

Parte A. DATOS PERSONALES		Fecha del CVA		
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		Fecha inicio		
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

Inició su carrera docente en la Universidad Nacional del Sur (Bahía Blanca, Argentina) como profesor ayudante del Departamento de Literatura y prosiguió, como profesor, en la Universidad de la Patagonia (Santa Cruz, Argentina)

A partir de 1991, ingresó como docente en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Desde 1998 es Profesor Titular en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de dicha Universidad. 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*. Además de la docencia y la dirección de Tesis doctorales y Trabajos fin de grado, sus principales líneas de investigación se centran en el análisis de la comunicación política y publicitaria, de una parte, y la literatura, de la otra. Ha publicado diversos libros, capítulos de libros y artículos en revistas científicas.

Ha participado en diversos congresos y jornadas de su especialidad.

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. *Guerra y propaganda en el siglo XXI.* , Sevilla, Alfar, 2009
3. *Teoría e historia de la propaganda*, Madrid, Síntesis, 2017

Capítulos de libros

4. “Ideología y propaganda en la cultura de masas”, en Pineda, A., Fernández Gómez, J.D y Huici, A. (coords), (2018): *Ideologías políticas en la cultura de masas*, Madrid, Tecnos, pp. 21-52.
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

“Infidelidade dos espelhos: O homen duplicado, entre o outro e ele mesmo”, en *Revista de Estudos Saramaguianos*, Vol 2, No: 8, pp 13-29, 2018

“Borges: entre la vindicación del límite y la seducción del caos”, en *Moenia*, Vol 14, No 2008, pp 31-45, 2009

“*Lachen Macht Frei*: comicidad y contrapoder en *Cabaret*”, en *Comunicación*, Vol 1, No 6, pp. 56-86, 2008

“En busca del sentido perdido. De la religión y la utopía al paraíso del consumo”, en *Questiones Publicitarias. Revista Internacional de Comunicación y Publicidad*, Vol. 1, No 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