

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	36649
Nom	Periodisme cinematogràfic
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	4.5
Curs acadèmic	2024 - 2025

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1334 - Grau de Periodisme	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	4	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1334 - Grau de Periodisme	11 - Optativitat	Optativa

Coordinació

Nom	Departament
BORDERIA ORTIZ, ENRIQUE	340 - Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

RESUM

Estudi de la difusió de la realitat cinematografia actual i passada en la seua múltiple dimensió. Estudi de la informació cinematogràfica als mitjans de comunicació. Aquesta assignatura pretén desenvolupar habilitats d'anàlisi cinematogràfic a diversos mitjans periodístics. Els estudiants treballaran per a desenvolupar el seu sentit crític de la cinematografia i escriuran les seues opinions fonamentades amb un estil acord per a la seua publicació a revistes, diaris, mitjans audiovisuals e Internet.

CONEIXEMENTS PREVIS**Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació**



No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

No té restriccions.

1334 - Grau de Periodisme

- Que els estudiants sàpien aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïsquen les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seua àrea d'estudi.
- Que els estudiants puguen transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Conèixer els aspectes socials, històrics, econòmics i culturals dels contextos propis i aliens rellevants.

· Organitzar els coneixements de periodisme especialitzat en relació a l'àmbit cinematogràfic i adquisició d'habilitat en l'ús dels conceptes propis de la cinematografia i de la crítica cinematogràfica.

· Triar els models i experiències cinematogràfiques més rellevants, així com de l'estructura socioeconòmica i artística del món de la cinematografia.

· Aplicar les pràctiques de promoció i difusió de la informació cinematogràfica.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Una introducció al fenomen cinematogràfic

La dimensió plural de la cinematografia: producte artístic, econòmic, tecnològic, social i cultural. El llenguatge i la tècnica cinematogràfica (imatge, fotografia, muntatge i efectes especials).

2. La cinematografia en perspectiva

Una aproximació a la història cinematogràfica. Del cinematògraf al cinema digital.

3. Transformacions i desafiaments del cinema actual

L'imperialisme cultural i les noves lleis del màrqueting de Hollywood. Digitalització i nous models de consum: Netflix i la crisi d'identitat del cinema. La crisi del model d'exhibició: entre les pantalles i les plataformes. Cap a una definició de la qualitat cinematogràfica.



4. La situació del cinema espanyol

Producció, distribució i exhibició. Polítiques de promoció. Problemes, insuficiències i perspectives de futur.

5. La necessitat comunicativa del cinema

La promoció cinematogràfica en la història del mig i les relacions amb la premsa. El màrqueting cinematogràfic i la relació amb els mitjans. La distribució com a eina del màrqueting. Màrqueting i publicitat (Les fases del llançament; Els mitjans publicitaris; Les eines del màrqueting). El màrqueting i les xarxes socials.

6. Característiques i gèneres del periodisme cinematogràfic

La informació cinematogràfica i els mitjans: els deutes comunicatius. Gèneres informatius i dimensió temàtica del periodisme cinematogràfic. La crítica: definició, models i recomanacions.

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	30,00	100
Pràctiques en laboratori	15,00	100
Elaboració de treballs individuals	20,00	0
Estudi i treball autònom	15,00	0
Lectures de material complementari	12,50	0
Preparació de classes de teoria	10,00	0
Preparació de classes pràctiques i de problemes	10,00	0
TOTAL	112,50	

METODOLOGIA DOCENT

La matèria se estructura amb una triple perspectiva metodològica i docent.

Al primer lloc estan les classes magistrals amb el suport audiovisual on es desenvolupa el temari amb una explicació a classe reforçada amb material fílmic –documentals, pel·lícules i talls audiovisuals- per a posar en relleu el contingut de les explicacions.

Al temps es dediquen alguns continguts per a ser exposats en forma de seminari amb el repartiment de material docent i una posada en comú, al temps que es converteixen en objecte de treball pràctic.



I finalment una part del temari, dedicada a la mirada històrica al cinema utilitzarà nous recursos informàtics i audiovisuals per a obtenir una visió immediata i sintetitzadora.

AVALUACIÓ

1. Pràctiques i treballs: 40% de la nota.
2. Examen final: 60% de la nota.

Constarà de preguntes directament relacionades amb el treballat a les classes sobre models i experiències cinematogràfiques, estructura socioeconòmica i artística del món cinematogràfic i sobre les pràctiques de promoció i difusió de la informació cinematogràfica.

La part recuperable a la 2^a convocatòria serà l'examen escrit.

Atenció:

L'honestat intel·lectual és vital en les comunitats acadèmiques, i per a la justa avaluació del treball de l'estudiantat. Tots els treballs presentats en aquest curs han de ser d'autoria original. No s'admetran treballs en els quals es faça ús de col·laboració fraudulenta o la composició amb l'ajuda d'intel·ligència artificial (ChatGPT o altres).

En el cas de comprovar-se plagi en un treball d'avaluació d'un estudiant, aquest es podrà puntuar amb la qualificació numèrica de zero i suposar la suspensió de la convocatòria, amb independència del procediment disciplinari que es pugui incoar i, si escau, de la sanció que siga procedent d'acord amb la legislació vigent.

També es consideraran faltes greus, i per tant poden suposar la suspensió immediata de la convocatòria, còpia o facilitar la còpia de treballs entre alumnat del grau; accedir irregularment o apropiar-se anticipadament del contingut d'una prova o examen; facilitar o procurar l'apropiació, alteració o destrucció posterior del contingut o dels resultats d'una activitat avaluable i la suplantació de la persona en exàmens. Quan es detecten les faltes greus assenyalades en aquest punt, l'o la docent haurà de comunicar-lo a la coordinació del Grau.

La presentació de treballs i/o exàmens amb faltes d'ortografies o ortotipogràfiques i/o errors de sintaxis, coherència o redacció serà penalitzat i pot arribar a suposar la suspensió de la prova.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- ESTEVE, F. Y FERNÁNDEZ, J (1999) "Información cinematográfica", en Áreas de especialización periodística. Madrid: Fragua.
- SQUAIRE, J. (ed.) (2013). Todo sobre el negocio del cine. El juego de Hollywood. Madrid: T&B Editores.
- SÁNCHEZ NORIEGA, J.L. (2003). Historia del cine, teoría y géneros cinematográficos. Madrid: Alianza Editorial.
- CALVO, C. (2009). Distribución y lanzamiento de una película. Jaen: Zumaque.



- LAMARCA, M. y VALENZUELA, J.I. (2008). Cómo crear una película. Anatomía de una profesión. Madrid: T&B Editores.
- HERBERA, J y otros (2015). Marketing cinematográfico. Barcelona, UOC.
- LINARES, R.(2009) La promoción cinematográfica. Estrategias de comunicación y distribución de películas. Madrid: Fragua.
- Matamoros, David (coord.) (2009). Distribución y marketing cinematográfico. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- EDGAR-HUNT, R. y otros (2011). El lenguaje cinematográfico. Barcelona. Parramon Audiovisual.

Complementàries

- MILLER, T. y otros. (2005) El nuevo Hollywood. Del imperialismo cultural a las leyes del marketing. Barcelona: Paidós.
- MAMET, D. (2008). Bambi contra Godzilla. Finalidad, práctica y naturaleza de la industria del cine. Barcelona: Alba.
- BAECQUE, A. de (comp.) (2006). Nuevos cines, nueva crítica. El cine en la era de la globalización. Barcelona: Paidós.
- BENET, V.J.(2004) La cultura del cine. Introducción a la historia y estética del cine. Barcelona: Paidós..
- SÁNCHEZ NORIEGA, J.L.(2003) Historia del cine, teorías y géneros cinematográficos, fotografía y televisión. Madrid: Alianza Editorial.
- RIMBAU, E. (2011). Hollywood en la era digital. Madrid: Cátedra.