

## Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos	MANUEL GARRIDO LORA		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	AAA-4396-2019	
	Código Orcid	0000-0002-3614-0545	

### A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Sevilla		
Dpto./Centro	Comunicación Audiovisual y Publicidad		
Dirección	Sevilla, Andalucía, España		
Teléfono		Correo electrónico	
Categoría profesional	Profesor titular de universidad	Fecha inicio	1995
Espec. cód. UNESCO	5311.01		
Palabras clave	Publicidad, comunicación persuasiva, comunicación política, análisis de contenido, género, creatividad		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Doctor. DOCTOR EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS		2002
Titulado superior. Licenciado en Ciencias de la Información Sección Publicidad y Relaciones Públicas		1995

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

Indicador	Medida
Sexenios de investigación	3.0
Fecha del último sexenio	31/12/2022

## Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Manuel Garrido Lora es Profesor Titular de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla desde 1995, y ha dirigido recientemente el equipo de investigación Communication & Social Sciences (SEJ-619 del Plan Andaluz de Investigación-PAIDI), del que forma parte. Ha obtenido dos acreditaciones de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA). Ha obtenido en cinco ocasiones el Diploma a la Excelencia Docente de la Universidad de Sevilla. También participa en el Doctorado Interuniversitario en Comunicación (Andalucía – TECH), donde dirige tres tesis doctorales. De 1995 a 2018 ha pertenecido al Equipo de Investigación en Métodos, Análisis y Estrategias de la Comunicación Empresarial e Institucional (MAECEI), creado en 1992 e integrado desde sus inicios en el Plan Andaluz de Investigación con el código SEJ-197. Este grupo ha editado la Revista Internacional *Questiones Publicitarias* y organizado el máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional (<http://www.maecei.es/>). También es socio fundador de la Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC), la asociación académica más importante del sector de la comunicación en España (<http://www.ae-ic.org/esp/home.asp>), e integrante del grupo de investigación CONinCOM (Conflicto, Infancia y Comunicación), radicado en la Universitat Ramon Llull de Barcelona. Ha participado en cuatro proyectos nacionales de I+D+i financiados en convocatorias competitivas ministeriales: ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LOS ORGANISMOS DEL ESTADO A TRAVÉS DE LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL (SEJ2004-02451), 2004-2007; INFANCIA, VIOLENCIA Y TELEVISIÓN. LOS ESPACIOS INFORMATIVOS Y LOS IMAGINARIOS DE LA VIOLENCIA EN LOS NIÑOS Y ADOLESCENTES (SEJ2005-05582/SOCI), 2006-2008; EL USO DE LAS TIC Y LA BRECHA DIGITAL ENTRE ADULTOS Y ADOLESCENTES. ENCUENTROS Y (DES) ENCUENTROS EN LA ESCUELA Y EN EL HOGAR (CSO2009-11002), 2010-2014; y LA BRECHA DIGITAL GENERACIONAL.CONFLICTOS POTENCIALES ENTRE ADULTOS

Y ADOLESCENTES EN EL HOGAR (CSO2013-47782-C3-2-R), 2015-2017. Su producción científica se concreta en más de 70 publicaciones, entre libros, capítulos de libro y artículos en revistas científicas, a los que deben sumarse 24 comunicaciones, ponencias o conferencias en congresos y reuniones científicas. También ha participado en contratos con empresas e instituciones: entre otros, “Estudio de viabilidad del patrocinio de la serie Andalucía es de Cine”, “Diagnóstico de la marca Parque Natural de Andalucía” y “La notoriedad e imagen de las entidades financieras y sus respectivas fundaciones y obras sociales”. La gestión también es un apartado importante en su actividad docente, pues recientemente ha sido Director de Secretariado de Comunicación de la Universidad de Sevilla, y ha sido Secretario de la Facultad de Comunicación y de su Departamento en dos ocasiones.

## **Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES** *(ordenados por tipología)*

### **C.1. Publicaciones**

Publicación en Revista. Inmaculada Sánchez-Labela Martín; Garrido-Lora, Manuel; Guarinos, Virginia. 2022. Animation as an advertising resource. Analysis from a gender perspective. Revista Mediterránea de Comunicación. 13, pp. 441-454.

Publicación en Revista. Garrido-Lora, Manuel; Sánchez, William; Rivas-de-Roca, Rubén. 2022. Strategy and creativity in the use of political slogans: A study of the elections held in Spain in 2019. Communication & Society. 35, pp. 155-171.

Libros. Caro-Gonzalez, Francisco Javier; Garrido-Lora, Manuel; Garcia-Gordillo, Maria Del Mar. 2022. El problema de la verdad. Retos y riesgos en la comunicación. Comunicación Social Ediciones Y Publicaciones.

Publicación en Revista. Garrido-Lora, Manuel. 2020. Cine y turismo: un viaje continuo. L'Atalante. Revista de Estudios Cinematográficos. pp. 139-164.

Publicación en Revista. Garrido-Lora, Manuel; Ramírez-Alvarado, María Del Mar. 2020. Expresiones de machismo y violencia en los personajes masculinos del cine de Pedro Almodóvar: una revisión cronológica. Historia y Comunicación Social. 25, pp. 519-526.

Libros. Checa-Godoy, Antonio; Garrido-Lora, Manuel. 2017. Teoría e historia del cartel publicitario. A.V. SOCIEDAD EDITORIAL SÍNTESIS, S.A..

Publicación en Revista. Garrido-Lora, Manuel; Busquet, Jordi; Munté, Rosa-àuria. 2016. From ICT to ICRT. A study of ICT use and the digital divide among adults and adolescents in Spain. Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura. pp. 44-57.

Publicación en Revista. Garrido-Lora, Manuel. 2013. Estudio comparativo de los eslóganes electorales y comerciales: el caso de las elecciones generales españolas de 2008. Convergencia: Revista de Ciencias Sociales. 20, pp. 173-192.

Publicación en Revista. Pineda-Cachero, Antonio; Garrido-Lora, Manuel; Ramos-Serrano, Marina. 2013. Análisis comparativo de la publicidad política en las elecciones de 2008 de Estados Unidos y España. Zer: Revista de Estudios de Comunicación. 18, pp. 73-91.

Publicación en Revista. Garrido-Lora, Manuel; Rey-Fuentes, Juan; Ramos-Serrano, Marina. 2012. Evolución y desarrollo del eslogan publicitario: tercer análisis. Pensar la publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias. 6, pp. 133-152.

Publicación en Revista. Garrido-Lora, Manuel. 2010. LA REPRESENTACIÓN DE LA VIOLENCIA EN LOS TRÁILERES DE LAS PELÍCULAS DE WALT DISNEY PICTURES. Zer: Revista de Estudios de Comunicación. 15, pp. 47-67.

Libros. Ramos-Serrano, Marina; Garrido-Lora, Manuel; Rodríguez-Centeno, Juan Carlos. 2009. PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN LA ERA DIGITAL. PIRÁMIDE.

Publicación en Revista. Rey-Fuentes, Juan; Garrido-Lora, Manuel. 2009. LIBERTAD DE

CREACIÓN VERSUS LIBERTAD DE EXPRESIÓN: LA PUBLICIDAD EN EL SECTOR DE LA MODA. Trípodos. 2, pp. 777-786.

Publicación en Revista. Garrido-Lora, Manuel; Busquet-Durán, Jordi; Aran-,Sue. 2009. INFANCIA, VIOLENCIA Y TELEVISIÓN. LOS ESPACIOS INFORMATIVOS Y LOS IMAGINARIOS DE LA VIOELNCIA EN LOS NIÑOS Y NIÑAS. AVANCE DE RESULTADOS.. Trípodos. 1, pp. 113-124.

Publicación en Revista. Garrido-Lora, Manuel; Rodrigo-,Miquel; Estrada-,Anna; Busquet-, Jordi; Aran-,Sue; Barata-,Francesc; Medina-Bravo, Pilar; Morón-,Silvia; Ruano-,Laura. 2008. LAS TEORÍAS SOBRE LOS EFECTOS SOCIALES DE LA VIOLENCIA EN TELEVISIÓN. ESTADO DE LA CUESTIÓN. Verso e Reverso. pp. 1-11.

Publicación en Revista. Garrido-Lora, Manuel. 2007. ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN LA PUBLICIDAD. LA CREATIVIDAD EN LA ENCRUCIJADA SOCIOLOGICA. Creatividad y Sociedad. pp. 53-71.

Publicación en Revista. Rey-Fuentes, Juan; Garrido-Lora, Manuel. 2007. SISLEY O EL EROTISMO COMO ESTRATEGIA PUBLICITARIA. Trípodos. EXTRA 2007, pp. 887-897.

Publicación en Revista. Garrido-Lora, Manuel; Ramos-Serrano, Marina; Rodriguez-Centeno, Juan Carlos. 2007. ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DEL ESTADO ESPAÑOL: OBJETIVOS Y CUALIDADES DISCURSIVAS. Comunicación. pp. 377-389.

Libros. Garrido-Lora, Manuel. 2004. VIOLENCIA, TELEVISIÓN Y PUBLICIDAD: ANÁLISIS NARRATIVO DE LOS ESPOST PUBLICITARIO DE CONTENIDO VIOLENTO. Alfar.

## **C.2. Proyectos**

LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA Y EL BIENESTAR: ANÁLISIS DE LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA EMPRESA PERIODÍSTICA ANDALUZA - PROYECTOS I+D+I FEDER ANDALUCÍA 2014-2020 - REFERENCIA: US-1380696 – 2022-2023. Investigador/a.

CSO2013-47782-C3-2-R. LA BRECHA DIGITAL GENERACIONAL. CONFLICTOS POTENCIALES ENTRE ADULTOS Y ADOLESCENTES EN EL HOGAR. 2014-2016. Investigador/a.

CSO2009-11002. EL USO DE LAS TIC Y LA BRECHA DIGITAL ENTRE ADULTOS Y ADOLESCENTES. ENCUENTROS Y (DES) ENCUENTROS EN LA ESCUELA Y EN EL HOGAR. Ministerio De Economía Y Competitividad. Busquet-, Jordi. 2010-2013. 86999EUR. Investigador/a.

ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LOS ORGANISMOS DEL ESTADO A TRAVÉS DE LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL (SEJ2004-02451), 2004-2007. Investigador/a.

INFANCIA, VIOLENCIA Y TELEVISIÓN. LOS ESPACIOS INFORMATIVOS Y LOS IMAGINARIOS DE LA VIOLENCIA EN LOS NIÑOS Y ADOLESCENTES (SEJ2005-05582/SOCI), 2006-2008. Investigador/a.

Apoyo a las acciones de emprendimiento. Universidad de Sevilla-Vicerrectorado de Transferencia Tecnológica. 2013-2014. Participante.

Apoyo a las acciones de emprendimiento. UNIVERSIDAD DE SEVILLA. 2013-2014. Participante.

### **C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia**

ESTUDIO DE VIABILIDAD DEL PATROCINIO DEL LA SERIE "ANDALUCÍA ES DE CINE". ESTUDIOS LA PUNTA DEL DIAMANTE, S.L.. Garrido-Lora, Manuel (Universidad de Sevilla). 2009-2009. 1000 EUR.

DIAGNÓSTICO DE LA MARCA "PARQUE NATURAL DE ANDALUCÍA". Garrido-Lora, Manuel (Universidad de Sevilla). 2008-2009. 7000 EUR.

LA NOTORIEDAD E IMAGEN DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS Y SUS RESPECTIVAS FUNDACIONES Y OBRAS SOCIALES. DATACAMPO, S.L.. Guerrero-Serón, Carlos Antonio (Universidad de Sevilla). 2005-2006. 10440 EUR.

### **C.4. Tesis Doctorales**

La representación de la violencia en las series de televisión. Análisis de la ficción estadounidense y española.

Millennials: Comportamiento de consumo y estrategias comunicativas en redes sociales del sector de la moda 2016-2019.

### **C.5. Grupos y equipos de investigación desarrollo o innovación**

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN *COMMUNICATION & SOCIAL SCIENCES* – PLAN ANDALUZ, SEJ-619. HA SIDO IP.

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN EN MÉTODOS, ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL (MAECEI). PLAN ANDALUZ DE INVESTIGACIÓN, CÓDIGO SEJ-197. (1995-2018)

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN (AE-IC). SOCIO FUNDADOR.

GRUPO DE INVESTIGACIÓN INTERUNIVERSITARIO CONINCOM (CONFLICTO, INFANCIA Y COMUNICACIÓN).