 10, nº1, pp.19-41. ISSN: 2173-1675
- GÓNZÁLEZ, C., FANJUL, C. y SALVADOR, E. L. (2021). “La influencia de la anglomanía en la jerga de los/las profesionales de la comunicación en España”, en **HISTORIA Y COMUNICACIÓN SOCIAL**, vol. 26, nº2, pp.603-616. ISSN: 1137-0734
- GONZÁLEZ, C., FANJUL, C. y GAUTIER, C. D. (2024). “Apuestas deportivas y publicidad: Estudio de su influencia en los jóvenes españoles”, en **VISUAL REVIEW**, vol. 16, nº2, pp.81-94. ISSN: 2695-9631
- GONZÁLEZ, C., FANJUL, C. y NAVARRETE, V.C. (2025). “El panorama actual de los micro influencers y creadores de contenidos como nueva estrategia digital”, en **CUADERNOS DEL AUDIOVISUAL DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA**, 13, pp.141-165.
- FANJUL, C. y GONZÁLEZ, C. (2025). “Fitinfluencers y su repercusión en la percepción corporal de jóvenes españoles. Posible factor predisponente en la vigorexia masculina”, en **VISUAL REVIEW**, vol. 17, nº7, pp.167-177. ISSN: 2695-9631

- **Libros y capítulos de libro**

- FANJUL, C., RUBIO, A. y VAQUERO, A. (2019), “El futuro de la agencia de publicidad”. En GONZÁLEZ, C. [Coord.], *El negocio publicitario en la sociedad digital de la Comunidad Valenciana*. Barcelona: UOC, pp.133-159. ISBN: 978-84-9180-430-7
- GONZÁLEZ, C., LÓPEZ, L. y FANJUL, C. (2019), “El consumo de proximidad mediante apps: estrategias de fidelización y vinculación para construir relaciones y fomentar el consumo local”. En MAÑAS, L. y DE VICENTE, A. M. [Coords.], *Contenidos audiovisuales, narrativas y alfabetización mediática*. Madrid: McGraw Hill, pp. 677-690. ISBN: 978-84-486-1816-2

- FANJUL, C. (2019), “Vigorexia: más allá del gimnasio” en GARCÍA-SÁNCHEZ, E. [Ed.], *Belleza fantasma y deporte a lo loco. Los riesgos de la obsesión corporal*. Madrid: Teconté, pp. 177-207. ISBN: 978-84-8469-407-6
- GONZÁLEZ, C. y FANJUL, C. (2019), “Publicidad transmedia en campañas de concienciación social: Una estrategia eficaz para movilizar al usuario”. En ARÉVALO, A. I., VILAR, G. y GARCÍA, M. [Editores], *Comunicación y cambio social*. Valencia: Tirant Humanidades, pp. 61-72. ISBN: 978-84-17508-86-9
- GONZÁLEZ, C. y FANJUL, C. (2019), “Redes sociales e innovación en comunicación interna: SweetComm como caso de estudio”. En NÚÑEZ, P. y DE VICENTE, A. M. [Coords.], *Gestión y formación audiovisual para crear contenidos en redes sociales*. Madrid: McGraw Hill, pp. 561-576. ISBN: 978-84-486-2037-0
- LÓPEZ, L., GONZÁLEZ, C. y FANJUL, C. (2020), “Excessively Comical, Even Grotesque Men” en REY, J. [Ed], *Men on the Screen. Re-visions of Masculinity in Spanish Cinema (1939-2019)*. New York: Peter Lang, pp. 53-65. ISBN: 978-1-4331-6357-9.
- GONZÁLEZ, C. y FANJUL, C. (2020), “La gestión del evento deportivo y su impacto en la marca ciudad: Análisis del Maratón Valencia Trinidad Alfonso EDP como caso de estudio” en BLAY, R., BENLLOCH, M. T. y SANAHUJA, G. [Coords.], *Marca, Territorio y Deporte. Un triángulo estratégico en la gestión de intangibles comunicativos*. Valencia: Tirant Humanidades, pp. 201-225. ISBN: 978-84-18155-69-7
- LÓPEZ, B., FANJUL, C. y ZURUTUZA, C. (2021), “La inclusión de diversidad en la publicidad: el papel de los youtubers” en TORNAY, M. C., SÁNCHEZ, I. y JARAMILLO, D. [Coords], *Inclusión y activismo digital: participación ciudadana y empoderamiento desde la diversidad*. Madrid: Dykinson, pp.54-71. ISBN: 978-84-1377-587-6
- FANJUL, C., GONZÁLEZ, C. y VALLS, M. (2022), “La comunicación publicitaria en la red social de Instagram: el perfil del influencer como prescriptor de marcas dentro del sector de la moda” en DE VICENTE, A. M. y BONALES, G. [Coords.], *Estrategias de comunicación publicitaria en redes sociales: diseño, gestión e impacto*. Madrid: McGraw-Hill, pp.481-504. ISBN: 978-84-486-3478-0
- RUBIO, A., FANJUL, C. y GONZÁLEZ, C. (2024), “Inteligencia artificial: ¿compañera o competidora en la educación del mañana?” en BARTOLOMÉ, A., MARTÍN, S. y CABEZUELO, F. [Coords.], *Los retos de la inteligencia artificial en contextos educativos*. Madrid: CEU Ediciones, pp.179-194. ISBN: 978-84-19976-22-2
- FANJUL, C., GONZÁLEZ, C. y BELLMUNT, J. (2025), “Estereotipos publicitarios e influencia social: contradicción entre la demanda social y la realidad comercial. Análisis del caso de Victoria’s Secret” en HIDALGO, T. y HERRERO, J. [Coords.], *Entre algoritmos y narrativas: Comunicación, identidad y consumo en la sociedad conectada*. Madrid: Dykinson. ISBN: 979-13-7006-735-9