

Parte A. DATOS PERSONALES**Fecha del CVA**

29/04/2024

Nombre y apellidos	Emma Rodero Antón		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID		
	Código Orcid		

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Pompeu Fabra		
Dpto./Centro	Comunicación		
Dirección	Roc Boronat, 138, 08018, Barcelona		
Teléfono	correo electrónico		
Categoría profesional	Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad	Fecha inicio	Octubre de 2021
Espec. cód. UNESCO	630607; 610606; 610610; 570506		
Palabras clave	Prosodia; Voz; Audio; Procesos cognitivos; Atención; Memoria		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Doctora en Comunicación Social	Universidad Pontificia de Salamanca	2001
Doctorado en Psicología	Universitat Autònoma de Barcelona	2016
Master en Psicología de la Cognición y la Comunicación	Universitat Autònoma de Barcelona	2013
Master en Patología de la Voz	Universidad de Alcalá de Henares	2006
Licenciatura en Ciencias de la Información (Periodismo)	Universidad Pontificia de Salamanca	1996

A.3. Indicadores generales

-3 tramos de investigación nacional: (2003-2008; 2009-2014; 2014-2021) ANECA, y 3 tramos autonómicos de investigación: AQU (2000-2005; 2006-2011; 2012-2017).

-Número de tesis dirigidas: 15; Citas totales Google Scholar 2938. Índice h.: 30. Índice i10: 79.

-4 tramos de docencia nacional y cuatro autonómicos (1998-2003; 2003-2008; 2008-2013; 2013-2018).

-2 tramos de gestión (2011-2012; 2016-2017).

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

Emma Rodero es doctora en Psicología con mención internacional y doctora en Comunicación con matrícula de honor y premio extraordinario de doctorado; Máster en Patología de la voz y Máster en Psicología de la Cognición y de la Comunicación. Es catedrática de Psicología de los Medios y Neurocomunicación de la Universidad Pompeu Fabra donde imparte Media Psychology y Oratoria. Es la directora del Media Psychology Lab donde estudia los procesos comunicativos utilizando una metodología de medición psicofisiológica. También es la directora del CCLab en la Barcelona School of Management donde se encarga de formar en habilidades de comunicación. En 2019 recibió el premio a la transferencia de conocimiento en esta institución. En la UPF ha sido vicerrectora de Estudiantes (2009-2013) y vicedecana (2008-2009). En 2008 recibió el Premio del Consejo Social a la Calidad en la Docencia. Obtuvo una Marie Curie Fellowship de la Unión Europea para hacer una investigación en Estados Unidos. Ha sido Visiting Scholar en el Institute for Communication Research (Indiana University, Estados Unidos) y Visiting Researcher en el laboratorio Speech Processing and Auditory Perception de la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA). Ha coordinado el grupo de investigación Comunicación, Publicidad y Sociedad (CAS) al que pertenece (2019-

2021). Su investigación se centra en el procesamiento cognitivo y emocional (atención y memoria) de mensajes sonoros y formas de comunicación no verbal, en especial, voz y prosodia. La investigación de Rodero ha sido publicada en revistas internacionales de prestigio como *Media Psychology*, *Human Communication Research*, *Communication Research*, *Computers in Human Behavior*, *Sex Roles*, o *Journal of Nonverbal Behaviour*. También es autora de más de doce libros y alrededor de setenta artículos científicos y colaboraciones en capítulos de libros sobre voz, prosodia y comunicación. Rodero ha sido directora del primer Postgrado de Locución Audiovisual de España (UPSA) y del Postgrado de Locución y Oratoria de la UPF (IDEC). Durante diez años trabajó en la radio donde fue directora, guionista y presentadora de noticias (Antena 3 Radio y Cadena Ser). En la actualidad compagina la labor docente con trabajos como voice-over talent. Ha recibido premios y reconocimientos por diversas producciones sonoras.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

Artículos científicos más representativos

- Rodero, E., Mas, L., Larrea, O., Rodríguez-de-Dios, I. de-la-Mota, C. (2024). The Relevance of Communication between Alzheimer's Patients and Their Caregivers. Effective Prosody Strategies to Improve Communication. *Health Communication*, online.
- Rodero, E. & Rodríguez-de-Dios, I. (2023). The 3D Sound Power of Immersion. Processing and Psychophysiological Effects of Binaural versus Stereo Audio Stories. *Media Psychology*, online first.
- Rodero, E., & Cores Sarría, L. (2023). Best Prosody for News: A psychophysiological study comparing a broadcast against a narrative speaking style. *Communication Research*, 50(3), 361-384. <https://doi.org/10.1177/00936502211059360>
- Rodero, E. & Lucas-Adell, I. (2023). Synthetic versus human voices in audiobooks. The human emotional intimacy effect. *New Media and Society*, 25(7), 1746-1764. <https://doi.org/10.1177/14614448211024142>. Q1
- Rodero, E., Larrea, O., Rodríguez-de-Dios, I., Lucas-Adell, I. (2022). The Expressive Balance Effect. Perception and physiological responses of prosody and gestures. *Journal of Language and Social Psychology*, 41(6), 659-684.
- Rodero, E. & Romero, L. (2022). Let me listen to where you are. Spatial dimension resources in audio stories can increase imagery, transportation, attention, and recall. *Media Psychology*, 25(1), 155-179.
- Rodero, E. & Larrea, O. (2022). Virtual reality with distractors to overcome public speaking anxiety in university students. *Comunicar*, 72, 87-99.
- Rodero, E. (2022). Perceptions of the leaders of the United States, the United Kingdom, and Spain in television conferences about COVID-19. *Profesional de la Información*, 31(4), e310406.
- Rodero, E., Larrea, O. & Mas, L. (2022). Speakers' expressions before and in a public presentation. Pleasantness, emotional valence, credibility, and comprehension effects. *Profesional de la Información*, 31(4), e310405.
- Rodero, E. (2022). Effectiveness, Attractiveness, and Emotional Response to Voice Pitch and Hand Gestures in Public Speaking. *Frontiers in Communication*, 7, 869084.
- Rodero, E. & Rodríguez-de-Dios, I. (2021). El peso de las competencias de comunicación oral en la educación primaria. *Profesional de la Información*, 30, 6, e300601.
- Rodero, E. & Potter, R.E. (2021). Do not Sound like an Announcer. The Emphasis Strategy in Commercials. *Psychology and Marketing*, 38(9), 1417-1425.
- Rodero, E. & Romero, L. (2021). Let me listen to where you are. Spatial dimension resources in audio stories can increase imagery, transportation, attention, and recall. *Media Psychology*, 25(1), 155-179.
- Mas, L.; Bolls, P.; Rodero, E.; Barreda, M. & Churchill, A. (2021). The impact of the sonic logo's acoustic features on orienting responses, emotions and brand personality transmission. *Journal of Product & Brand Management*, 30(5), 740-753.

- Cores, L. & Rodero, E. (2020). Psychophysiological effects of prosody style on Radio News. *Psychophysiology*, 57 (S1), S31-S31.
- Rodero, E. (2020). Do your ads talk too fast to your audio audience? How speech rates of audio commercials influence cognitive and physiological outcomes. *Journal of Advertising Research*, 60(3), 337-349.
- Rodero, E. (2020). Listening habits, consumption, and perception of radio listeners during the lockdown by the Covid-19. *Profesional de la Información*, 2(3), e290306.
- Rodero, E. (2019). The Spark Orientation Effect for improving attention and recall. *Communication Research*, 46(7), 965-985.
- Rodero, E., Diaz-Rodríguez, C. & Larrea, O. (2018). A training model for improving journalists' voice. *Journal of Voice*, 32(3), 386 e11-386 e19.
- Rodero, E. (2017). Effectiveness, attention, and recall of human and artificial voices in an advertising story. Prosody influence and functions of voices. *Computers in Human Behavior*, 77, 336-346.
- Rodero, E., Potter, R.F. & Prieto P. (2017). Pitch range variations improve cognitive processing of audio messages. *Human Communication Research*, 43 (3), 397-413.
- Rodero, E. (2016). Influence of Speech Rate and Information Density on Recognition: The Moderate Dynamic Mechanism. *Media Psychology*, 19 (2), 224-242.
- Rodero, E. (2015). The Principle of Distinctive and Contrastive Coherence of Prosody in Radio News: An Analysis of Perception and Recognition. *Journal of Nonverbal Behavior*, 39 (1), 79-92.
- Rodero, E. (2015). Stress variations to stimulate your attention and memory. *Psychophysiology*, 52, S27-S27.
- Rodero, E.; Larrea, O.; Vázquez, M. (2013). Male and Female Voices in Commercials. Analysis of Effectiveness, Adequacy for product, Attention and Recall. *Sex Roles*, 68 (5), 349-362.
- Rodero, E. (2012). See it in a Radio Story. Sound Effects and Shots to Evoked Imagery and Attention on Audio Fiction. *Communication Research*, 39, 458-479.

Capítulos de libros más representativos

- Rodero, E. Rodríguez-de-Dios, I., De-la-Mota, C., Lopera, M. (2021). Cómo hablar a las personas con Alzheimer. Estrategias para mejorar la comunicación entre cuidadores y pacientes, en Sotelo, J. y Abuín, N. (coordinadores), *Comunicar en pandemia: de las fake news a la sostenibilidad*, Madrid: McGrawHill (pp. 11-34).
- Rodero, E. (2021). Voice and gestures in nonverbal communication: Evidence from psychophysiological studies. In C. Liberman and J. Wrench's (Eds), *Casing nonverbal communication* (pp. 47-58). Dubuque, IA: Kendall Hunt.
- Rodero, E. (2021). Measuring people's cognitive and emotional response. Psychophysiological methods to study sound design, in Filimowicz, M. (ed.), *Doing Research in Sound Design*. New York: Routledge.
- Rodero, E. & Larrea, O. (2021). Audio design in branding and advertising, in L. Mas (Ed.). *Innovation in Advertising and Branding Communication*. New York: Routledge *Research in Communication Studies*, pp. 69-85.
- Arias, E. & Rodero, E. (2021). Los géneros radiofónicos de ficción seriados: el serial y la serie, en *La comunicación a la vanguardia. Tendencias, métodos y perspectivas*. Nuria Sánchez-Gey y María Luisa Cárdenas-Ricas. Madrid: Fragua, pp. 3111-3131.
- Rodero, E. (2020). Media Psychology, in Filimowicz, M. & Tzankova, V. (Eds.), *Reimagining Communication: Meaning*. New York: Routledge, pp. 288-301.
- Rodero, E. & Mas, L. (2020). Audio Experience, in Filimowicz, M. & Tzankova, V., *Reimagining Communication: Experience*. New York: Routledge, pp. 11-45.
- Rodero, E., Pérez Maíllo, A. y Espinosa de los Monteros, M.J. (2019). Ficción sonora en el ecosistema digital. En Pedrero, L.M. y García, J.M. (ed.), *La transformación digital de la radio: Diez claves para su comprensión profesional y académica*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Rodero, E., Mas, L., Larrea, O., Vázquez, M., Blanco, M. (2018). Improving Radio

Advertising through Sound Design, In Gallego, J.I., Fernández-Sande, M. & Limón, N., *Trends in Radio Research. Diversity, Innovation and Policies*, Cambridge Scholars, pp. 239-256.

- Rodero, E., Mas, L.I. y Larrea, O. (2018). Media Psychology: una nueva disciplina para comprender los procesos mediáticos, en *Tendencias metodológicas en la investigación académica en comunicación*. Comunicación Social, pp. 189-201.
- Vázquez, M. y Rodero, E. (2017). Creatividad y persuasión en la publicidad social para radio. Emma Camarero y José Rodríguez Terceño (Ed.): *Estrategias en Comunicación y su evolución en los discursos*. McGraw Hill, 55, pp. 815-831.

Libros más representativos

- 1 Rodero, E. (2011). *Creación de programas de radio*. Síntesis. pp.3-273. ISBN 9788497567350.
- 2 Rodero, E. y Soengas, X. (2010). *Ficción radiofónica: cómo contar una historia en la radio*. Instituto Radio Televisión Española. pp.3-277. ISBN 978848878878
- 3 Rodero, E. y Águila, M. E. (2005). *El proceso de doblaje Take a Take*. Universidad Pontificia de Salamanca. pp.3-108. ISBN 8472996697
- 4 Rodero, E. (2005). *Producción radiofónica*. Cátedra. pp.3-288. ISBN 8437622313
- 5 Rodero, E.; Alonso, C. y Fuentes, J. Á. (2004). *La radio que convence. Manual para creativos y locutores publicitarios*. Ariel Comunicación. pp.3-2004. ISBN 8434413019.
- 6 Rodero, E. (2003). *Locución radiofónica*. Instituto Oficial de Radio Televisión Española. pp.3-432. ISBN 8488788525

C.2. Proyectos

- 1 Cuando la eficacia comunicativa puede impactar en la salud: percepciones sobre la comunicación medico-paciente y estrategias para mejorar la comunicación. Proyectos de generación de conocimiento (2023-2027). Ministerio de Ciencia y Tecnología. IP: Emma Rodero y Yasmina Okan. 117.125 euros
- 2 The critical relevance of oral communication skills today. Diagnosis and assessment of this competency in university students (2023). Observatorio Social de la Fundación "la Caixa". IP: Emma Rodero. 30.000 euros
- 3 Variaciones prosódicas para mejorar la respuesta cognitiva y la interacción comunicativa de los enfermos de Alzheimer con sus cuidadores. Programa Estatal de I+D+I Orientada a los Retos de la Sociedad (2018-2022). IP: Emma Rodero. 36.300 euros
- 4 Audiolibros: qué formato transmite mejor el contenido del libro. FBBVA. Becas Leonardo (2018-2020). IP: Emma Rodero. 39.939 euros
- 5 Representación mediática de la imagen corporal no saludable. Desarrollo de una herramienta de prevención en niños y niñas de 5 a 8 años. 'Mi cuerpo me gusta'. IP: Mònika Jiménez. 07/09/2015-07/09/2018. 77.000 €.
- 6 Prosodic strategies to improve the attention and recall of a listener exposed to an auditory stimulus. Marie Curie International Outgoing Fellowship. The Commission of the European Community, European Union. (Indiana University/University of California, Los Angeles-). IP. Emma Rodero. 03/09/2013-05/05/2016. 313.008 €.
- 7 Modelización de los fenómenos prosódicos del español y del catalán a partir del corpus Glissando. Ministerio de Ciencia e Innovación. IP. Juan María Garrido Almiñana. Desde 01/01/2012. 33.880 €.
- 8 Corpus de habla anotado para estudios prosódicos en catalán y español. Ministerio de Ciencia e Innovación. IP. Juan María Garrido Almiñana. Desde 01/01/2008. 81.070 €.

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

- 1 Marie Curie International Outgoing Fellowship. The Commission of the European Community, European Union (2013-2016).
- 2 Diseño sonoro en una historia de ficción. USA (2018). 44.513
- 3 Emotion parameters in voice. BEN. 15/05/2015-15/05/2017.