

Fecha del CVA	04/08/2025
---------------	------------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	JORGE		
Apellidos	CLEMENTE MEDIAVILLA		
Sexo		Fecha de Nacimiento	
DNI/NIE/Pasaporte			
URL Web			
Dirección Email			
Open Researcher and Contributor ID (ORCID)			

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Catedrático de Universidad		
Fecha inicio	2024		
Organismo / Institución	Universidad Complutense de Madrid		
Departamento / Centro	Ciencias de la Comunicación Aplicada / Facultad de Ciencias de la Información		
País		Teléfono	
Palabras clave	Humanidades y ciencias sociales		

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora - indicar meses totales, según texto convocatoria-)

Periodo	Puesto / Institución / País
2017 - 2025	Decano / Universidad Complutense de Madrid
2016 - 2017	Vicedecano de Calidad e Infraestructuras / Universidad Complutense de Madrid
2012 - 2016	Vicedecano de Tecnología y Prácticas / Universidad Complutense de Madrid
2019 -	Director MÁSTER EN GUION UCM-MEDIAPRO / Universidad Complutense de Madrid
2014 -	Director MÁSTER EN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL / Universidad Complutense de Madrid
2007 -	Profesor Postgrado CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DE GESTIÓN EN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL. / UNIVERSIDAD DE SALAMANCA - JUNTA DE EXTREMADURA.
2000 -	Jefe de Producción / ACANTO CINE & VÍDEO, S.A.
	Ayudante de Producción / P.A.S.H., S.L.
	Director de Producción / MATE PRODUCTION, S.A.
	Jefe de Producción / ACANTO CINE & VIDEO, S.A.
	Jefe de Proyectos Audiovisuales / MATE PRODUCTION, S.A.

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES

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

AC: Autor de correspondencia; (nº x / nº y): posición firma solicitante / total autores. Si aplica, indique el número de citaciones

- Artículo científico.** NVG; ARM; (3/4) JCM; DJS. 2023. Understanding STI and SDG with artificial intelligence: A review and research agenda for entrepreneurial action. Technological Forecasting & Social Change.

- 2 **Artículo científico.** NVG; ARM; (3/4) JCM; DJS. 2023. Using algorithms to determine social activism and climate skepticism in user-generated content on Twitter. Profesional de la Información.
- 3 **Artículo científico.** JSH; NVG; (3/4) JCM; TPG. 2022. Deconstructing Corporate Activism: A consumer approach. Journal of Management and Organization. Cambridge University. pp.1-15.
- 4 **Artículo científico.** NMA; (2/3) JCM; LDE. 2022. La recepción del ensayo audiovisual español contemporáneo. Icono 14. pp.1-17.
- 5 **Artículo científico.** RA; (2/3) JCM; MJPL. 2021. Communicative functions in human-computer interface design: a taxonomy of functional animation. Review of Communication Research. 9, pp.29-35.
- 6 **Artículo científico.** NVG; (2/4) JCM; JSH; CLA. 2021. When polarization his corporations: the moderating effect of political ideology on corporate activism. Profesional de la Información.
- 7 **Artículo científico.** RA; (2/3) JCM; MJPL. 2020. Flash 99%...What?. Journal of Graphic Design Grafica. 8-16, pp.29-35.
- 8 **Artículo científico.** IMS; ASM; JCM. 2020. Importancia de los insights en el proceso estratégico y creativo de las campañas publicitarias. ESTUDIOS SOBRE EL MENSAJE PERIODÍSTICO.
- 9 **Capítulo de libro.** RA; (2/3) JCM; MJPL. 2020. Recursos de animación gráfica en aplicaciones de mensajería instantánea. Gestión y formación audiovisual para crear contenidos en RRSS. McGraw Hill. pp.621-635. ISBN 978-84-486-2038-7.
- 10 **Libro o monografía científica.** (1/2) JCM (AC); DJS. 2023. El impacto social de la universidad en la transferencia de conocimiento. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- 11 **Libro o monografía científica.** JCM; MRA. 2020. Docencia e investigación en Comunicación en España. Docencia e investigación en Comunicación en España. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

C.2. Congresos

- 1 RAM; JCM; MPM. Recursos de animación gráfica en aplicaciones de mensajería instantánea.. I Congreso Internacional Comunicación y Redes Sociales en la Sociedad de la Información. Universidad Complutense de Madrid. 2020. España.
- 2 JCM. Criterios de evaluación en Comunicación y apoyo a la investigación: desarrollo de propuestas. III Jornadas de formación y empleo: los estudios de doctorado y la formación de investigadores en comunicación. 2019. España.
- 3 JTH; JCM; JTH. Estudio de la comunicación transmedia desde la física y las matemáticas. VI Congreso de Metodologías en Investigación de la Comunicación. 2019. España.
- 4 RAM; JCM; MPM. Hacia una taxonomía de funciones de la animación en la interfaz de usuario. VII Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales. Retos de la tecnología.. 2019. España.
- 5 RAP; JCM. Análisis de los contenidos más vistos en la historia de YouTube. VII Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. La pantalla insomne. 2015. España.
- 6 RAP; JCM. YouTube como herramienta significativa para la estrategia de comunicación de marcas: caso de estudio de engagement, insight y creatividad de las cinco campañas más relevantes a nivel mundial de la plataforma de vídeo. VII Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. La pantalla insomne.. 2015. España.
- 7 EGF; JCM. La marca España y el cine español en el contexto de internet.. IV Congreso Internacional de AEIC: Espacios de Comunicación. 2014. España.
- 8 Emilio García; María Isabel Reyes; Jorge Clemente.. El cine español, ese gran desconocido. Un acercamiento desde la mirada del espectador para definir su marca.. Congreso Universitario Internacional sobre la Comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: contenidos, investigación, innovación y docencia.. 2012.

C.3. Proyectos o líneas de investigación

- 1 **Proyecto.** Green Artivism. UNION EUROPEA. DIMITRINA SEMOVA. (Universidad Complutense de Madrid). 01/01/2022-31/12/2023. 140.000 €. Investigador principal. Entidades participantes: Universidad Complutense de Madrid (España), INNOVATION HIVE (Grecia), Future Needs Management Consulting Ltd (Chipre), Mednarodni Institut za Implementacijo Trajnostnega Raz...
- 2 **Proyecto.** El impacto de la pandemia en los medios de comunicación y las industrias de entretenimiento: tendencias económicas, laborales y de audiencia. Carmen Salgado Santamaría. (Universidad Complutense de Madrid). 01/07/2022-30/12/2023. 11.732 €. Miembro de equipo.
- 3 **Proyecto.** La marca como fenómeno social: activismo corporativo, confianza y percepciones.. Universidad Complutense de Madrid; Banco de Santander. NURIA VILLAGRA GARCÍA. (Universidad Complutense de Madrid). 01/01/2020-31/12/2020. 12.000 €.
- 4 **Proyecto.** El ensayo en el audiovisual español contemporáneo. Ministerio de Economía y Competitividad. CSO2015-66749-P. Norberto Mínguez Arranz. (Universidad Complutense de Madrid). 01/01/2016-31/12/2018. 38.200 €. Miembro de equipo.
- 5 **Proyecto.** Nuevos escenarios de comunicación de marca en las empresas e instituciones.. Desarrollo e Innovación orientada a los Retos de la Sociedad.; Ministerio de Economía y Competitividad. Programa Estatal de Investigación. Juan Benavides Delgado. (Universidad Complutense de Madrid). 01/01/2014-31/12/2016. 54.450 €. Miembro de equipo.
- 6 **Proyecto.** La imagen de marca del cine español.. Ministerio de Ciencia e Innovación. Plan Nacional de I+D+i 2008-2011.. Emilio Carlos García Fernández. (Universidad Complutense de Madrid). 02/12/2011-02/02/2014. 30.000 €. Miembro de equipo.
- 7 **Proyecto.** La gestión de la marca en las instituciones españolas.. Banco de Santander – Universidad Complutense de Madrid.. Juan Benavides Delgado. (Universidad Complutense de Madrid). 01/11/2011-31/12/2011. 1.600 €. Miembro de equipo.
- 8 **Proyecto.** Estudio sobre el sector cinematográfico en España.. Banco de Santander – Universidad Complutense de Madrid.. Emilio Carlos García Fernández. (Universidad Complutense de Madrid). Desde 01/11/2011. 1.200 €.
- 9 **Contrato.** Investigación, desarrollo e implementación para el aprendizaje y consulta del lenguaje DACTYLS Organización Nacional de Ciegos Españoles. MARÍA GUIJARRO MATA-GARCÍA. 15/06/2019-15/06/2021. 132.000 €.
- 10 **Contrato.** Innovación en Comunicación: Observatorio de tendencias CORPORATE EXCELENCE FOR REPUTATION LEADERSHIP; TELEFONICA DE ESPAÑA, S.A.U.. JUAN BENAVIDES DELGADO. 01/2012-01/12/2012. 6.000 €.
- 11 **Contrato.** Informe Técnico sobre el sector publicitario español. IAA (INTERNATIONAL ADVERTISING ASSOCIATION). JUAN BENAVIDES DELGADO. 01/09/2010-30/11/2010. 44.000 €.