



Máster en Comunicación de las Organizaciones (Mast.CO)



**Nombre:** Juan Enrique González Vallés

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Licenciatura y doctorado (especificad año y universidad):** Licenciado en Periodismo (2004). Doctor en Ciencias de la Información (2013)

**Email:** jegonzalvez@ucm.es

**Despacho y horario de tutorías:** Despacho 403. Lunes y martes, de 9 a 12.

**Resumen académico-profesional:** Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Licenciado en Periodismo. Actualmente, Secretario Académico del Departamento de Teorías y Análisis de la Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid, donde imparte clases de Psicología de la Comunicación y Narrativa Hipermedia. También perteneció durante cinco años a la Universidad CEU San Pablo.

Forma parte del Laboratorio de Neuromarketing NeurolabCenter, así como del Grupo de Investigación Concilium y del Grupo de Investigación UCM Brand Lab: Innovación en la neurocomunicación de marca para la gestión de intangibles organizacionales. Es miembro de las Juntas Directivas de las entidades Sociedad Española de Estudios de Comunicación Iberoamericanos y Fórum XXI. Es editor de la 'Revista de Ciencias de la Comunicación e Información' y editor adjunto de las revistas 'Vivat Academia' y 'Revista de la SEECI'. Asimismo, fue director del Congreso Universitario Internacional sobre la Comunicación: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia y actualmente forma parte de su Comité Organizador y de su Comité Científico.

Profesionalmente ha formado parte de varios medios de comunicación y ha coordinó el proyecto del área de Patrocinios y Comunicación de BBVA: 'Yo Subo con Carlos Soria'. También desempeñó el puesto de Social Media Manager de la Universidad CEU San Pablo y Community Manager de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU San Pablo.

**Líneas de investigación:** Análisis de la Web 2.0 y 3.0, en especial de las redes sociales – Neuromarketing aplicada a la comunicación – Narrativa audiovisual, hipermedia y transmedia

**Investigaciones más relevantes:**

Nombre del proyecto: Presencia del efecto boomerang en la comunicación en favor de públicos vulnerables. estudio de alternativas comunicativas eficaces

Grado de contribución: Miembro del Equipo Investigador

Cód. según financiadora: PR3/23-30840

Nombre del proyecto: Empowering Elderly Adults in emotional selfcare & through the acquisition of digital skills and creativity – Integra\_Lab+

Grado de contribución: Miembro de Equipo Investigador

Ref: 2021-1-DE02-KA220-ADU-000028369

Nombre del proyecto: Análisis de las estrategias de marketing digital de los operadores de juego de azar online con objeto de identificar sus riesgos para los jóvenes y diseñar programas de minimización de sus consecuencias negativas

Grado de contribución: Miembro del Equipo Investigador

Ref: SUBV23/00012

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

Grado de contribución: Investigador

Ref: RTI2018-097670-B-100

Nombre del proyecto: Personas mayores, e-commerce y Administración electrónica: Hacia la ruptura de la tercera brecha digital” (CSO2015-66746-R); y “Nuevos escenarios de vulnerabilidad digital: alfabetización mediática para una sociedad inclusiva (PROVULDIG2-CM)

Grado de contribución: Investigador

Referencia H2019/HUM-5775.

Nombre del proyecto: La transición digital de la industria cultural creativa y sus efectos en la formación de la política cultural

Grado de contribución: Investigador

Nombre del proyecto: Convenio de colaboración empresarial en actividades de interés general entre la Universidad San Pablo-CEU y Telepizza para un concurso de creatividad

Grado de contribución: Investigador

### **Publicaciones más relevantes:**

Santana-Villegas, J. R., Fernández-Linares, P., González-Vallés, J. E., & Viñarás-Abad, M. (2023). Los MBA en México y su aporte a la formación en reputación corporativa. *Revista Latina de Comunicación Social*, (81), 17.

González-Vallés, J. E., Barquero-Cabrero, J. D., & Enseñat-Bibiloni, N. (2023). Voter's Perception of Political Messages Against the Elite Classes in Spain: A Quasi-Experimental Design. *Politics and Governance*, 11(2), 175-186.

González-Vallés, J. E., Viñarás-Abad, M. & Nevado-Viñarás, C. (2023). 6. El impacto del "blockchain" en comunicación: industrias culturales y creativas y el mercado del arte. In *Innovar en Periodismo: de la Desinformación al Metaverso* (pp. 109-124). Tirant lo Blanch.

Mañas-Viniegra, L., Viñarás-Abad, M., & González-Vallés, J. E. (2023). Branded Content and Disability: Opportunities for Contributing to SDGs. In *Handbook of Research on the Future of Advertising and Brands in the New Entertainment Landscape* (pp. 193-213). IGI Global.

Barrientos-Báez, A., González-Vallés, J. E., Barquero-Cabrero, J. D., & Caldevilla-Domínguez, D. (2022). Spanish Tipsters and the Millennial and Centennial Generations in the Scenario of a Pandemic. *Media and Communication*, 10(1), 286-296.

Barquero Cabrero, J. D., Caldevilla Domínguez, D., Barrientos Báez, A. & González Vallés, J. E. (2022). Social networks as a vehicle for happiness management in university governance. *Corporate Governance: International Journal of Business in Society*, 22(3), 521-535.

Nieto, M. T. G., Domínguez, D. C., González, J. E. & Abad, M. V. (2022). 50 años en la enseñanza de las Relaciones Públicas en la Universidad Complutense de Madrid. In *Investigación en docencia y comunicación: 50 años de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid* (pp. 49-64). Tirant Humanidades.

Brito, A. C., Critikian, D. M., Viñarás, M., & González-Vallés, J. E. (2022). Posicionamiento de Greenpeace a través de las redes Sociales. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual*, 9(Monográfico), 1-14.

González-Vallés, J. E., Viñarás-Abad, M., Rodríguez-Terceño, J. & Martín-Critikián, D. (2022). 14. Cultural tourism and museums 2.0 in confinement: the case of the Reina Sofía Museum in Madrid (Spain). *Comunicación y soluciones digitales para nuevos contenidos*.

Martín Critikián, D., González Vallés, J. E., Viñarás, M., & Vargas Delgado, J. J. (2022). La opinión de los estudiantes del grado en Publicidad y Relaciones Públicas sobre la Responsabilidad Social Corporativa. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 26(2), 78-96.

Martín-Critikián, D. M., González, J. E., & Viñarás-Abad, M. (2021). Materialidad y confianza con los grupos de interés en un entorno de sostenibilidad. *Sphera Publica*, 2(21), 198-219.

González, J. E., Barrientos-Báez, A., & Caldevilla-Domínguez, D. (2021). Gestión de las redes sociales en las campañas electorales españolas en 2019. *Anàlisi*, 65, 67-86.

González-Vallés, J. E., Caerols-Mateo, R., Cabezuelo-Lorenzo, F., & Abad, M. V. (2021). Comunicar el arte contemporáneo sin visitar el museo: El Reina Sofía durante el confinamiento por Covid-19. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review*, 8(2), 203-218.

Martín-Critikián, D., Rodríguez-Terceño, J., González-Vallés, J. E., & Viñarás-Abad, M. (2021). Tourism Advertising in Times of Crisis: The Case of Spain and COVID-19. *Administrative Sciences*, 11(3), 101.

Cabrero, J. D. B., Domínguez, D. C., Báez, A. B., & González-Vallés, J. E. (2021). Social networks as a vehicle for happiness management in university governance. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*.

Critikián, D. M., González-Vallés, J. E., Cabrero, J. D. B., & Pérez-Santana-Pulgarín, B. (2021). Comunicación y tecnología: La comunicación de los tipsters a través de las redes sociales: Caso de Juan Gayá. *Revista Inclusiones*, 678-707.

Kolotouchkina, O., González Vallés, J. E., & Alonso Mosquera, M. D. H. (2021). Fostering key professional skills and social activism through experiential learning projects in communication and advertising education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 76(1), 46-64.

Caldevilla-Domínguez, D., Barrientos-Báez, A., González-Vallés, J. E., & Blanco-Pérez, M. (2021). Social networks and international relations in the tourism sector. *JANUS. NET e-journal of International Relations. Thematic dossier: International Relations and Social Networks*, 191-203.

González-Vallés, J. E., Caldevilla-Domínguez, D., & Barrientos-Báez, A. (2021). Comunicación en Twitter: Coronatec en la fase inicial del confinamiento en España. *Revista Prisma Social*, (32), 476-497.

González-Vallés, J. E., Barquero-Cabrero, J. D., Caldevilla-Domínguez, D., & Barrientos-Báez, A. (2021). Tipsters and Addiction in Spain. Young People's Perception of Influencers on Online Sports Gambling. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(11), 6152.