

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

Codi	33389
Nom	Periodisme cinematogràfic
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	4.5
Curs acadèmic	2022 - 2023

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1308 - Grau Periodisme	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	4	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1308 - Grau Periodisme	12 - Materias Optativas	Optativa

Coordinació

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

RESUM

Es cursarà al primer quadrimestre de quart, com optativa.

Estudi de la difusió 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 te restriccions.

COMPETÈNCIES

1308 - Grau Periodisme

- Desenvolupament i aprofundiment en les competències adquirides mitjançant les matèries de formació bàsica i obligatòria, d'acord amb els coneixements nous que es podran obtenir segons l'elecció de les assignatures optatives.
- Ampliació de coneixements de periodisme especialitzat en relació amb l'àmbit cinematogràfic i habilitat per a l'ús de l'argot del cinema i dels seus temes per informar-ne.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

Ampliació de coneixements de Periodisme especialitzat en relació a l'àmbit cinematogràfic i habilitat per a l'ús de la parla del cine i dels seus temes per a informar d'ells.

Coneixement del models i experiències cinematogràfiques més rellevants.

Coneixement de la estructura socioeconòmica i artística del món cinematogràfic.

Coneixement de les pràctiques de promoció i difusió de la informació cinematogràfica.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. El fenòmen 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

Reconstrucció de la història cinematogràfica

Tema 1. El naixement del cinema i la consolidació del mut

Tema 2. L'arribada del sonor. La consolidació del sistema dels grans estudis.

Tema 3. Hollywood anys 30-40.



Tema 4. Cinemes europeus i Japó.

Tema 5. El cinema després de la postguerra a Estats Units. El declivi de Hollywood.

Tema 6. La revolució dels nous cinemes. La fallida dels grans estudis.

Tema 7. La renovació dels anys 60. La nova estructura d'estudis i l'impacte de les tecnologies.

Tema 8. El cinema cap el final de segle.

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 actual del cine a Espanya

Producció, distribució i exhibició. Polítiques de promoció.

5. La necessitat comunicativa del cine

La promoció cinematogràfica en la història del mitjà 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

Fonts d'informació cinematogràfica. 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 aula informàtica	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 filmic –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: 20% de la nota.

2. Examen final: 80% 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.



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.