

CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)

AVISO IMPORTANTE – El *Curriculum Vitae* abreviado **no podrá exceder de 4 páginas**. Para rellenar correctamente este documento, lea detenidamente las instrucciones disponibles en la web de la convocatoria.

IMPORTANT – The *Curriculum Vitae* **cannot exceed 4 pages**. Instructions to fill this document are available in the website.

Fecha del CVA 01/04/2025

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	VICENTE-PAUL		
Apellidos	CAPRIOTTI PERI		
Sexo (*)	Hombre	Fecha de nacimiento (dd/mm/yyyy)	
DNI, NIE, pasaporte			
Dirección email			
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	0000-0002-9398-5886		

* datos obligatorios

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Profesor Catedrático de Universidad		
Fecha inicio	07/02/2024		
Organismo/ Institución	Universitat Rovira i Virgili		
Departamento/ Centro	Departamento de Estudios de Comunicación / Facultad de Letras		
País	ESPAÑA	Teléfono	
Palabras clave	Comunicación, Relaciones Públicas, RSE, Sostenibilidad		

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con lo indicado en la convocatoria)

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
2008-2024	Profesor Titular Universidad. Universitat Rovira i Virgili. Tarragona (España).
2007-2008	Profesor Contratado Doctor. Universitat Rovira i Virgili. Tarragona (España).
2004-2007	Profesor Ayudante Doctor. Universitat Rovira i Virgili. Tarragona (España).
2001-2004	Profesor Titular. Universitat de Vic. Vic (España).

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/País	Año
Licenciatura en Comunicación Social	Universidad Nacional de Rosario (Argentina)	1986
Doctorado en Ciencias de la Información	Universidad Autónoma de Barcelona	1995

Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5.000 caracteres, incluyendo espacios): **MUY IMPORTANTE: se ha modificado el contenido de este apartado para progresar en la adecuación a los principios DORA.**

Indicadores generales de calidad de la producción científica

- 3 sexenios CNEAI: 2003/2008 – 2009/2014 – 2015/2020 (vigente hasta 2026)
- 56 artículos indexados (16 en JCR, 22 en Scopus, 7 Emerging SCI, 4 Inreco y 7 en Latindex)
- 6 capítulos de libros Indexados en SPI.
- 6 libros publicados: 4 de ellos como autor único y 2 como editor.
- Más de 30 contribuciones a congresos internacionales y nacionales.
- 6 tesis doctorales dirigidas ya defendidas.
- Índice H 14 y +1.100 citas (Scopus Author Search, 12/01/2025)
- Índice H 34 y +10.000 citas (Google Scholar, 12/01/2025)

Profesor Catedrático de Universidad en la Universidad Rovira i Virgili (Tarragona, España), y miembro del grupo de investigación consolidado “Asterisc” (reconocido y financiado por la Generalitat de Catalunya). La trayectoria investigadora denota una actividad ascendente como consecuencia de una progresiva y creciente implicación en la actividad investigadora.

Tiene un índice H16 y +1100 citas en 42 documentos en Scopus Author Search (12/01/2025), así como un índice H36 con +10.000 citas en Google Scholar (12/01/2025), lo cual demuestra el alto impacto y difusión obtenida por sus publicaciones.

Artículos en revistas científicas: ha publicado +50 artículos indexados, la gran mayoría de ellos en los últimos 10 años (+30 desde 2014): 16 en JCR, 22 en Scopus, 7 en Emerging SCI, 4 en Inreco y 7 en Catálogo Latindex, a partir de varios proyectos y líneas de investigación: “comunicación digital de las universidades”, “comunicación de los museos”, “comunicación de la responsabilidad social de las empresas” y “comunicación estratégica de las organizaciones”. De estas publicaciones cabe destacar que se han publicado en revistas especializadas en Comunicación Corporativa y Relaciones Públicas (Public Relations Review y Corporate Communications) pero también en revistas de otros sectores como Management o Information Science (Business & Society o International Journal of Information Management). De las publicaciones indexadas, merece destacarse que +20 son en inglés y muchas de ellas en revistas extranjeras. Tienen en conjunto más 1100 citas en Scopus Author Search y más de 3500 citas en Google Scholar.

Libros: ha publicado un total de 6, 4 de ellos como autor único, y 2 como editor. Dos de dichos libros han sido publicados en editoriales de prestigio, según SPI, como son Ariel (“Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa”, 1999) y La Crujía (“Gestión de la Marca Corporativa”, 2007). De estas publicaciones se puede destacar la relevancia y el liderazgo obtenido por los 4 libros publicados como autor único (“Imagen de Empresa”, “Planificación Estratégica de la Identidad Corporativa”, “Branding Corporativo” y “DircomMAP”), todos de acceso libre y abierto, que son bibliografía de referencia en más de 50 universidades de España y Latinoamérica, y que tienen en conjunto más de 4500 citas en Google Scholar.

Capítulos de libros: tiene 12 contribuciones. De ellas, 5 publicaciones están indexadas en editoriales relevantes del ranking SPI. Destacan principalmente 3 publicaciones en libros relevantes de editoriales internacionales: capítulo “Corporate Communication Through Social Networks: The Identification of the Key Dimensions for Dialogic Communication” en el libro “Strategic Corporate Communication in the Digital Age” (Emerald, 2021); capítulo “The World Wide Web and the Social Media as Tools of CSR Communication” en el libro “Handbook of Integrated CSR Communication” (Springer, 2017) y capítulo “Communicating CSR through the Internet and Social Media” en el libro “Handbook of Communication and CSR” (Wiley-Blackwell, 2011). Además, ha publicado capítulos de libros en editoriales nacionales de prestigio incluidas en el Ranking SPI como Ariel, Pirámide o Trea.

Participación en proyectos de investigación: ha formado parte, como máximo responsable y como miembro del equipo investigador, de 7 Proyectos de investigación (3 proyectos competitivos a nivel nacional, 1 proyecto competitivo de Comunidad Autónoma y 3 proyectos competitivos a nivel interno de universidad). Ha sido IP de 2 proyectos de I+D financiados por el Ministerio de Ciencia e Innovación con 36.000 y 27.000 euros. De los 2 proyectos financiados que ha dirigido, se han publicado 13 artículos en revistas indexadas de alto impacto (JCR y Scopus).

Estancias: ha realizado 3 estancias de investigación postdoctorales, 2 de ellas en universidades europeas de prestigio como la Erasmus University of Rotterdam en Holanda (1 mes, en 2004) y la University of Central Lancashire en el Reino Unido (6 meses, en 2006) y la tercera en una universidad de Argentina (2 meses, en 2011).

Otras actividades: ha dirigido 6 tesis doctorales en los últimos 10 años, que han generado más de 12 artículos en revistas indexadas de alto impacto (JCR y Scopus). Y 5 de los doctorandos ya se han incorporado como personal docente e investigador en universidades y han consolidado y profundizado su actividad investigadora en diversos proyectos de investigación financiados. Ha formado parte de tribunales de tesis doctorales y de concursos de oposición. Ha dirigido ha sido más de 50 Trabajos Finales de Grado y de Máster.

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES - Pueden incluir publicaciones, datos, software, contratos o productos industriales, desarrollos clínicos, publicaciones en conferencias, etc. Si estas aportaciones tienen DOI, por favor inclúyalo.

C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con “peer review” y conferencias (últimos y más relevantes) (Citas: Google Scholar 12/01/2025)

- Capriotti, P.; Carretón, M.C. y Losada, J.C. (2024) (1/3): Analysing the influence of Universities' content strategy on the level of engagement on social media. *Communication & Society*, 37 (1), 41-60. <https://doi.org/10.15581/003.37.1.41-60>. (SCOPUS Q1: 4 citas).
- Capriotti, P.; Carretón, M.C. y Zeler, I. (2024) (1/3): Exploring Interactivity Strategies in Social Media Communications of Leading Universities: A Cross-Continental Study. *SAGE Open*, April-June, 1-13. <https://doi.org/10.1177/21582440241259399>. (JCR Q2: 2 citas).
- Capriotti, P.; Zeler, I. y Martínez-Reig, D. (2024) (1/3): Interactivity Strategies and engagement in universities' social media communication: insights from Latin America, Europe and the United States. *Cuadernos.Info*, 59, 227-250. <https://doi.org/10.7764/cdi.59.69071>. (SCOPUS Q2: 1 cita).
- Saavedra, G. y Capriotti, P. (2/2): CEO social (2024): análisis de la presencia y actividad en redes sociales de los directores ejecutivos de empresas. *Palabra Clave*, 27 (2), e2728. <https://doi.org/10.5294/pacla.2024.27.2.8>. (SCOPUS Q2: 1 citas).
- Losada, J.C., Capriotti, P. y Pérez-Escolar, M. (2024) (2/3): La comunicación institucional de las universidades en redes sociales: estudio de la actividad y del engagement durante la crisis del COVID-19. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 27 (14), 105-126. <https://doi.org/10.5783/revrrpp.v14i27.860>. (ESCI: 0 citas).
- Saavedra, G. y Capriotti, P. (2024) (2/2): Estrategias de Publicación de los CEO de America Latina en LinkedIn y su impacto en el engagement. *Revista de Comunicación*, 23 (2). <https://doi.org/10.26441/RC23.2-2024-3592>. (SCOPUS Q1: 0 citas).
- Capriotti, P.; Oliveira, A. y Zeler, I. (2023) (1/3): Análisis de la estrategia integrada de comunicación de las universidades en Twitter-X. *El Profesional de la Información*, 32 (6). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.16>. (JCR Q1: 4 citas).
- Zeler, I.; Capriotti, P. y Oliveira, A. (2023) (2/3): 30 años de producción científica sobre la comunicación institucional de las universidades: evolución histórica del 1990 al 2020. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29 (1), 235-246. <https://doi.org/10.5209/esmp.80639>. (SCOPUS Q1: 11 citas).
- Capriotti, P., Zeler, I. (2023) (1/2). Analysing effective social media communication in higher education institutions. *Humanities & Social Sciences Communications*, 10 (656), 1-13. doi.org/10.1057/s41599-023-02187-8. (JCR Q2: 14 citas).
- Capriotti, P.; Martínez-Gras, R.; Zeler, I. (2023) (1/3). Does universities' posting strategy influence their social media engagement? An analysis of the top-ranked higher education institutions in countries. *Higher Education Quarterly*, (77), 911-931. doi.org/10.1111/hequ.12439. (SCOPUS Q1: 7 citas).
- Capriotti, P.; Oliveira, A.; Carretón, C. (2023) (1/3). A model for assessing the active presence of institutions on social media: application to universities worldwide. *Journal of Marketing for Higher Education*, DOI: 10.1080/08841241.2023.2166188. (JCR Q1: 12 citas).
- Capriotti, P.; Losada Díaz, JC; Martínez Gras, R. (2023) (1/3). Evaluating the content strategy developed by universities on social media. *Profesional de la Información*, 32(2), e320210. doi.org/10.3145/epi.2023.mar.10. (SCOPUS Q1: 17 citas).
- Oliveira, A.; Capriotti, P. y Zeler, I. (2022) (2/3): El estado de la cuestión de la investigación sobre la comunicación digital de las universidades. *Redmarka*, 25 (2), 1-18. <https://doi.org/10.17979/redma.2022.26.2.9240>. (LATINDEX: 13 citas).
- Capriotti, P., Zeler, I., & Oliveira, A. (2021) (1/3). Assessing dialogic features of corporate pages on Facebook in Latin American companies. *Corporate Communications: An International Journal*, 26(5), 16–30. doi.org/10.1108/CCIJ-10-2020-0149. (SCOPUS Q1: 29 citas).
- Capriotti, P.; Zeler, I. (2020) (1/2). Comparing facebook as an interactive communication tool for companies in LatAm and worldwide. *Communication & Society*, 33(3), 119-136. [doi: 10.15581/003.33.3.119-136](https://doi.org/10.15581/003.33.3.119-136). (SCOPUS Q2: 23 citas).

- Zeler, I.; Capriotti, P. (2019) (2/2). Communicating corporate social responsibility issues on Facebook's corporate fanpages of Latin American companies. *Profesional de la Información*, 28(5), e280507. doi.org/10.3145/epi.2019.sep.07. (SCOPUS Q1: 30 citas).
- Capriotti, P.; Zeler, I.; Oliveira, A. (2019) (1/3). Comunicación dialógica 2.0 en Facebook. Análisis de la interacción en organizaciones de América Latina. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 1094-1113. DOI: 10.4185/RLCS-2019-1373. (SCOPUS Q2: 95 citas).
- Capriotti, P.; Losada, JC. (2018) (1/2). Facebook as a dialogic communication tool at the most visited museums of the world. *Profesional de la Información*, 27(3), 642-650. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.may.17>. (SCOPUS Q2: 118 citas).
- Madroñero, G.; Capriotti, P. (2018) (2/2). La etapa de la Estrategia de Comunicación en el proceso de planificación de las relaciones públicas. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 8(16), 171-186. dx.doi.org/10.5783/RIRP-16-2018-10-171-186. (Emerging SCI: 42 citas).
- Capriotti, P.; Ruesja, L. (2018) (1/2). How CEOs use Twitter: A comparative analysis of Global and Latin American companies. *International Journal of Information Management*, 39(2), 242-248. doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.003. (JCR Q1: 90 citas).
- Capriotti, P.; Carretón, C.; Castillo, A. (2016) (1/3). Testing the level of interactivity of institutional websites: From museums 1.0 to museums 2.0. *International Journal of Information Management*, 36(1), 97-104. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.10.003>. (JCR Q1: 127 citas).
- Losada, JC; Capriotti, P. (2015) (2/2). The Communication of Art Museums in Facebook: Comparison of Key International and Spanish Institutions. *Palabra Clave*, 18(3), 889-904. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.3.11. (SCOPUS Q3: 132 citas).
- Capriotti, P.; Pardo Kuklinski, H. (2012) (1/2). Assessing dialogic communication through the Internet in Spanish museums. *Public Relations Review*, 38(4), 619-626. <http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.05.005>. (JCR Q2: 230 citas).
- Moreno, A.; Capriotti, P. (2009) (2/2). Communicating CSR, citizenship and sustainability on the web. *Journal of Communication Management*, 13(2), 157-175. DOI 10.1108/13632540910951768. (SCOPUS Q2: 346 citas).
- Capriotti, P.; Moreno, A. (2007) (1/2). Communicating corporate responsibility through corporate web sites in Spain. *Corporate Communications*, 12(3), 221-237. DOI 10.1108/13563280710776833. (SCOPUS Q1: 231 citas).
- Capriotti, P.; Moreno, A. (2007) (1/2). Corporate citizenship and public relations: The importance and interactivity of social responsibility issues on corporate websites. *Public Relations Review*, 33(1), 84-91. doi:10.1016/j.pubrev.2006.11.012. (JCR Q2: 616 citas).

C.2. Proyectos o líneas de investigación en los que ha participado (2 más relevantes).

Título del proyecto/contrato: La comunicación institucional digital 2.0 de las universidades. Análisis comparativo de las universidades españolas con las universidades de referencia a nivel internacional.

Empresa/Administración financiadora: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades

Número de proyecto/contrato: PID2019-106053GB-I00 Importe: 27.830,00

Duración, desde: junio 2020 hasta: septiembre 2023

Investigador/a Principal: Vicente-Paul Capriotti Peri. Número de investigadores: 6

Título del proyecto/contrato: La comunicación del patrimonio cultural de los museos. Análisis comparativo de la gestión de la comunicación institucional digital en los museos españoles y en los principales museos de referencia a nivel mundial

Empresa/Administración financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación

Número de proyecto/contrato: CSO2011-25163 Importe: 36.000,00

Duración, desde: enero 2012 hasta: junio 2015

Investigador/a Principal: Vicente-Paul Capriotti Peri. Número de investigadores: 5