

Nº Procedimiento: 030569 Código SIACI: SKAZ

**ANEXO III. INFORMACIÓN CURRICULAR: CURRICULUM ABREVIADO (CVA).
CONVOCATORIA 2024.**

EXTENSIÓN MÁXIMA 4 PÁGINAS (sin incluir la página 1)

Para cumplimentarlo, lea detenidamente las instrucciones disponibles en la Sede Electrónica (<https://www.jccm.es/>) y en el Portal de Educación (<http://www.educa.jccm.es/idiuniv/es/investigacion/convocatorias-ayudas-proyectos-investigacion>)

Parte A. DATOS PERSONALES

		Fecha del CVA	13/11/2024
Nombre y apellidos	Patricia Núñez Gómez		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID		
	Código Orcid		

A.1. Situación profesional actual

Organismo			
Dpto./Centro			
Dirección			
Teléfono		correo electrónico	
Categoría profesional	Catedrática de Universidad	Fecha inicio	28/01/1988
Espec. cód. UNESCO			
Palabras clave	Alfabetización mediática, jóvenes, entornos digitales, nuevas formas de comunicación		

A.2. Formación académica (título, institución, fecha)

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Publicidad y RRPP	Universidad Complutense de Madrid	1986
Doctorado en Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas	Universidad Complutense de Madrid	1992

Nº Procedimiento: 030569 Código SIACI: SKAZ

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

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco)

Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense. Especializada en Nuevas Generaciones, Alfabetización Digital y Género.

Ex- Chair de la Asociación Internacional de ECREA (European Communication Research and Education Association) en la Sección de Publicidad (2010-2018), miembro del Executive Board en Ecrea en el equipo de trabajo de Relaciones con América Latina. Miembro del área de children and Media.

Directora de la Cátedra de Comunicación Digital en Infancia y Adolescencia. (2016-).

Coordinadora del grupo en Icono14 de Competencias Digitales y jóvenes.

Chair in IAMCR (International Association for Media and Communication Research) en la Sección de Género.

Responsable de Unesco en la UCM en la Red Unitwin (Red de Universidades) en Género, medios y Nuevas Tecnologías. Asesora en Revistas nacionales e internacionales. Comité Científico en congresos internacionales y nacionales. Miembro del Grupo de Investigación de la Universidad Tadeo Lozano de Colombia, del Grupo de investigación Digital de la Universidad de Oporto, Ceos.pp (Centre for organizational and Social studies of Polythecnic of Porto).

Directora del Grupo Socmedia (Grupo Complutense para nativos Digitales y Competencias Comunicativas).

Profesora Invitada en Finlandia (Helsinki University, Lachti University), Brazil (Sao Paulo University) Brasil (Campinas), Colombia (Politécnico Gran Colombiano, U-Tadeo Lozano), France (University of Poitiers), London (University of East London), Denmark (Aalborg University), Malta (university of Malta), Santo Domingo (University of PUCMM).

En relación con sus aportaciones científicas, sus áreas de investigación se centran en la educación mediática publicitaria y los estudios de género, en especial centrada en niños y adolescentes. Ha publicado más 44 artículos académicos, capítulos de libro y libros sobre estas temáticas.

Por otro lado, he realizado aportaciones a la sociedad, debido a mi trabajo investigador en el ámbito de la educación mediática, he escrito capítulos divulgativos destinados a profesorado, así como talleres de innovación docente. Asimismo, he colaborado a través de contratos de artículo 83 para llevar a cabo proyectos de transferencia entre empresa, entidades sin ánimo de lucro y universidad. Colaboradora con ENL´s en campañas sobre adicciones con la UCM , dando lugar a numerosos proyectos de innovación desde hace más de 20 años.

Finalmente, ha sido coordinadora de Monográficos, directora de Congresos, presidenta de mesa plenaria, comité científico en congresos internacionales, revisora de revistas indexadas, evaluadora de proyectos, becas y planes de estudios nacionales.

Nº Procedimiento: 030569 Código SIACI: SKAZ

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

- Feijoo, B., López-Martínez, A., & Núñez-Gómez, P. (2022). Body and diet as sales pitches: Spanish teenagers' perceptions about influencers' impact on ideal physical appearance. *Profesional De La información*, 31(4).
- García-Rivero, Ainhoa; Cortés Quesada, José Antonio; Feijóo, Beatriz, & Núñez Gómez, Patricia (2025). Does talking about advertising make me recognize it better? Incidence of parental and social mediation on the advertising literacy of the Alpha generation. *Revista Latina de Comunicación Social*, 83, 1-19
- Kolotouchkina, O., Rangel, C., & Gómez, P. (2023). Digital Media and Younger Audiences. *Media and Communication*, 11(4), 124-128.
- Larrañaga, K., Monguí Monsalve, M., Rangel, C., & Núñez-Gómez, P. (2022). Confinamiento y actividad comunicativa en línea de los niños y las niñas en España. *Palabra Clave*, 25(1), e2519.
- Mañas-Viniegra, L & Núñez-Gómez, P (2020) Branded Content: Analysis of Case Studies and Measurement of Its Effectiveness Using Neuromarketing Techniques in *Handbook of Research on Transmedia Storytelling, Audience Engagement, and Business Strategies* pp.215-238
- Mañas-Viniegra, L, Núñez-Gómez, P & Tur-Viñes, V (2020) Neuromarketing as a strategic tool for predicting how Instagramers have an influence on the personal identity of adolescents and young people in Spain, *Helyon*, 6, 3-16
- Martínez Pastor, E, Núñez-Gómez, P Chériguy, F (2021) *Entertainment or advertising? Youtube channels displaying content created by kids*. Berna, Peter Lang,
- Núñez-Gómez, P, Larrañaga-Martínez, P, & Rangel Pérez, C (2021); Critical analysis of the risks in the use of the internet and social networks in children and adolescents. *Frontiers in psychology*. 12:683384
- Zamith, F, Mañas-Viniegra, L & Núñez-Gómez, P (2021) Cognitive perception of native advertising in the spanish and portuguese digital press. *Digital Journalism*. Pp.63-78.
- Núñez-Gómez, P, & Mañas-Viniegra, L & Rodrigo-Martín, L (2020) Autoconfianza y expectativas de carrera profesional en los menores en función del género. El uso; de la creatividad para determinar el modelo aspiracional. *Espacios*. 41, pp. 41 - 57.
- Núñez-Gómez, P Sánchez-Herrera, J Pintado-Blanco, T (2020). Children's engagement with brands: from social media consumption to brand preference and loyalty. *Sustainability*. 12.
- Núñez-Gómez, P.; Higuera-Brunner, M.; Lamelas Ocaña, B.; Establés, M-J (2016). Competences and media literacy in primary. *Prisma Social*. 2016-Extra 1. ISSN 19893469

Nº Procedimiento: 030569 Código SIACI: SKAZ

- Rangel-Pérez, C., Vázquez Rodríguez, L.G., Núñez-Gómez, P. (2024). Developing Advertising Literacy Strategies Aligned with Legal and Self-Regulatory Frameworks. In: Feijoo, B., Fernández Gómez, E. (eds) Advertising Literacy for Young Audiences in the Digital Age. Springer, Cham

C.2. Proyectos

1. CREMO (creativity E-modules in Education). PATRICIA NUÑEZ GOMEZ. 01/09/2015 - 01/09/2018. Proyecto ErasmusK2. Investigador principal en España Ref. KA203-2015-013
2. Proyecto Europeo Sic-Spain (desde 2018-2021) Safe Internet for Kids. Investigadora Principal en la última convocatoria. Inea/CEF/ICT/A2018/1634424
3. Proyecto Europeo Sic-Spain "Safer Internet Centre Spain 3.0 – SIC-SPAIN 3.0 (Grant Agreement number 101083846"
4. Proyecto Europeo Sic-Spain 4.0 (2024-2025) En todos ellos como IP UCM Grant Agreement.101158532
5. DIGITALFIT, Influencia de las Redes sociales en la alimentación y aspecto físico de los menores (2022-2023) Subvencionado por Fundación Mapfre
6. TEENONFIT Entre lo saludable y el culto al cuerpo. Influencia del contenido publicado por fitinfluencers en el cuidado del cuerpo de los adolescentes. UNIR, 2024
7. Grupo SOC MEDIA. Programa de Creación y consolidación de Grupos de investigación. FUNDACIÓN GENERAL DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. IP del Grupo. Desde 2018. Grupo constituido en 2009.
8. INFLUIDENTITY. La incidencia del marketing de influencers en la construcción de la identidad digital de los adolescentes. Plan propio UNIR. Duración: 2024-2026. IPs: Beatriz Feijóo y Jesús Díaz del Campo. Miembros del equipo de investigación: Patricia Núñez Gómez, María José Establés.
9. Actualmente participando en los proyectos europeos de FITTER (Horizon Europe), sobre transición digital y verde justa y EDIRE (H2021 Widera), sobre igualdad, inclusión, diversidad y excelencia académica en los países del Este. (Proyectos acabados RISEWISE, MILIEU)

C.3. Proyectos de innovación

Desde 2005, participa activamente en la iniciativa de innovación educativa titulada Proyectos Sociales Reales (Real Social Projects-RSP) que aplica la metodología de Investigación e Innovación Responsables (RRI) y se centra en los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Dentro de RSP y otros proyectos de innovación. Ha colaborado con más de 100 ONG y organizaciones de ayuda, varias de ellas enfocadas a adicciones como Fundación Atenea.