



Dra. María José Pérez Serrano

mariajoseperezserrano@pdi.ucm.es

Currículum Vitae

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

Licenciada en Periodismo; doctora en Ciencias de la Información; Premio Extraordinario de Doctorado y MBA, con la especialidad de Gestión Financiera. Es profesora del Departamento Periodismo y Comunicación Global de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, y miembro del grupo de investigación MediaCom UCM, y del proyecto I+D con financiación ministerial “CI-COMPOL”.

Especialista en gestión, organización y dirección de la Empresa Informativa, también tiene una importante dedicación académica en lo concerniente al plano metodológico y docente de su área de conocimiento. Es Profesora Titular de Universidad; cuenta con el Certificado I3; tiene un sexenio de investigación reconocido (2011-2016) y dos quinquenios de docencia (UCM). Ha pertenecido, entre otros, al cuerpo docente de la Universidad Pontificia de Salamanca y de la Universidad San Jorge, y, ahora, de la Universidad Complutense de Madrid, donde además es la Coordinadora del Campus Virtual en la Facultad de Ciencias de la Información. Asimismo, ha desarrollado estancias e impartido conferencias en universidades nacionales e internacionales de Argentina, Bélgica, México, Francia, Italia y Portugal. Fue miembro en la fundación de la European Media Management Association (EMMA) y, actualmente, es coordinadora de la sección Periodismo y Nuevos Medios de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) y tesorera de la Sociedad Española de Periodística (SEP).

Entre sus publicaciones de los últimos cinco años destacan los siguientes artículos:

1. Rodríguez Pallares, M., & Pérez Serrano, M.J. (2022). Gestión y organización colaborativa de medios digitales en España. Estudio de casos de *El Salto*, *CTXT* y *La Marea*. *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, (35), 127–147. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n35a1572> (Publicado el día 13 de julio de 2022).
2. Pérez Serrano, M.J., García Santamaría, J.V., & Rodríguez Pallares, M. (2021). La prensa regional en España: análisis y perspectiva económica y editorial. *Historia y Comunicación Social*, 26(1), 181-190. <https://doi.org/10.5209/hics.75707>
3. Alcolea-Díaz, G., Pérez Serrano, M.J., & Sorrentino, C. (2021). *Engagement*, comunidad y *crowdfunding*: productos periodísticos bajo demanda en el entorno de la Covid-19. *Observatorio (OBS*)*, 15(4), 96-115.



- <https://doi.org/10.15847/obsOBS15420211807> (Publicado el día 17 de diciembre de 2022).
4. Pérez Serrano, M.J., & García Santamaría, J.V. (2021). El papel de los periodistas *influencers* en las empresas mediáticas: su valor, poder y condiciones económicas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(1), 399-408. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.70266>
 5. Pérez Serrano, M.J., Fernández Sande, M., & Rodríguez Pallares, M. (2020). Entornos de aprendizaje digitales en el área de Empresa Informativa. *Gaming* e incidencia en actividades y evaluación. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 62, 111-130. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3288>
 6. García Santamaría, J.V., & Pérez Serrano, M.J. (2020). Grupos de comunicación en España: madurez y profundas transformaciones en un final de ciclo, *Palabra Clave*, 23 (4), e2345, 1-32. <https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.4.5>
 7. Pérez Serrano, M.J., García Santamaría, J.V., & Rodríguez Pallares, M. (2020). The Social Media Presence of Ibex 35 Top Executives and their Role as Influencers. [La presencia en redes sociales de los máximos ejecutivos del Ibex 35 y su papel como *influencers*]. *Communication & Society*, 33(2), 313-328. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.313-328>
 8. García Santamaría, J.V., Pérez Serrano, M.J., & Rodríguez Pallares, M. (2020). Los portavoces oficiales y la estrategia audiovisual en la crisis del Covid-19 en España. *Profesional de la Información*, 29(5), e290513. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.13>
 9. García Santamaría, J.V., Pérez Serrano, M.J., & Alcolea-Díaz, G. (2019). Prisa en el sistema mediático español: del liderazgo a la pérdida de centralidad. *Profesional de la Información*, 28(6), e280614. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.14>
 10. Pérez Serrano, M.J., & García Santamaría, J.V. (2018). Vocento o los límites de la prensa regional. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(1), 311-322. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.59952>
 11. Rodríguez Pallares, M., & Pérez Serrano, M.J. (2018). La capitalización del conocimiento en la empresa de medios. Guía de buenas prácticas para su rentabilización estratégica. *Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación*, 42(3), 6-17. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2018.i42.01>