



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Cine y publicidad

Asignatura	Cine y publicidad			
Código	P04G190V01902			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptor	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Amorós Pons, Ana María			
Profesorado	Amorós Pons, Ana María			
Correo-e	amoros@uvigo.es			
Web	<a href="http://www.csc.uvigo.es/">http://www.csc.uvigo.es/</a> <a href="http://webs.uvigo.es/depX14/">http://webs.uvigo.es/depX14/</a>			
Descripción general	Esta materia aborda el conocimiento de las relaciones entre el cine y la publicidad desde los orígenes de la imagen animada. Se hace un estudio de los elementos técnico-narrativos de la dirección en cine y que son de referencia en la dirección de cine publicitario. Evolución histórica de directores, cinematografías y estilos y sus influencias en la imagen publicitaria audiovisual. Influencias creativas de la publicidad desde otros ámbitos artísticos. Análisis de los elementos técnico-narrativos-estéticos en propuestas fílmicas y spots concretos. Materia de carácter optativo, impartida en castellano.			

## Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
B2	Competencia interpretativa de la comunicación: capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar los conocimientos en esta disciplina.
C1	Conocimiento de la evolución histórica de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas, así como de los aspectos industriales, socio-políticos y estéticos que inciden en sus elementos, formas y procesos.
C3	Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios: características, tipologías y problemáticas.
C4	Conocimiento teórico y práctico de las estructuras organizativas y de los procesos de la publicidad y de las relaciones públicas.
C11	Competencia o alfabetización digital: capacidad y habilidad para utilizar las tecnología y técnicas de comunicación en nuevos soportes, medios interactivos y multimedia.
D4	Competencias directivas: capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas.

## Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Describir la evolución histórica de la imagen cinematográfica como soporte publicitario.	C1
Identificar las tipologías publicitarias y sus características en el medio cinematográfico	C3
Identificar, en la teoría y en la práctica, las modalidades de inserción del cine en la publicidad y de la publicidad en el cine	C4
Reconocer (en el lenguaje audiovisual, técnicas de dirección, construcción de relatos, etc.) obras cinematográficas y sus influencias en la realización de cine publicitario para distintos soportes y medios	C11
Extrapolar las técnicas de dirección cinematográfica, de diferentes escuelas y directores, a producciones publicitarias para medios audiovisuales tradicionales y nuevos soportes	C3
Analizar las estrategias de comunicación publicitaria en la imagen cinematográfica	B2
Demostrar capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico	A3
Administrar el tiempo y organizar adecuadamente y con eficacia las tareas encomendadas	D4

<b>Contenidos</b>	
Tema	
BLOQUE I. TEÓRICO-HISTÓRICO.	Tema 1. Imagen cinematográfica vs. Imagen publicitaria: 1.1. La imagen cinematográfica como soporte publicitario. Evolución histórica.
BLOQUE II. DIRECCIÓN CINEMATográfica.	Tema 2. Cinematografías, estilos y directores: 2.1. Los pioneros del cine: Europa, España, Galicia y América. 2.2. La creación de Hollywood: Origen de las majors y configuración de su imagen corporativa. 2.3. Europa-periodo no sonoro: Cine soviético (URSS). Expresionismo alemán (República de Weimar). Cine vanguardista (Alemania). Cine surrealista (Francia). 2.4. Escuela clásica de Hollywood. 2.5. Neo(post)realismo italiano. 2.6. Nouvelle Vague (Francia).
BLOQUE III. RELACIONES ENTRE CINE Y PUBLICIDAD.	Tema 3. Cine y Publicidad: 3.1. Visión desde la historia: La publicidad en el cine 3.2. Visión desde la estrategia publicitaria: Modalidades de inserción publicitaria en el cine. 3.3. Visión desde la creatividad: El cine en la publicidad 3.3.1. El arquetipo del star system cinematográfico en la publicidad. 3.3.2. La imitación del cine en la publicidad. 3.3.3. La incorporación de imágenes del cine en la publicidad. 3.3.4. La escenificación cinematográfica en la publicidad.
BLOQUE IV. RELACIONES ENTRE CAMPOS ARTÍSTICOS.	Tema 4. Arte-Cine-Publicidad-Moda: 4.1. Transferencias entre campos artísticos: La citación posmoderna en la publicidad. 4.2. Manifestaciones temáticas de la sensualidad: Del cine erótico al porno-chic en la publicidad.
BLOQUE V. CINE, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS ESPECIALIZADAS.	Tema 5. Protocolo ceremonial y publicidad en los eventos cinematográficos: 5.1. Ceremonia de Entrega de Premios (Galas de cine).

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	24	18	42
Seminario	15	7	22
Resolución de problemas de forma autónoma	1	25	26
Observación sistemática	8	0	8
Examen de preguntas de desarrollo	2	50	52

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

### Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Clase teórica (aula): Sesión presencial de exposición por parte de la docente de los contenidos teórico-conceptuales básicos de la materia, que el alumnado deberá ampliar y desarrollar por su cuenta con la bibliografía facilitada y/o otras indicaciones. Se complementarán con las discusiones y/o exposiciones en el análisis de las prácticas. Todos estos aspectos serán tenidos en cuenta en los ejercicios y en el examen.
Seminario	Clases prácticas de/en aula, con la realización de Estudios de Caso. El alumnado realiza ejercicios (individuales y/o colectivos) programados por la docente de análisis fílmico y/o publicitario. Para su realización, tras la contextualización de la obra por la docente: habrá proyección audiovisual, trabajo de visionado, análisis técnico-narrativo-estético, exposición/defensa oral y su corrección in situ, con la presentación/entrega escrita/visual del comentario en una ficha modelo y en el plazo estipulado. Prácticas con la presencia y participación continuada del alumnado en la clase.
Resolución de problemas de forma autónoma	Actividad en la que la docente plantea/programa un y/o dos ejercicios (individual y/o colectivo) sobre algún aspecto del temario y contenidos de la materia. El alumnado debe realizarlo/desarrollarlo de forma autónoma con las indicaciones dadas por la docente. Entrega/presentación escrita-visual en una ficha modelo con la exposición/defensa oral, en los plazos establecidos. No se contempla la entrega de ejercicios al margen del encargado por la docente.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
--------------	-------------

Lección magistral	De manera voluntaria, el alumnado dispone del horario de tutorías para consultar dudas relativas a los contenidos teóricos abordados en las clases teóricas. Los horarios y lugar de tutorías estarán disponibles en la plataforma MooVI y en la Web. Para evitar demoras, se solicita cita tutorial previamente por e-mail. No se realizan tutorías ni por teléfono ni por e-mail. El profesorado puede realizar comunicados académicos o información en la plataforma MooVI de la materia al alumnado y por e-mail.
Seminario	De manera voluntaria, el alumnado dispone del horario de tutorías para consultar dudas relativas a las prácticas. Los horarios y lugar de tutorías estarán disponibles en la plataforma MooVI y en la Web. Para evitar demoras, se solicita cita tutorial previamente por e-mail. No se realizan tutorías ni por teléfono ni por e-mail. El profesorado puede realizar comunicados académicos o información en la plataforma MooVI de la materia al alumnado y/ por e-mail.
Resolución de problemas de forma autónoma	De manera voluntaria, el alumnado dispone del horario de tutorías para consultar dudas relativas a los ejercicios propuestos. Los horarios y lugar de tutorías estarán disponibles en la plataforma MooVI y en la Web. Para evitar demoras, se solicita cita tutorial previamente por e-mail. No se realizan tutorías ni por teléfono ni por e-mail. El profesorado puede realizar comunicados académicos o información en la plataforma MooVI de la materia al alumnado y por e-mail.

## Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Seminario	<p>ESTUDIOS DE CASO: prácticas y/o ejercicios (individuales y/o colectivos) de/en aula, programados por la docente, de análisis de fragmentos de producciones audiovisuales (cinematográficas, publicitarias).</p> <p>Para su realización: proyección audiovisual, trabajo de visionado, análisis técnico-audiovisual-narrativo-estético, exposición oral y corrección in situ, presentación/entrega escrita/visual del análisis en una ficha modelo y en el plazo estipulado.</p> <p>Prácticas con la presencia y participación continuada del alumnado en la clase. Lógicamente si un/a alumno/a no asiste a clases prácticas y no hace una práctica concreta, no podrá presentarla, ni entregarla, ni exponerla y perderá la calificación correspondiente a esa práctica.</p> <p>No se contempla la entrega de trabajos/ejercicios al margen de las prácticas realizadas y/o encargadas por la docente en el aula al alumnado asistente a la sesión de clase.</p>	30	A3	B2	C3 C4 C11	D4
Resolución de problemas de forma autónoma	<p>El alumnado realiza un y/o dos ejercicios (individual y/o colectivo) de manera autónoma, programado por la docente sobre algún aspecto del temario y contenidos de la materia.</p> <p>Entrega/presentación escrita-visual en una ficha modelo con la exposición/defensa oral, en los plazos establecidos.</p> <p>No se contempla la entrega de ejercicios al margen del encargado por la docente.</p>	20	A3	B2	C3 C4 C11	D4
Observación sistemática	<p>El alumnado en cada tema impartido realiza de/en aula prácticas de análisis de producciones cinematográficas y/o publicitarias (Estudios de Caso), con su presentación/exposición/defensa oral en la clase.</p>	10	A3	B2	C3 C4 C11	D4

Examen de preguntas de desarrollo	<p>Tipo de Prueba: Examen escrito (con espacio limitado para las respuestas y algunas preguntas pueden ser de respuesta corta).</p> <p>Estructura del examen: preguntas teóricas y preguntas prácticas de análisis técnico-audiovisual-narrativo-estético de producciones audiovisuales (cinematográficas y/o publicitarias) de los diferentes temas.</p> <p>Los contenidos de esta prueba serán los conceptos de la materia explicados, tanto en la clase magistral como en los seminarios de las prácticas.</p> <p>Además de las referencias bibliográficas de la Guía, la docente ubicará en MooVI, referencias orientativas para el estudio básico de la asignatura; pero las preguntas no estarán limitadas solo a estas referencias, sino que abarcarán la totalidad de los contenidos explicados en las clases teóricas y prácticas.</p> <p>El Examen tiene un valor del 40% sobre el total de la nota. Para aprobar la asignatura será preciso obtener como mínimo un 5 en la nota del Examen. Con una calificación inferior a 5 puntos no se podrá hacer media ni compensar con las notas de las otras pruebas.</p> <p>Para más información sobre la Evaluación Continua y Evaluación Global véase el apartado "Otros comentarios sobre la evaluación".</p>	40	A3 B2 C1 D4 C3 C4 C11
-----------------------------------	--	----	--------------------------------

### Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumnado podrá optar a dos modalidades de evaluación de la materia: Evaluación Continua y Evaluación Global.

**1. EVALUACIÓN CONTINUA:** se aplican los porcentajes y conceptos anteriores (Examen, Seminario, Observación sistemática y Resolución de problemas y/o ejercicios), con las siguientes consideraciones:

La asistencia a las clases prácticas no es obligatoria. Ahora bien, puesto que la realización de los Estudios de Caso (seminario) se realizan como prácticas de/en aula con la presencia y participación continuada del alumnado en clase (que puntúa hasta un máximo de 30%), con la observación sistemática (hasta un máximo de 10%), si un/a alumno/a no acude a las clases prácticas para hacerlas no podrá presentarlas/entregarlas, ni exponerlas/defenderlas oralmente y perderá la calificación correspondiente a esa práctica.

Por lo tanto, el alumnado hará/entregará/expondrá/defenderá oralmente las prácticas que considere convenientes, pero deberá tener en cuenta si cumple con ello los criterios de evaluación de las otras pruebas (Examen, Resolución de problemas y/o ejercicios) para aprobar la asignatura.

En el apartado Resolución de problemas y/o ejercicios, en el ejercicio programado por la docente se valorará su presentación de contenido escrito/visual (hasta un máximo de 10%) y la exposición/defensa oral (hasta un máximo de 10%), si un/a alumno/a presenta/entrega el Trabajo, pero no acude para exponerlo/defenderlo oralmente perderá la calificación correspondiente. Y si viene a clase a exponerlo/defenderlo oralmente sin haberlo entregado en tiempo y forma, no se le considerará.

Es necesario aprobar el Examen, con una nota igual o superior a 5 para superar la materia. En el caso de una calificación por debajo de 5 puntos, no se podrá compensar la nota con las otras pruebas (de haberlas), aunque se conservarán las calificaciones para la Convocatoria de julio. En este caso, la calificación de la materia en la 1ª Edición-1ª Convocatoria será la nota del Examen.

**1.1. En la convocatoria de Julio (2ª Edición):** se aplican los mismos criterios de calificación, aunque la Observación sistemática, prácticas de Estudios de caso y el apartado Resolución de problemas/ejercicios no serán reevaluados, manteniéndose la calificación de la 1ª Edición (1ª Convocatoria). El alumnado que no superó el Examen en la 1ª Convocatoria tiene esta nueva edición para repetir el Examen. El alumnado tendrá que mejorar su calificación mediante el Examen.

El modelo de Examen será del mismo tipo (escrito) y estructura (preguntas teóricas y prácticas) de la 1ª Convocatoria. También se necesitará una nota mínima de 5 (dentro del valor del 40% del total de la nota) para hacer media con el resto de las otras pruebas (de haberlas). En caso de no alcanzarlo, la calificación final será la de este Examen.

La información sobre la materia estará publicada en la plataforma MooVI. Será responsabilidad del alumnado estar atento a esta información al ser la vía de comunicación.

**2. EVALUACIÓN GLOBAL:** De acuerdo a lo establecido en el [Reglamento sobre a avaliación, a cualificación e a calidade da docencia e do proceso de aprendizaxe do estudantado], el/a estudiante que no opte por la modalidad de evaluación continua, tendrá derecho a una prueba global en el calendario/fechas oficiales que la Facultad establezca.

Para optar a esta posibilidad, el alumnado deberá solicitar expresamente la renuncia a la evaluación continua, con la antelación y siguiendo los procedimientos para su tramitación que el Protocolo del Decanato de la Facultad establezca a tal efecto. Este Acto de renuncia supondrá la anulación automática de todas las calificaciones obtenidas por el método de evaluación continua y ya no se computarán. No se admitirán solicitudes fuera del plazo establecido por el Centro y, una vez, reconocido el derecho no se podrá desistir del mismo.

Esta modalidad de evaluación consiste en una prueba única que permitirá calificar al alumnado entre 0 y 10, igual que en la evaluación continua. La prueba se realizará en la fecha y horario establecido oficialmente por la Facultad. Por regla general, la duración de la prueba oficial es de 2 horas. Para la evaluación global, el alumnado necesitará 3 horas más adicionales (5 desde el comienzo de la prueba) para completarla.

Esta modalidad consistirá: A) Examen escrito con preguntas teóricas y prácticas (40% de la calificación). B) Ejercicio escrito de estudio fílmico (30% de la calificación) con los enunciados que la prueba establezca. C) Práctica escrita de análisis de imagen (30% de la calificación) con los enunciados que la prueba establezca. La calificación será la nota media de las 3 pruebas. No obstante, para superar la materia será preciso obtener, como mínimo, un 5 en el Examen. En el caso de una calificación por debajo de 5, no se podrá compensar con la nota de las otras pruebas, aunque se conservará su calificación para la convocatoria de julio. En este caso, la calificación de la materia en la 1ª Edición-Convocatoria será la nota del Examen.

**2.1. En la convocatoria de Julio (2ª Edición):** El alumnado que no superó el Examen en la 1ª Convocatoria tiene esta nueva edición para repetir la prueba de Examen (40% de la calificación). También se necesitará una nota mínima de 5 puntos para hacer media con las otras pruebas ya evaluadas en la 1ª Edición (pues no serán reevaluadas, manteniéndose la calificación de la 1ª Edición). El alumnado tendrá que mejorar su calificación mediante el Examen. En caso de no alcanzarla, la calificación final será la de este Examen.

La información sobre la materia estará publicada en la plataforma MooVI y será responsabilidad del alumnado estar atento a esta información al ser la vía de comunicación.

Cualquier aspecto no previsto en esta Guía se resolverá en base al citado *Reglamento sobre la evaluación, calificación y calidad de la docencia y proceso de aprendizaje del estudiante* de la Universidad de Vigo.

---

## Fuentes de información

### Bibliografía Básica

COMESAÑA, Patricia & AMORÓS, Anna, "**La escenificación del cuerpo masculino en la imagen publicitaria**". En: **Avances de investigación y estudios de género en comunicación**. Págs. 234-256., Fragua, 2022

COMESAÑA, Patricia & AMORÓS, Anna, **Publicidad y valores de marca en la obra erótica de la escritora E. L. James**. En: **La comunicación a la vanguardia. Tendencias, métodos y perspectivas**. Págs. 2717 - 2736., Fragua, 2021

GUBERN, Román, **Historia del cine**., Anagrama, 2016

AMORÓS PONS, Anna, **Relaciones entre cine y publicidad. Aportaciones y reflexiones a la investigación**. En: **Cinema, Publicitat i Turisme**. (ed. R. Girona), pp. 37-63, Documenta Universitaria, 2012

AMORÓS PONS, Anna, **La imagen visual de las compañías cinematográficas de Hollywood: las majors**. En: **VV.AA. Estudios de Comunicación y Protocolo I (Ed. Fernando Ramos)**, pp. 887-899., Universidade: Facultade CCSS e da Comunicación, 2010

AMORÓS PONS, Anna, **Cine y Publicidad. Mitos y Arquetipos**. En: **Estudios de Comunicación y Protocolo I (Ed. Fernando Ramos)**, pp. 853-875., Universidade: Facultade CCSS e da Comunicación..., 2010

AMORÓS, Anna / NOGUEIRA, Xosé (Editores), **Xéneros cinematográficos? Aproximacións e reflexións**, USC, Servizo de Publicacións, 2006

AMORÓS PONS, Anna (Editora), **Obradoiros de Cine Clásico**, Tórculo Edicións / Asociación Galega de Guionistas, 2003

AMORÓS, Anna e MARTÍNEZ, Sandra, **O cine na publicidade. Modalidades e técnicas na creación publicitaria**., Tórculo Edicións, 2000

AMORÓS PONS, Anna, **La imagen cinematográfica como soporte publicitario. Aproximación histórica al fenómeno desde Galicia**. En: **La publicidad en televisión**. Págs. 123-132., Diputación de Pontevedra, 1999

### Bibliografía Complementaria

AMORÓS PONS, Anna, **Cine publicitario con identidad gallega: los spots Estrella Galicia (1986-2019)**. En: **Comunicando en el siglo XXI: Claves y tendencias**. Págs.39-51, Tirant Lo Blanch, 2020

AMORÓS PONS, Anna, **CONFERENCIA: Las compañías cinematográficas de Hollywood: Brand identity de las majors**., UVigo TV: <https://tv.uvigo.es/video/5b5b387d8f4208>, 2018

AMORÓS PONS, Anna, **CONFERENCIA: Las Galas de Cine: glamour, espectáculo y promoción**, UVigo TV: <http://tv.uvigo.es/matterhorn/33602>, 2017

- AMORÓS PONS, Anna, **CONFERENCIA: La alfombra roja del glamour: Moda y modistos en el Cine de Hollywood.**, UVigo TV: <http://tv.uvigo.es/matterhorn/33254>, 2017
- 
- AMORÓS, Anna y CALVO, M<sup>a</sup> Carmen, **Givenchy en Hollywood: Estudio de Breakfast at Tiffany's y sus influencias en publicidad de moda actual. Nº 25: 87-114**, Creatividad y Sociedad, 2016
- 
- AMORÓS, Anna y COMESAÑA, Patricia, **Estrategias publicitarias 360º en los eventos cinematográfico: el Festival de Cans. Págs. 92-107**, Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales, 2016
- 
- AMORÓS PONS, Anna, **CONFERENCIA: Cine, promoción turística e identidad de marca.**, UVigo TV: <http://tv.uvigo.es/matterhorn/30240>, 2016
- 
- AMORÓS PONS, Anna, **CONFERENCIA: Los premios Metre Mateo del audiovisual gallego.**, UVigo TV: <http://tv.uvigo.es/video/102241.html>, 2014
- 
- AMORÓS, Anna y COMESAÑA, Patricia, **El Cine de animación, transmisor de marcas y valores culturales.**, DOI: [https://doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2013.v18.442](https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.442), 2013
- 
- AMORÓS, Anna y COMESAÑA, Patricia, **El audiovisual gallego en los premios Mestre Mateo.**, Orbis: revista de Ciencias Humanas, 2013
- 
- AMORÓS PONS, Anna, **CONFERENCIA: Protocolo en los eventos cinematográficos: La gala de los Goya**, UVigo TV: <http://tv.uvigo.es/video/72310.html>, 2013
- 
- AMORÓS, Anna y COMESAÑA, Patricia, **Cine y Publicidad: la imagen cinematográfica como soporte publicitario en los dibujos animados**, Ámbitos. Rev. Estudios de CC.SS. y Humanidades, 2012
- 
- AMORÓS, Anna y COMESAÑA, Patricia, **Las Relaciones Públicas como estrategia de comunicación en los eventos cinematográficos: los Premios Goya.**, Revista Internacional de Relaciones Públicas, 2012
- 
- AMORÓS, Anna y COMESAÑA, Patricia, **"Relaciones Públicas y Protocolo en los Premios Cinematográficos. La Ceremonia de los Oscar"**, ICONO 14., 2011
- 
- AMORÓS PONS, Anna, **CONFERENCIA:Relacions entre Cinema i Publicitat : aportacions i reflexions en la investigació**, UdGi: <http://bibstream.udg.edu/streaming/2303.mp4>, 2011
- 
- AMORÓS PONS, Anna, **CONFERENCIA: El Protocolo del cine. Glamour y show en la ceremonia de la entrega de Premios Oscar.**, UVigo TV: <http://tv.uvigo.es/video/23064.html>, 2010
- 
- AMORÓS PONS, Anna, **Corpos de seducción. A imaxe da muller na publicidade e a citación posmoderna**. **Monográfico: En femenino: Voces, miradas, territorios.**, Revista SEMATA. <http://hdl.handle.net/10347/4537>, 2008
- 

## Recomendaciones

### Asignaturas que continúan el temario

Trabajo de Fin de Grado/P04G190V01991

### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Campañas de imagen y de relaciones públicas/P04G190V01901

Comunicación alternativa: Medios virtuales y nuevos soportes publicitarios/P04G190V01903

Publicidad, artes gráficas y tipografía/P04G190V01906

Relaciones públicas y protocolo/P04G190V01909

### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Comunicación: Teoría y técnica de la imagen/P04G190V01106

Teoría y práctica de la comunicación publicitaria/P04G190V01105

Creatividad publicitaria/P04G190V01304

Elaboración del mensaje publicitario/P04G190V01401

Teoría y práctica de la fotografía publicitaria/P04G190V01305

Producción publicitaria en medios audiovisuales/P04G190V01504

Producción publicitaria impresa/P04G190V01505