

La colección de Publicidad Gisbert en Filmoteca Española. El proceso de recuperación de un archivo de documentos publicitarios

María Begoña Sánchez Galán

Documentación de las Ciencias de la Información, ISSN 0210-4210, Vol. 42, 2018, p. 53-65

La publicidad es reflejo de los deseos y necesidades de una población, por lo que su estudio permite conocer la evolución económica, histórica y sociológica de los individuos para los que ha sido diseñada. El acceso a los mensajes publicitarios que se han elaborado a lo largo de la historia es clave para poder estudiar la transformación de nuestras sociedades, pero soportes como el cine publicitario histórico son muy difíciles de consultar por su fragilidad material y por la ausencia de proyectos dedicados al análisis y difusión de su contenido. Este artículo resume el proceso por el que un grupo de colaboradores y profesionales de Filmoteca Española abordó la recuperación, catalogación y análisis documental de una colección de documentos procedentes de la agencia Publicidad Gisbert. Para ello se siguió la metodología de gestión y preservación de materiales que se aplica a todos los fondos que llegan a la Institución. El estudio de esta colección dio como resultado la recuperación de películas publicitarias, dispositivas, fotografías y un archivo de material documental elaborado en la agencia entre 1953 y 1976. Estos materiales son una fuente de información primaria de gran interés para el

estudio no sólo del cine publicitario, sino también del uso de las pantallas y las salas de cine como soportes de la exhibición publicitaria.

<https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/63812>

Resumen elaborado por la propia publicación