



Nombre: Rafael Barberá González

Categoría profesional: Profesor Asociado – Acreditado por la ANECA a Profesor Titular

Licenciatura y doctorado (especificad año y universidad): Licenciatura en Derecho. UCM (1991) Licenciatura en Periodismo. Universidad San Pablo CEU (1997). Doctorado en Periodismo. Universidad San Pablo CEU (2000)

Email: rbarbera@ucm.es

Web: (personal, grupo de investigación, Twitter):

Despacho y horario de tutorías: Despacho 535A (Viernes, de 18 a 19)

Resumen académico-profesional (200 palabras):

Profesor Asociado de “*Psicología de la Comunicación*” en el departamento CAVP II (Facultad de CC. II.), UCM

Profesor de “*Comunicación y Salud: nuevos modelos y tendencias*”, en el MastCo. UCM.

Profesor de “*Labour and Social Security law*”, en ESIC.

Profesor de “*Communication Policy and Digital Advertising*”, en ESIC.

Con anterioridad:

Profesor de “*Estrategias de Comunicación*”, en el Máster Universitario en Acción Política, Fortalecimiento Institucional y Participación Ciudadana en el Estado de Derecho. UFV.

Adjunct Professor de ‘*Political communication and advocacy campaigns*’, en IE University.

Adjunct Professor de ‘*Public Relations*’ y ‘*Social impact of the Media*’ en CIS University.

Director del Master Universitario en Periodismo Audiovisual y del Master Universitario en Producción y Realización en Radio y Televisión. UFV.

Experiencia profesional

2004 - 2016 Director de Comunicación y Relaciones Institucionales de Telemadrid.

Coeditor de los Telenoticias.

Redactor especializado en el área de información internacional, nacional y economía.

Coordinador de Programas formativos.

Con anterioridad:

- Jefe de Política, Ciencia y Sociedad. Revista 'La Clave'
- Director Editorial y de Comunicación de WEB Financial Group (www.bolsamania.com)
- Colaborador de la Revista Artículo 20
- Asesor académico del Centro Universitario Francisco de Vitoria
- Assistant researcher en la sección de las Américas del *Committee to Protect Journalists*, en Nueva York, Estados Unidos.

Líneas de investigación (máximo 3 con 75 palabras):

- El uso de las redes sociales en campañas electorales. Estados Unidos y Europa
- El lobby. Estados Unidos vs. Europa
- Comunicación de crisis. Salud.

Investigaciones más relevantes (máximo 3 con 75 palabras):

- 2017 – 2018 Investigador del Proyecto “Los debates electorales televisados durante las campañas del 20-D y 26-J. Estudio comparativo de los mensajes y la imagen proyectada de los candidatos”. UCM - Santander.
- 2016- actual Miembro del Grupo Innova-Docencia 281. UCM
- 2016 – 2017 Investigador del Proyecto “Efectos del uso multipantalla en las noticias: hacia un nuevo paradigma mediático”. UCM.
- 2013 - 2014 Investigador Principal del Proyecto de Investigación titulado “Estados Unidos y el mundo hispano. Análisis de sus imágenes”. Instituto Franklin – Universidad Alcalá de Henares.
- 2013 - Investigador del Grupo Validado Complutense “Concilium”. Facultad de Ciencias de la Información. UCM

Publicaciones más relevantes (máximo 5):

- 2023 Barberá González, R. (2023). The compared practice of the professional secret of journalists: Su relación con España. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review / Revista Internacional De Cultura Visual*, 15(1), 1–9. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4620>
- 2023 Barberá González, R. (2022). The Spanish reality of the professional secret of journalists: Review from the Constitution of 1978 to the present day. *HUMAN REVIEW. International Humanities Review / Revista Internacional De Humanidades*, 15(5), 1–8. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v11.4281>
- 2022 Barberá González, R. (2022). El interés por el Ómicron en España a través de la herramienta de Google Trends. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 55, 227–245. <https://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e792>

- 2021 Colección ‘Comunica’
Editorial Tirant Lo Blanch
Capítulo sobre “Pandemia del coronavirus en España: la incidencia de las palabras más buscadas en Google trends”.
- 2020 Barberá González, Rafael; Arceo, Alfredo y Álvarez, Sergio (2020). ‘Contexto de percepción generado en Twitter para los debates electorales españoles de diciembre de 2015 y junio de 2016: tratamiento de los factores de credibilidad por los candidatos’. Revista Perspectivas de la Comunicación. Vol. 13. Num. 2. Julio - Diciembre. P. 105-151

Otros méritos (cursos, asesorías, comités científicos..., máximo 75 palabras):

Cursos en las Universidades de Berkeley y UCLA (California – EEUU) sobre "*The European Integration and its effects*", "*Mass media and elections*", "*News Writing*", "*Introduction of Comparative Politics*"