

# EL CINE Y LA PUBLICIDAD

INICIATIVAS DE PROMOCIÓN

## COORDINADORAS

Ana I. Cea Navas  
Teresa Gema Martín Casado  
Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad  
Facultad CC. Sociales, Jurídicas y de la Comunicación  
Campus María Zambrano de Segovia

## PROFESORA

Lidia Martín Merino  
Cineasta y artista  
multidisciplinar  
Profesora de la  
Universidad Jean  
Jaurès de Toulouse

INFORMACIÓN  
Y RESERVAS



**Centro  
Buendía**

C/ Juan Mambriíl 1a, 14 - 47013 Valladolid  
Horario: de lunes a viernes, de 9 a 14 horas  
Teléfonos: 983 18 78 05 - 983 18 78 14  
inscripcion.centro.buendia@uva.es | www.buendia.uva.es



CURSO

# EL CINE Y LA PUBLICIDAD

DEL 18 AL 22 DE NOVIEMBRE DE 2024  
DE 15:30 A 20:30 HORAS

AULA: A-016



**25 HORAS**  
Plazas: 35 alumnos-as  
**TASAS DE MATRÍCULA**  
Comunidad Universitaria UVa: 70 €  
Resto: 80 €

**Plazo de inscripción: Hasta las 13 horas del 14-11-2024**

**Créditos**  
Los cursos del Centro Buendía tienen reconocido 1 crédito ECTS por cada 25 horas.

**Certificados de asistencia**  
Expedido por el Centro Buendía de la Universidad de Valladolid a los matriculados que asistan, al menos, al 80% del curso.

**Notas**  
El abono de la matrícula por parte del alumno implicará su conformidad con el curso.  
El plazo para solicitar devolución de tasas finaliza a las 13 horas del 14-11-2024.

# РЕСУМЕ И ЭСТАЦІЯ ДА



## OBJETIVOS

Conocer las estructuras del lenguaje documental, versus técnicas de publicidad (hacia la creación de otra realidad).

- Trabajar la propia naturaleza del documental mediante el estudio y análisis de films y su relación histórica con la publicidad.
- Rescatar el valor del documental como elemento de testimonio histórico y social con una mirada en su relación con la publicidad de cada época.
- Comprensión, discusión, debate sobre la "objetividad", en el marco general de realidad como diferenciación de la ficción cara al elemento publicitario.
- Introducirse en los métodos de creación de las obras audiovisuales. Objetivo final: que los alumnos y alumnas sean capaces de deducir la

intención del cine y su relación con la publicidad.

## DESTINATARIOS

Personas interesadas en el lenguaje cinematográfico y la publicidad. Está dirigido a estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Licenciatura de Periodismo de la Universidad de Valladolid, y a todos aquellos interesados en acercarse al documental en su vertiente publicitaria y también poética.



## PROGRAMA

### ◆ Día 1

15:30 – 20:30

Resumen histórico, el nacimiento del cine, con proyecciones de los Hermanos Lumière, Georges Méliès, Edison, Robert Flaherty, Griffith, Friz Lang (mudo). Versus el cine soviético que proponemos. Publicidad desde el arte constructivista ruso.

### ◆ Día 2°

15:30 – 20:30

"El cine ojo", Dziga Vertov manifiestos "El hombre de la cámara" (1929), la aceptación de lo inesperado como enriquecimiento del cine a lo imprevisto, relación e influencia en Jean Vigo. La publicidad y su lenguaje en Francia en entreguerras.

### ◆ Día 3°

15:30 – 20:30

Sfir Schub y el montaje de obras de archivo. Actualidad del documental de los años anteriores (del 60 al 90) Búsqueda de las líneas argumentales desde el desglose del guion de "Canciones para después de la guerra", de Basilio Martín Patino; bajo una intención política a la búsqueda de un sentido publicitario.

### ◆ Día 4°

15:30 – 20:30

"Lenguaje documental décadas de los 60 y 80, con sentido publicitario versus el siglo XXI. Chris Marker. Dogma 95. El sentido "publicitario" de Chris Marker: "Le fond de l'air est rouge"(1977) Découpage de la película. ¿Dónde se sitúa la publicidad frente a los lenguajes audiovisuales?

### ◆ Día 5°

15:30 – 20:30

Trabajo práctico (en grupos pequeños): Montaje de un corto de un tema de elección propia que muestre todo el trabajo llevado a cabo durante la semana.