

**Fecha del CVA**

21/01/2025

**Parte A. DATOS PERSONALES**

Nombre *	PATRICIA		
Apellidos *	COMESAÑA COMESAÑA		
Sexo *	No Contesta	Fecha de Nacimiento *	
DNI/NIE/Pasaporte *		Teléfono *	
URL Web	<a href="https://pdi.udc.es/es/File/Pdi/J92VM">https://pdi.udc.es/es/File/Pdi/J92VM</a>		
Dirección Email			
Identificador científico	Open Researcher and Contributor ID (ORCID) *	0000-0001-9857-4026	
	Researcher ID		
	Scopus Author ID	56040687200	

\* Obligatorio

**A.1. Situación profesional actual**

Puesto	Profesor Ayudante Doctor		
Fecha inicio	2023		
Organismo / Institución	Universidad de A Coruña		
Departamento / Centro	Comunicación y sociología / Facultad de Comunicación		
País	España	Teléfono	
Palabras clave			

**A.2. Situación profesional anterior**

Periodo	Puesto / Institución / País
2021 - 2023	Interino de sustitución / Universidad de A Coruña
2021 - 2021	Consultor pedagógico (externo) / Telefónica (contrato marco mercantil para proyecto)
2019 - 2020	PDI / Universidad Europea del Atlántico
2018 - 2019	Técnico-Jefe de proyectos internacionales (LATAM) / Grupo Femxa

**A.3. Formación académica**

Grado/Master/Tesis	Universidad / País	Año
DOCTORADO EN COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	Universidade de Vigo	2011

**Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES**
**C.1. Publicaciones**

AC: Autor de correspondencia; (nº x / nº y): posición firma solicitante / total autores. Si aplica, indique el número de citaciones

- Artículo científico.** Anna Amorós Pons; Patricia Comesaña Comesaña; Inna Alexeeva Alexeev. 2022. Violencia de género en período de pandemia de coronavirus en los países del G-20: Campañas publicitarias en redes sociales. Historia y Comunicación Social. 2-27, pp.389-400.
- Artículo científico.** Damián Martín Brito; Patricia Comesaña Comesaña. 2022. Publicidad y estereotipos de género en el siglo XXI. El caso de la marca AXE. Ámbitos, Revista de estudios de ciencias sociales y humanidades. 47, pp.81-96.
- Artículo científico.** (1/3) Patricia (AC); Anna; Inna. 2022. Technocreativity, Social Networks and Entrepreneurship: Diagnostics of Skills in University Students. International Journal of Emerging Technologies in Learning. IJET. 17-5, pp.180-195.

- 4 **Artículo científico.** Pamela; David; Richard; (4/4) Patricia. 2022. Wearing mask hinders emotion recognition, but enhances perception of attractiveness. Personality and Individual Differences. Elsevier. pp.111195.
- 5 **Artículo científico.** Patricia. 2021. KID INFLUENCERS Y REDES SOCIALES. ESTRATEGIAS DE PRODUCT PLACEMENT EN EL PERFIL DE INSTAGRAM DE ARANTXA PARREÑO. PLATAFORMAS, CONSUMO MEDIÁTICO DIGITALES. Y NUEVAS REALIDADES HACIA UNA PERSPECTIVA INTEGRADORA. Dykinson. pp.593-614.
- 6 **Artículo científico.** Anna Amorós Pons; Patricia Comesaña Comesaña. 2016. Cartoons, publicidad y transmedialidad. Cuadernos.Info. 39, pp.165-180.
- 7 **Artículo científico.** 2016. Reflejos de identidad gallega en el cine gallego de dibujos animados. Creatividad y Sociedad. Revista de la Asociación para la Creatividad (ASOCREA). 25, pp.341-360. ISSN 1887-7370.
- 8 **Artículo científico.** Anna Amorós Pons; Patricia Comesaña Comesaña. 2016. Estrategias publicitarias 360º en los eventos cinematográficos: El Festival de Cans. Revista Opción. Universidad del Zulia: Facultad Experimental de Ciencias. ISSN 1012-1587.
- 9 **Artículo científico.** Anna Amorós Pons; Patricia Comesaña Comesaña. 2013. El audiovisual gallego en los Premios Mestre Mateo. Protocolo en la Ceremonia. Revista Orbis. 26, pp.74-96.
- 10 **Artículo científico.** Anna Amorós Pons; Patricia Comesaña Comesaña. 2013. El cine de animación, transmisor de marcas y valores culturales. Historia y Comunicación Social. Nov, pp.75-85.
- 11 **Artículo científico.** Anna Amorós Pons; Patricia Comesaña Comesaña. 2013. Producción cinematográfica gallega. Panorama y estudio de los efectos de la crisis. Revista Prisma Social. 10, pp.433-458.
- 12 **Artículo científico.** Anna Amorós Pons; Patricia Comesaña Comesaña. 2012. Cine y Publicidad: La imagen cinematográfica como soporte publicitario. Estudio de caso los dibujos animados. Ámbitos. Revista de Estudios de Ciencias Sociales y Humanidades. AECOSH. 28, pp.95-106.
- 13 **Artículo científico.** Anna Amorós Pons; Patricia Comesaña Comesaña. 2012. Las Relaciones Públicas como estrategia de comunicación en los eventos cinematográficos: los Premios Goya. Revista Internacional de Relaciones Públicas. 2-3, pp.113-130.
- 14 **Capítulo de libro.** Patricia; Anna. 2022. La imagen del hombre en la publicidad. Avances en Investigación y Estudios de Género en Comunicación. Fragua. ISBN 978-84-7074-962-9.
- 15 **Capítulo de libro.** Anna; Patricia. 2022. La pyme audiovisual en España: producción de cine de animación en tiempos de coronavirus. Retos, creatividad e innovación en comunicación audiovisual. Fragua. ISBN 978-84-7074-957-5.
- 16 **Capítulo de libro.** Patricia. 2021. Interrelación de las Industrias Culturales-Creativas y el Cine de animación en España en el siglo XXI. Audiovisual e Industrias Criativas. Presente e futuro. McGraw Hill. 2, pp.15-28. ISBN 978-84-486-2734-8.
- 17 **Capítulo de libro.** Anna; Patricia. 2021. La imagen de animación como soporte de comunicación en la pandemia de la COVID-19.Ecosistema de una pandemia. Covid 19, la transformación mundial. Dykinson.
- 18 **Capítulo de libro.** Patricia; Anna. 2021. Publicidad y valores de marca en la obra erótica de la escritora E.L. James.Comunicación a la vanguardia. Tendencias, métodos y perspectivas.Editorial Fragua. pp.2717-2736. ISBN 978-84-7074-899-8.
- 19 **Capítulo de libro.** Patricia. 2020. Flujo de consumo en productos de animación. Estrategias Blended Marketing. Comunicando en el siglo XXI: Claves y tendencias. Tirant Lo Blanch. pp.95-107. ISBN 978-84-1853437-9.
- 20 **Capítulo de libro.** Anna Amorós Pons; Patricia Comesaña Comesaña. 2014. "(In)formación en el consumo de publicidad en el cine de animación. Análisis audiovisual y publicitario actuales. Vision Libros. pp.25-43.

## C.2. Congresos

- 1 Anna; Patricia. LA PYME AUDIOVISUAL EN ESPAÑA: PRODUCCIÓN DE CINE DE ANIMACIÓN EN TIEMPOS DE CORONAVIRUS. IX Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital. Espacios y relaciones de comunicación en la nueva normalidad. Universidad de Zaragoza. 2021.
- 2 Anna; Patricia. La imagen del hombre en la publicidad. «IX Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital. Espacios y relaciones de comunicación en la nueva normalidad. Universidad de Zaragoza. 2021.
- 3 Patricia. Interrelación de las Industrias Culturales-Creativas y el Cine de animación en España. 8th International Congress of Audiovisual Researchers. Lusófona University. 2021. Portugal.
- 4 Niños influencers y redes sociales. Estrategias de emplazamiento publicitario en los canales infantiles. VI Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. La revolución de los prosumers: youtubers e instagramers. Universidad de Sevilla. 2021.
- 5 Patricia; Anna. Estrategias de emplazamiento publicitario en la relación literatura y cine. El caso de 50 Sombras de Grey. Congreso Internacional NODOS del Conocimiento. UNAM, Universidad de Sevilla y Universidad de Zaragoza. 2020.
- 6 Anna; Patricia. Posibilidades y retos del sector de la animación en España en la pandemia de la covid-19. Congreso Internacional NODOS del Conocimiento. UNAM, Universidad de Sevilla y Universidad de Zaragoza. 2020.
- 7 Patricia. Estrategias de consumo infantil en la era de la convergencia digital. Análisis de productos audiovisuales de animación. CUICIID 2020 (Congreso Universitario Internacional sobre la comunicación en la profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia). Universidad Complutense de Madrid. 2020.
- 8 Publicidad innovadora en las galas de cine: el caso de Cans. CUICIID 2015 (Congreso Universitario Internacional sobre la comunicación en la profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia). CUICIID. 2015. Venezuela.
- 9 Anna Amorós Pons; Patricia Comesaña Comesaña. Educación y consumo audiovisual. Estudio de caso el cine de animación del siglo XXI. Congreso Universitario Internacional sobre Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia. FUNDACION GENERAL DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. 2013. España.
- 10 El cine de dibujos animados como herramienta de interpretación histórica y cultural. El caso de El viaje de Chihiro. III Congreso Internacional Historia y Cine, Modelos de interpretación para el cine histórico. Universidad de Santiago de Compostela. 2011. España. Participativo - Ponencia oral (comunicación oral). Congreso.
- 11 Anna Amorós Pons; Patricia Comesaña Comesaña. RRPP y protocolo en los premios cinematográficos: la ceremonia de los Oscar. VI Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas: Relaciones Públicas: oportunidades en tiempos de crisis. Universidade de Vigo. 2011. España. Participativo - Ponencia oral (comunicación oral). Congreso.

### C.3. Proyectos y Contratos

**Contrato.** Integración de las redes sociales como recurso didáctico en el entorno universitario. Comesaña Comesaña.