



Justo Villafañe

Justo Villafañe es Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad y profesor de Imagen Corporativa en la Facultad de Ciencias de la Información de la misma Universidad.

Socio de la firma de consultoría **Villafañe & Asociados** especializada en la gestión de los recursos intangibles de las empresas, es director del informe anual sobre **La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica** editado por Pearson Prentice Hall. Además, también dirige el **Monitor Español de Reputación Corporativa (Merco)** (que en España publica anualmente el grupo Vocento).

Justo Villafañe es miembro de numerosas asociaciones profesionales y de investigación como el **Instituto Español de Analistas Financieros, Instituto de Análisis de Intangibles Dircom, Club Internacional de Prensa, ...**

Los siguientes **dos decálogos** resumen algunos de los cargos y ocupaciones profesionales desempeñados en los últimos años, así como sus libros más relevantes:

2.1. Ocupaciones profesionales desempeñadas en los últimos años

1. Consejero Delegado de Think Tank Consultores en Competitividad y Estrategia Corporativa.
2. Director General de la Red de Institutos de Relaciones Internacionales de la Universidad Complutense (Red IRIS Complutense).
3. Vicepresidente de la Asociación para la Comunicación Empresarial e Institucional.
4. Presidente del Instituto para el Desarrollo de la Comunicación Aplicada (INDECA).
5. Secretario General de la Asociación para la Investigación Aplicada en Comunicación (AIC).

6. Editor de CINCO, Cuadernos de Investigación en Comunicación.
7. Socio fundador de GCI Comunicación.
8. Patrono del Centro de Estudios de América Latina (CEDEAL).
9. Director del Instituto de Europa Oriental de la UCM.
10. Vicerrector de la Universidad Complutense.

2.2. Libros más importantes.

1. Introducción a la Teoría de la Imagen. Pirámide, 1985.
2. Realidad y Abstracción. Imagen Arte, 1986.
3. La televisión en España mañana (ed). Modelos televisivos y opciones ideológicas. Siglo XXI, 1986.
4. Fabricar Noticias. Las rutinas productivas en radio y televisión (vvaa). Mitre, 1987.
5. Imagen Positiva. La gestión estratégica de la imagen de las empresas. Pirámide, 1993.
6. Los principios del marketing. Las claves para la gestión comercial y de marketing de la empresa (vvaa). ESIC, 1996.
7. Principios de Teoría General de la Imagen. Pirámide, 1996.
8. La gestión profesional de la imagen corporativa. Pirámide, 1999.
9. La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas. Pirámide. 2003.
10. Quiero trabajar aquí. Las seis claves de la reputación interna. Pearson Prentice Hall. 2006.