

Parte A. DATOS PERSONALES		Fecha del CVA	2025
Nombre y apellidos	NORMAN ADRIÁN HUICI MÓDENES		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID		
	Código Orcid		
	Scopus ID		

A.1. Situación profesional actual

Organismo	UNIVERSIDAD DE SEVILLA		
Dpto./Centro	FACULTAD DE COMUNICACIÓN		
Dirección			
Teléfono		correo electrónico	
Categoría profesional	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	Fecha inicio	1998
Espec. cód. UNESCO			
Palabras clave			

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciado en Letras	Univ. Nac. Del Sur (Argentina)	1985
Doctor en Filología	Universidad de Sevilla	1995

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

Un sexenio de investigación (2016) – 8 tesis doctorales dirigidas.

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Es Doctor en Filología por la Universidad de Sevilla y Licenciado en Letras por la Universidad Nacional del Sur (Bahía Blanca, Argentina) – Sección Filología Clásica. Actualmente es Profesor Titular en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, en el área de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Actualmente, imparte las asignaturas de *Teoría de la Comunicación y Teoría e Historia de la Propaganda*. También ha impartido *Teoría de la Publicidad, Historia de la Publicidad, Análisis del discurso publicitario, Comunicación intercultural, Publicidad política e institucional y Formas de la comunicación publicitaria*

Pertenece al Grupo de Investigación *Communication and Social Sciences* (SEJ-619) y ha participado en diversos congresos y jornadas de su especialidad.

Además de la docencia, sus principales líneas de investigación se centran en dos vertientes: el análisis de la comunicación política y publicitaria, de una parte, y la literatura, de la otra. Sobre ambas líneas ha publicado diversos libros y artículos, entre ellos:

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

Libros

1. *Estrategias de la persuasión. Mito y propaganda política*, Sevilla, Alfar, 1996
2. *Cine, literatura y propaganda. De Los santos inocentes a El día de la bestia*, Sevilla, Alfar, 1999 L
3. *Los Heraldos de Acero: La propaganda de guerra y sus medios*, (Editor), Sevilla, Comunicación Social, 2004
4. *Guerra y propaganda en el siglo XXI.*, Sevilla, Alfar, 2009
5. *Teoría e historia de la propaganda*, Madrid, Síntesis, 2017

Capítulos de libros

1. “Fascismo: *El triunfo de la voluntad*”, en A. Pineda, J.D. Fernández y A. Huici (eds): *Ideologías políticas en la cultura de masas*, Madrid, Tecnos, 2018
2. “Ecologismo: *La selva esmeralda*”, en A. Pineda, J.D. Fernández y A. Huici (eds): *Ideologías políticas en la cultura de masas*, Madrid, Tecnos, 2018
3. “The Liquid Man: Between the Old and the Postmodern2”, en Rey, J. (ed.): *All About Almodorvar’s Men*, New York, Peter Lang, 2017
5. “Mito y posverdad: entre la ficción y la política”, en F.J. Caro-González, M. Garrido Lora y M. del M. García Gordillo: *El problema de la verdad. Retos y riesgos en la comunicación*, Salamanca, Comunicacion Social, 2022.

Artículos en revistas

1. “Mito y publicidad”, en *Questiones publicitarias* nº1, Sevilla, 1993, pp. 72-86
2. “Propaganda y publicidad política: algunas cuestiones terminológicas”, en *Questiones publicitarias* nº 3, Sevilla, 1994, pp. 96-104.
- 3.”Consumo simbólico”, en Juan Rey (ed): *Consumo y comunicación: una aproximación plural*, Sevilla, MAECEI, 2004
4. “De Billy el Niño al joven Bush: mito, ideología y propaganda” en *Pensar la imagen: la imagen persuasiva*, Almería, Diputación de Almería, 2007

5. “Violencia de género en los medios de comunicación”, en Tamayo, J.J. (ed) (2010): *Religión, género y violencia*, Sevilla, Universidad Internacional de Andalucía, pp.90-10
12, pp. 63-75, 2007

C.2. Proyectos

Proyecto I+D: Estrategias de comunicación social de los organismos del estado a través de la publicidad institucional
Duración: 13/12/03 a 13/12/07
Cuantía: 35.880
Investig. Responsable: Francisco J. Ruíz Collantes
Número participantes: 12

C.3. Contratos

TRADUCCIÓN AL CASTELLANO DE LA OBRA *L'ÉTAT DU MONDE EN 1492*
.CONTRATO 11/45 CON LA SOCIEDAD ESTATAL EXPO 92
Código: 11/45
Ámbito: Internacional no UE
Responsable: Ramirez-Gomez, Carmen
Fecha inicio: 09/09/1991
Fecha fin: 31/12/1992
Cantidad (EUROS): 12000

C.7... Otros

Máster: “Mitos universales y su plasmación estética y espectacular”, en *Master en Artes del Espectáculo Vivo*, Facultad de Filología, Univ. de Sevilla (cursos 2009-2010 y 2010-2011)
Máster: “Comunicación publicitaria: Teorías, análisis y nuevas tendencias”, en *Master universitario en comunicación y cultura*, Facultad de Comunicación, Univ. Sevilla (cursos 2009-2010 y 2010-2011)
Máster: “Comunicación de masas e ideología”, en Curso de Maestría, Universidad de la República, Montevideo (Uruguay), Julio de 2015.

INSTRUCCIONES PARA RELLENAR EL CVA