



Alejandro Perales Albert (alejandroperales@urjc.es)

Profesor Asociado de la URJC entre los años 2009 a 2012 y desde 2017. Profesor del Máster de Periodismo Cultural de la URJC desde el año 2013. Profesor en la UEM (2002-2005); ICADE (2002-2003); TRACOR (2006-20012); CESMA (2001-2012); Universitat Ramon Llull (2002-2006), entre otros centros.

Director General de IMPACTO desde 2000. Presidente de la ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN desde 1999. Miembro del Consejo de Administración de RADIO TELEVISIÓN MADRID desde 2016. Experto del COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO desde 2000. Miembro del Jurado de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) desde 2019. Miembro de la Comisión Intersectorial para actuar contra las actividades vulneradoras de derechos de propiedad industrial desde 2015. Miembro del Consejo Asesor de RADIO TELEVISIÓN ESPAÑOLA (2007-2016) Director Gerente de Marketing de RTVE (1989-1991); Director de Marketing del GRUPO CIUDADANO (1994-1995); Director de Marketing y posteriormente Subdirector General de CONTEXTO (1991-2000). Director de Publicaciones del GRUPO ESPECIAL DIRECTIVOS (1981-1989).

Últimas investigaciones: Análisis del tratamiento de los sucesos en los informativos de las televisiones españolas (2018), Auditoria de la publicidad en televisión de medicamentos y productos sanitarios (2018), Análisis de la publicidad de alimentos con alegaciones de salud (2018), Sistema de etiquetado de contenidos y servicios audiovisuales (2016). Últimas publicaciones: Perales, A. (2018) “La regulación del derecho de acceso como forma de participación ciudadana” en Aznar, H., et alt (editores) El derecho de acceso a los medios de comunicación. I. Legislación y Autorregulación, Tirant Lo Blanch, Valencia, pp 61-68. Perales, A. (2017) “Informar para proteger. La calificación por edades de los contenidos audiovisuales en España “, en Boix Palop et alt. en Regulación y control sobre contenidos audiovisuales en España, Thomson Reuters-Aranzadi, Navarra, pp 257-276. Perales, A. (2015) “Proteger la privacidad de los ciudadanos en el entorno digital. Una cuestión de equilibrio” en 20 años de protección de datos en España. Agencia Española de Protección de Datos, Madrid, pp 335-363. Perales, A. (2015) “La regulación de publicidad de alimentos con alegaciones de salud” en Doménech, G. et alt. Temas actuales de derecho agrario y agroalimentario, Universitat Politècnica de Valencia, pp 169-183. Perales, A. (2014) “El marco legal del branded content” en Ron R. et alt. Bajo la influencia del branded content, ESIC, Madrid, pp 189-198. Últimos artículos: Perales, A. (2018) Reflexiones en torno al engaño en las comunicaciones comerciales, Methadods, Revista de Ciencias Sociales, Vol 6 (1), pp 52-63. Perales, A. (2017) La promoción y protección de la diversidad en la legislación comunicativa europea, Quaderns del CAC nº 43, Vol XX, pp 37-46. Perales, A. (2016) La participación ciudadana como factor diferencial de los medios públicos, adComunica, Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, nº 11, pp 11-12. Perales, A. (2015) Entre el derecho al olvido y el derecho a conocer. Consecuencias derivadas de la doctrina del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, Revista europea de derechos fundamentales, nº 25, pp 475-491.