

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA	30/07/2025
----------------------	------------

Nombre y apellidos	Antonio Pineda Cachero		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	H-4899-2017	
	Código Orcid	orcid.org/0000-0002-0249-1881	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Sevilla		
Dpto./Centro	Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad		
Dirección			
Teléfono		correo electrónico	apc@us.es
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	19/04/2022
Espec. cód. UNESCO	591002 MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS 591004 PROPAGANDA 591099 OTRAS		
Palabras clave	Propaganda, teoría de la comunicación, semiótica de la publicidad, medios de comunicación e ideología		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Doctor por la Universidad de Sevilla	Universidad de Sevilla	2005
Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas	Universidad de Sevilla	1999

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica**Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM**

Antonio Pineda Cachero es Catedrático de Universidad, y trabaja como docente e investigador en la Facultad de Comunicación (Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad) de la Universidad de Sevilla (US), donde también ha sido Vicedecano de Calidad, Postgrado e Investigación (2014-2018). Pueden citarse 6 trienios, 4 quinquenios docentes y 3 sexenios de investigación. Entre las asignaturas impartidas en la US constan materias como Comunicación Política, Investigación Publicitaria o Análisis del Discurso Publicitario, así como la participación en títulos de postgrado como el Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política o el Máster Interuniversitario en Dirección estratégica e innovación en Comunicación de las universidades de Cádiz y Málaga.

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas y Doctor en 2005 por la US (premio extraordinario de doctorado por su tesis), su actividad investigadora se ha centrado en el estudio teórico y empírico de la propaganda, la comunicación política digital, la semiótica de la publicidad y las relaciones cultura de masas-ideología, así como el estudio de mensajes ideológicos en la prensa o en Internet—a partir del interés inicial en el fenómeno propagandístico, la trayectoria investigadora ha abierto nuevas líneas de investigación afines, como las relaciones entre comunicación política y redes sociales. Ha co-editado distintos libros, ha participado en libros editados internacionalmente y es el autor de varios artículos científicos publicados en revistas nacionales e internacionales, así como de comunicaciones presentadas en encuentros académicos internacionales. En 2006 publicó el libro *Elementos para una teoría comunicacional de la propaganda* (Alfar, Sevilla). Entre las revistas en que ha publicado se encuentran *New Media & Society*, *Visual Communication*, *International Journal of Communication*, *The Journal of Popular Culture*, *International Journal of Media & Cultural Politics*, *tripleC*, *European Journal of Communication*, *the International Communication Gazette*, *Journal of Intercultural Studies*, *International Journal of Iberian Studies*, *Revista Latina de Comunicación Social*, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, etc. En cuanto a capítulos de libros, pueden citarse contribuciones en colaboración a los volúmenes editados *The Handbook of Diasporas, Media, and Culture* (Wiley); *The Routledge Companion to Global Popular Culture*; o *Violence in American Popular Culture* (Praeger,

ABC-CLIO). También puede mencionarse la dirección del Grupo de Investigación en Comunicación Política, Ideología y Propaganda IDECO, inscrito en el Sistema de Información Científica de Andalucía (cód. SEJ-539), y la dirección o co-dirección de 11 tesis doctorales, encontrándose actualmente dirigiendo o co-dirigiendo diversas tesis más. La vinculación con la formación doctoral también se refleja en la participación en el Programa de Doctorado en Comunicación por las universidades de Cádiz, Huelva Málaga y Sevilla, en cuyo contexto ha impartido seminarios sobre cuestiones relativas a investigación y metodología.

En resumen, las distintas dimensiones de la actividad de este apartado indican una proyección internacional de la investigación (plasmada en publicaciones en inglés en revistas de primer orden) y la coherencia temática de una actividad científica centrada en las dimensiones propagandísticas, ideológicas y políticas de la comunicación y la cultura de masas.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

1. PINEDA, Antonio, DOMÍNGUEZ-GARCÍA, Ricardo, y PÉREZ-CURIEL, Concha (2024): "Formas universales en medios digitales: Zelenski y el uso propagandístico de Telegram", *Revista de Comunicación*, 23(2), pp. 277-298. DOI: <https://doi.org/10.26441/RC23.2-2024-3525>
2. PINEDA, Antonio, BARRAGÁN-ROMERO, Ana I., SÁNCHEZ-GUTIÉRREZ, Bianca, y MACARRO-TOMILLO, Antonio (2023): "Whatever happened to propaganda? Communication curricula in Spain, democracy, and the logic of depropagandization", *Communication and Democracy*, 57(2), pp. 203-229. DOI: <https://doi.org/10.1080/27671127.2023.2213760>
3. PINEDA, Antonio (coordinador) (2021): *Poder, ideología y propaganda en la ficción distópica*. Tirant lo Blanch, Valencia.
4. PINEDA, Antonio, SANZ-MARCOS, Paloma, y GORDILLO-RODRÍGUEZ, María Teresa (2020): "Branding, culture, and political ideology: Spanish patriotism as the identity myth of an iconic brand", *Journal of Consumer Culture* (online). DOI: 10.1177/1469540519899977
5. PINEDA, Antonio, BARRAGÁN-ROMERO, Ana I., y BELLIDO-PÉREZ, Elena (2020): "Representación de los principales líderes políticos y uso propagandístico de Instagram en España", *Cuadernos.info*, 47, pp. 80-110.
6. FERNÁNDEZ GÓMEZ, Jorge David, RUBIO-HERNÁNDEZ, María del Mar, y PINEDA, Antonio (2019): *Branding cultural. Una teoría aplicada a las marcas y a la publicidad*. Editorial UOC, Barcelona.
7. PINEDA, Antonio; HERNÁNDEZ-SANTAOLALLA, Víctor; ALGABA, Cristina; BARRAGÁN-ROMERO, Ana I. (2019): "The politics of think tanks in social media: FAES, YouTube and free-market ideology", *International Journal of Media & Cultural Politics*, 15(1), pp. 3-25.
8. RODRIGO-ALSINA, Miquel; PINEDA, Antonio; GARCÍA-JIMÉNEZ, Leonarda (2019): "Media Representations of Diasporic Cultures and the Impact on Audiences: Polarization, Power, and the Limits of Interculturality". En RETIS, Jessica, y TSAGAROUSIANOU, Roza (eds.), *The Handbook of Diasporas, Media, and Culture*. Wiley Blackwell, Hoboken (NJ) y Medford (MA), pp. 239-253.
9. SCHENA, Jucinara, ALMIRON, Núria, y PINEDA, Antonio (2018): "Mapping press ideology. A methodological proposal to systematise the analysis of political ideologies in newspapers", *Observatorio (OBS*) Journal*, 12(3), pp. 17-47.
10. RAMOS-SERRANO, Marina, FERNÁNDEZ GÓMEZ, Jorge David, y PINEDA, Antonio (2018). "Follow the closing of the campaign on streaming': The use of Twitter by Spanish political parties during the 2014 European elections", *New Media and Society*, Vol. 20(1), pp. 122-140.
11. GARCÍA-JIMÉNEZ, Leonarda, RODRIGO-ALSINA, Miquel, y PINEDA, Antonio (2017): "The Social Construction of Intercultural Communication: A Delphi Study", *Journal of Intercultural Studies*, Vol. 38(2), pp. 228-244.

12. PINEDA, Antonio, GARCÍA-JIMÉNEZ, Leonarda, y RODRIGO-ALSINA, Miquel (2017): "No, there is no room for you': Audience reception and televised interculturality in Spain", *International Journal of Iberian Studies*, Vol. 30(2), pp. 93-112.

C.2. Proyectos

1. Referencia: UMA20-FEDERJA-027

Título: "Comunicación y grupos de interés en Andalucía. Estrategias de comunicación para la participación ciudadana en sociedades inclusivas"

Entidad financiadora y convocatoria: Programa operativo FEDER Andalucía 2014-2020

Nombre del investigador principal y entidad de afiliación: Antonio Castillo Esparcia, Universidad de Málaga

Fecha de inicio y de finalización: 2021-2023

Cuantía de la subvención: 43.414 euros

Tipo de participación: Investigador principal segundo

2. Referencia: PID2020-118584RB-I00

Título: "Lobby y Comunicación en la Unión Europea. Análisis de sus estrategias de comunicación"

Entidad financiadora y convocatoria: Convocatoria de Proyectos de I+D+i Retos Investigación del Ministerio de Educación y Ciencia

Nombre del investigador principal y entidad de afiliación: Ana Almansa Martínez y Antonio Castillo Esparcia, Universidad de Málaga

Fecha de inicio y de finalización: 2021-2024

Tipo de participación: Investigador

3. Referencia: PRY095/19

Título: "Comunicación, participación y diálogo con el ciudadano en la era de la "nueva política": el uso de las redes sociales por los partidos políticos en Andalucía"

Entidad financiadora y convocatoria: Centro de Estudios Andaluces, XI Convocatoria de Proyectos de la Fundación Centro de Estudios Andaluces

Nombre del investigador principal y entidad de afiliación: Antonio Pineda Cachero, Universidad de Sevilla.

Fecha de inicio y de finalización: del 15 de junio de 2020 al 14 de junio de 2022

Cuantía de la subvención: 28.721 euros

Tipo de participación: Investigador principal

4. Referencia: CSO2011-23786

Título: "Análisis de los relatos audiovisuales sobre civilizaciones y culturas. Representaciones e interpretaciones de los relatos informativos de la televisión"

Entidad financiadora y convocatoria: Ministerio de Ciencia e Innovación - Dirección Gral. de Investigación y Gestión del Plan Nacional de I+D+i

Nombre del investigador principal y entidad de afiliación: Miquel Rodrigo Alsina, Universitat Pompeu Fabra (UPF).

Fecha de inicio y de finalización: del 1 de enero de 2012 al 30 de junio de 2015

Cuantía de la subvención: 52.000 euros

Tipo de participación: Investigador

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

Título: "Determinar la idoneidad del nuevo formato/envase del detergente líquido frente a los actuales formatos/envases de polipropileno" (contrato suscrito al amparo de los artículos 68 y 83 de la L.O.U.)

Empresa o entidad: PERSAN.S.A.

Nombre del investigador principal y entidad de afiliación: Carlos Antonio Guerrero Serón. Universidad de Sevilla.

Fecha de inicio y de finalización: Fecha de Inicio: 03-01-2007. Fecha de Finalización: 03-04-2007.

Título: “*La notoriedad e imagen de las entidades financieras y sus respectivas fundaciones y obras sociales*” (contrato suscrito al amparo de los artículos 68 y 83 de la L.O.U.)

Empresa o entidad: Datacampo S.L.

Nombre del investigador principal y entidad de afiliación: Carlos Antonio Guerrero Serón. Universidad de Sevilla.

Fecha de inicio y de finalización: Fecha de Inicio: 14-12-2005. Fecha de Finalización: 14-03-2006.

C.4. Patentes

C.5. Participación en tareas de evaluación

- Evaluador de proyectos para la Subdivisión de Coordinación y Evaluación de la Agencia Estatal de Investigación (AEI)
- Evaluador de proyectos FONDECYT (Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico) postulados al concurso de Iniciación en Investigación 2012. Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica, Ministerio de Educación, Gobierno de Chile.
- Evaluador de revistas científicas internacionales como *New Media & Society*, *The International Journal of Press/Politics*, *adComunica*, *Cuadernos.info*, *Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación*, *Trípodos*, *Cuadernos de Gestión*, o *Arte, Individuo y Sociedad*, entre muchas otras.

C.6. Gestión de la actividad científica

- Vicedecano de Calidad, Postgrado e Investigación en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla (US), 2014-2018
- Secretario de la subcomisión académica de la US del Programa de Doctorado en Comunicación por la Universidad de Cádiz; la Universidad de Huelva; la Universidad de Málaga y la Universidad de Sevilla (desde el 05-11-2013 al 06-11-2019)
- Secretario de *Questiones Publicitarias. Revista Internacional de Comunicación y Publicidad* desde el año 2002 hasta el 25 de septiembre de 2008
- Subdirector de *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales* desde el 11 de mayo de 2010 hasta el 22 de diciembre de 2011

C.7. Premios

- Premio Extraordinario de Doctorado en la Convocatoria 2005/2006 (US). Área Humanidades-Comunicación.
- Mención Especial del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en la convocatoria de Premios Nacionales Fin de Carrera de Educación Universitaria (curso 1998-1999), en los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas, como reconocimiento a su expediente y currículum académico.