

**Nombre**

X. Antón Álvarez Ruiz

Categoría profesional

Profesor Titular

Licenciatura y doctorado

Licenciado en Publicidad y RRPP. Doctor en Publicidad (2001), ambos en la Facultad de Ciencias de la Información, UCM, Madrid. Postgrado en Métodos de Investigación en Ciencias Sociales, Facultad de Sociología, UCM.

Email

antonalv@ucm.es

Web UCM

<https://www.ucm.es/cap/prof-dr-x-anton-alvarez-ruiz>

Página LinkedIn

<https://goo.gl/oXtnjh>

Despacho y horario de tutorías

Despacho nº 226-10 (edificio principal, entreplanta entre 1er y 2do piso), solicitar cita antes. Tutorías también *on line*. Solicitarlas través de la dirección de correo electrónico.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3497-8499>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=Nla4rqYAAAAJ&hl=es&oi=ao>

Resumen académico y profesional

Ha tenido una larga trayectoria en el mundo de la publicidad en agencias como BBDO, Grupo Contrapunto, Publicis/FCA, Leo Burnett y Delvico Red Cell, primero como creativo, consiguiendo premios en los certámenes más reputados a nivel internacional, y después como planificador estratégico.

Actualmente compagina la práctica publicitaria con la investigación y la docencia: es profesor de *Planificación Estratégica* y de *Creatividad en Medios no Convencionales* en la UCM y también es asesor estratégico y *planner freelance* para agencias de publicidad, empresas e instituciones.

Ha publicado varias obras pioneras: el primer gran estudio en castellano sobre publicidad y marketing social: *La función social de la publicidad de la ONCE* (Escuela Libre Editorial, 2004, <http://eprints.ucm.es/4614/>); la investigación sobre imágenes y percepción emocional *¿Con qué lado del cerebro está usted leyendo esto?* (revista cultural *Microfisuras*, 2003, <http://eprints.ucm.es/9987/>) y un libro de referencia sobre el *planning* estratégico: *La magia del planner* (ESIC Editorial, 2012, <https://goo.gl/TZZ31s>).

Líneas de investigación

- *Planning* estratégico: historia, técnicas y metodologías. Estrategias de comunicación persuasiva. *Insights*.
- La comunicación emocional. Estrategias emocionales, retórica y lenguajes.
- Efectos sociales de la comunicación persuasiva. El impacto de las tecnologías en el cambio social, especialmente en niños y jóvenes.

Publicaciones más relevantes

- Libro *La magia del planning. Cómo utilizar la planificación estratégica puede potenciar la eficacia de la comunicación*. ESIC Editorial. Madrid, 2017.
- Libro *Claves de la comunicación para niños y adolescentes*. Editorial Fragua, 2015.
- Libro *Bajo la influencia del Branded Content*, capítulo *Perspectiva sobre el contenido de marca*. ESIC Editorial. Madrid, 2014.
- Libro *Planificación estratégica y creatividad* de Ubaldo Cuesta (coordinador), capítulo *La aparición del planner: una nueva forma de enfocar la estrategia*. ESIC Editorial. Madrid, 2012.
- Libro *La función social de la publicidad de la ONCE*. Escuela Libre Editorial, Madrid, 2004.
- Libro *La publicidad en el Tercer Sector*, capítulo *Publicidad social: enfoques y métodos de análisis*. Editorial Icaría, Barcelona, 2003.

Otros méritos

Ha sido asesor de comunicación para empresas como Iberia, Acciona, Indra, Iberdrola, Grupo Fiat Hispania, Banco de Santander...; entidades como Cruz Roja, Comunidad de Madrid, Aldeas Infantiles...; y agencias de publicidad y empresas de comunicación como JWT, Grupo McCann, Nurun, Arroba Digital... Ha sido asesor del Gabinete del Excmo. Ministro de Administraciones Públicas de España (2004-2007) y del plan de comunicación de la rehabilitación urbanística de Pereira, Colombia (2013-2015, <http://goo.gl/RBRRSf>).

Ha sido profesor invitado en varias universidades de Europa, África y América Latina e imparte Masters y cursos de formación a nivel internacional para profesionales sobre *planning* estratégico y comunicación emocional.

Es miembro de The APG España (sección española de *The Account Planning Group*, <http://www.apgspain.es/socios/>), de la AE-IC (Asociación Española de Investigación en la

Comunicación, <http://www.ae-ic.org/esp/home.asp>), de la Academia de la Publicidad (<http://www.academiadelapublicidad.org>) y de la sección *Teens Communities & Digital Literacy* de la Asociación Científica Icono14 (<http://tcdl.icono14.es/anton-alvarez-ruiz>)