

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA	19/04/2024
----------------------	------------

Nombre y apellidos	Clara Muela Molina		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	L-1903-2014	
	Código Orcid	0000-0002-1344-8731	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Rey Juan Carlos		
Dpto.	Ciencias de la Comunicación y Sociología		
Dirección	Camino del Molino 5, 28942 Fuenlabrada (Madrid)		
Teléfono		correo electrónico	clara.muela@urjc.es
Categoría profesional	Catedrática de Universidad	Fecha inicio	2021
Palabras clave	Radio, publicidad, salud, comunicación, regulación, autorregulación,		

A.2. Formación académica

Licenciatura	Universidad Complutense	1992
Doctorado	Universidad Complutense	1996

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

- Sexenios de investigación: 3 (2001-2009) (2010-2015) (2016-2021)
- Tesis dirigidas: 1
- Publicaciones JCR: 14
- Publicaciones Scielo-Scopus: 25
- Publicaciones totales Q1: 13
- Google Scholar. Total citas: 909; Índice h: 16; Índice i10: 28
- Web of Science. Publications: 50; Total Times Cited: 150; h-index: 8
- Scopus. Documents: 26; Citations: 158; h-index: 7

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Profesora en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos desde 2001. Autora de más de 70 publicaciones en forma de artículos, libros y capítulos de libro de las que 60 presentan índices de calidad en revistas indexadas en JCR y Scopus (Business Research Quarterly, European Journal of Communication, Health Policy, International Journal of Communication, Journal of Global Marketing, Journal of Marketing Communications, Journalism, Public Health, Public Health Nutrition, Psychology of Music, El Profesional de la Información o Communication & Society), FECYT y ESCI-Clarivate. La comunicación comercial relacionada con la salud es la línea prioritaria de investigación desde hace más de 10 años.

Ha participado en 7 proyectos; 5 son I+D+i del Plan Nacional sobre comunicación y salud; en 4 como miembro del Equipo de Investigación; en 3 como IP del Ministerio de Economía y Competitividad de la modalidad de RETOS: PERSA ("Publicidad engañosa en radio de productos relacionados con la salud", CSO2014-55804-R), RESAPS ("Responsabilidad social, autorregulación publicitaria y salud en la radio", CSO2017-82267-R) y RISKYLIES ("Falsos prescriptores, publicidad engañosa de salud y concienciación del consumidor", PID2020-112781RB-I00).

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

C.1. Artículos

1. Castillo Abdul Hadi, B; Blanco-Herrero, D.; Muela-Molina, C. (2022). YouTubers y dietas milagros: la difusión de contenidos de salud entre 2020 y 2021. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 475-94. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1743>.
2. Muela-Molina, C.; Perelló-Oliver, S.; García-Arranz, A. (2021). Alcohol Advertising Regulation for the Adult Population: An Analysis of Distilled Spirits Radio Endorsements in Spain. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 82(5), 610-614.
3. Muela-Molina, C.; Perelló-Oliver, S.; García-Arranz, A. (2021). False and Misleading Health-related claims in food supplements on Spanish Radio. An Analysis from a European Regulatory Framework. *Public Health Nutrition*, 24(15), 5156-5165.
4. Muela-Molina, C.; Perelló-Oliver, S.; García-Arranz, A. (2021). Health-related claims in food supplements endorsements: a content analysis from the perspective of EU regulation. *Public Health*, 190, 168-172.
5. Muela-Molina, C.; Perelló-Oliver, S.; García-Arranz, A. (2020). The Endorsers' Presence on Regulation and Endorsements in Dietary Supplements' Advertising on Spanish Radio. *Health Policy*, 124(8), 902-908.
6. Muela-Molina, C.; Perelló Oliver, S.; y de la Quintana, A. (2020). "Dietary supplements' endorsements. A content analysis of claims and appeals on Spanish radio". *Communication & Society*, 33(2), 79-90.
7. Muela-Molina, C., Martín-Santana, J. D., y Reinares-Lara, E. (2020). "Journalists as radio advertising endorsers in news or talk radio stations". *Journalism*, 21(12), 1913-1931. <https://doi.org/10.1177/1464884917753785>
8. Perelló-Oliver, S.; Muela-Molina, C.; Campos-Zabala, M. V. (2019). "Testimoniales en la publicidad radiofónica de productos relacionados con la salud en España y su regulación (2009-2016)". *El profesional de la información*, 28(2), <https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.02>
9. Muela-Molina, C., Perelló-Oliver, S., y Hormigos-Ruiz, J. (2016). "Unidentified advertising: Separating contents and radio owner responsibility". *European Journal of Communication*, 31(5), 519-535. <https://doi.org/10.1177/0267323116666480>.
10. Martín-Santana, J.D., Reinares-Lara, E., y Muela-Molina, C. (2015). "Music in radio advertising: Effects on radio spokesperson credibility and advertising effectiveness". *Psychology of Music*, 43(6), 763-778. <https://doi.org/10.1177/0305735614567701>

C.2. Proyectos

- *Falsos prescriptores, publicidad engañosa de salud y concienciación del consumidor*. MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN, PID2020-112781RB-I00. Investigadores Principales: Salvador Perelló Oliver y Clara Muela Molina (Universidad Rey Juan Carlos). Desde: 01/09/21 Hasta: 31/08/24 53.724. 53.724 €. Investigadora Principal.
- *Responsabilidad social, autorregulación publicitaria y salud en la radio*. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD, CSO2014-55804-R. Investigadores Principales: Salvador Perelló Oliver y Clara Muela Molina (Universidad Rey Juan Carlos). Desde: 01/01/2018 Hasta: 31/12/2020. 24.200 €. Investigadora Principal.
- *Publicidad engañosa en radio de productos relacionados con la salud*. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD, CSO2014-55804-R. Investigadores Principales: Salvador Perelló Oliver y Clara Muela Molina (Universidad Rey Juan Carlos). Desde: 01/01/2015 Hasta: 31/12/2017. 14.900 €. Investigadora Principal.
- *La publicidad de Televisión entre otros factores socioculturales influyentes en los trastornos de conducta alimenticia. Estudio experimental y panel de expertos nacionales*. MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA. SEJ2007-67130-C03-02/SOCI. Investigadores principales: Mónica Jiménez Morales y M^a Victoria Carrillo Durán (Universidad Pompeu Fabra y Universidad de Extremadura) Investigador responsable: María Sánchez Hernández (Universidad Rey Juan Carlos). Enero 2007- Diciembre 2011. 36.000 euros. Investigadora Colaboradora.

C.3. Divulgación y colaboración con la industria

- *El teléfono como instrumento de servicio social*. FUNDACIÓN FRANCE TELECOM. Investigadora Principal: Clara Muela (Universidad Rey Juan Carlos). 03/2007- 09/2008, 7.758 €; artículo 83.

- Colaboración como autora en el *eEspaña. Informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España* (2008 y 2009), Col. Análisis y Prospectiva. Madrid: Fundación Orange.

C.4. Congresos

Ha presentado 48 comunicaciones en los principales congresos internacionales de comunicación organizados por asociaciones de referencia con proceso de revisión y comité científico organizados por asociaciones de referencia como ICA, IAMCR, ECREA, ICORIA.

1. García-Arranz, A.; Muela-Molina, C.; Perelló-Oliver, S. (2021). "Radio Personalities in Food Supplements Endorsements. An Analysis of Health-Related Claims (H-RCs) from an EU Regulatory Perspective". 19th International Conference on Research in Advertising (ICORIA). Bordeaux.
2. García-Arranz, A.; Muela-Molina, C.; Perelló-Oliver, S.; Romero-Rodríguez, L.M.; y Castillo-Abdul, B.; (2021). "Health-Related Claims in Food Supplements Radio Endorsements". 71st Annual ICA Conference. Virtual Conference.
3. Perelló-Oliver, S.; Romero-Rodríguez, L.M.; Muela-Molina, C.; García-Arranz, A.; y Castillo-Abdul, B.; (2020). "The media self-regulation and the non-compliance on radio alcohol advertising in Spain: Is a new model of enforcement necessary?". International Association for Media and Communication Research (IAMCR). Tampere.
4. Muela-Molina, C.; Perelló-Oliver, S.; y García-Arranz, A. (2019). "La publicidad de complementos alimenticios (CA). Análisis de la presencia de testimoniales, declaraciones saludables y apelaciones en la radio generalista en España". International Association for Media and Communication Research (IAMCR). Madrid.
5. Perelló-Oliver, S.; Muela-Molina, C.; y García-Arranz, A. (2019). "Presencia Ilícita de Testimoniales en la Publicidad de Complementos Alimenticios en la Radio Generalista en España". International Association for Media and Communication Research (IAMCR). Madrid.

C.4. Otros méritos

Miembro de la Foundation for Advertising Research (FAR) con sede en Australia y Nueva Zelanda desde 2015 y de la Global Advertising Lawyers Alliance (New York) desde 2018, en ambos casos, por invitación.

Evaluadora externa (2016): Master Thesis "The effects of vocal pitch and foreign accent (Chinese-accented English) for congruent and incongruent products in radio advertising". Macquarie University, Sydney (Australia).

Miembro del Comité Científico de la Revista Mediterránea de Comunicación (2019-) y evaluadora externa de proyectos competitivos nacionales (2016-2022) para la Agencia Estatal de Investigación (AEI).

Desde 2008, evaluadora externa para revistas científicas indexadas en JCR/Scopus con 39 reviews verificadas por Publons: Corporate Communications; Psychology of Music; Drug and Alcohol Review; International Review of Law, Computers & Technology; Journal of Marketing Communications; Journalism & Mass Communication Quarterly; Mass Communication and Society; Journal of Radio & Audio Media; Public Health; Convergencia; Mediterranean Journal of Communication; Palabra Clave; Cuadernos.info; Fonseca; Adcomunica; Área Abierta; o Index.Comunicación entre otras.

También evaluadora habitual para congresos científicos internacionales: European Communication Conference (ECREA); International Conference on Research in Advertising (ICORIA). European Advertising Academy (EAA); Annual ICA Conference. International Communication Association (ICA); y Congreso Iberoamericano en Investigación Cualitativa (CIAIQ).