

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	36649
Nombre	Periodismo cinematográfico
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	4.5
Curso académico	2022 - 2023

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1334 - Grado en Periodismo	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	4	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1334 - Grado en Periodismo	11 - Optatividad	Optativa

Coordinación

Nombre	Departamento
BORDERIA ORTIZ, ENRIQUE	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

Estudio de la difusión de la realidad cinematografía actual y pasada en su múltiple dimensión. Estudio de la información cinematográfica en los medios de comunicación. Esta asignatura pretende desarrollar habilidades de análisis cinematográfico en varios medios periodísticos. Los estudiantes trabajarán para desarrollar su sentido crítico de la cinematografía y escribirán sus opiniones fundamentadas con un estilo acorde para su publicación en revistas, diarios, medios audiovisuales e Internet.

CONOCIMIENTOS PREVIOS**Relación con otras asignaturas de la misma titulación**



No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

No tiene restricciones.

COMPETENCIAS

1334 - Grado en Periodismo

- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Conocer los aspectos sociales, históricos, económicos y culturales de los contextos propios y ajenos relevantes.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Organizar los conocimientos de periodismo especializado en relación al ámbito cinematográfico y adquisición de habilidad en el uso de los conceptos propios de la cinematografía y de la crítica cinematográfica.
- Elegir los modelos y experiencias cinematográficas más relevantes, así como de la estructura socioeconómica y artística del mundo de la cinematografía.
- Aplicar las prácticas de promoción y difusión de la información cinematográfica.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Una introducción al fenómeno cinematográfico

La dimensión plural de la cinematografía: producto artístico, económico, tecnológico, social y cultural. El lenguaje y la técnica cinematográfica (imagen, fotografía, montaje y efectos especiales).

2. La cinematografía en perspectiva

Una aproximación a la historia cinematográfica. Del cinematógrafo al cine digital.



3. Transformaciones y desafíos del cine actual

El imperialismo cultural y las nuevas leyes del marketing de Hollywood. Digitalización y nuevos modelos de consumo: Netflix y la crisis de identidad del cine. La crisis del modelo de exhibición: entre las pantallas y las plataformas. Hacia una definición de la calidad cinematográfica.

4. La situación del cine español

Producción, distribución y exhibición. Políticas de promoción. Problemas, insuficiencias y perspectivas de futuro.

5. La necesidad comunicativa del cine

La promoción cinematográfica en la historia del medio y las relaciones con la prensa. El marketing cinematográfico y la relación con los medios. La distribución como herramienta del marketing. Marketing y publicidad (Las fases del lanzamiento; Los medios publicitarios; Las herramientas del marketing). El marketing y las redes sociales.

6. Características y géneros del periodismo cinematográfico

La información cinematográfica y los medios: las deudas comunicativas. Géneros informativos y dimensión temática del periodismo cinematográfico. La crítica: definición, modelos y recomendaciones.

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	30,00	100
Prácticas en laboratorio	15,00	100
Elaboración de trabajos individuales	20,00	0
Estudio y trabajo autónomo	15,00	0
Lecturas de material complementario	12,50	0
Preparación de clases de teoría	10,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	10,00	0
TOTAL	112,50	

METODOLOGÍA DOCENTE

La materia se estructura con una triple perspectiva metodológica y docente.

En primer lugar están las clases magistrales con el apoyo audiovisual donde se desarrolla el temario con una explicación en clase reforzada con material filmico -documentales, películas y cortes audiovisuales- para poner de relieve el contenido de las explicaciones.

Al tiempo se dedican algunos contenidos para ser expuestos en forma de seminario con el reparto de



material docente y una puesta en común, al tiempo que se convierten en objeto de trabajo práctico. Y finalmente una parte del temario, dedicada a la mirada histórica al cine, utilizará nuevos recursos informáticos y audiovisuales para obtener una visión inmediata y sintetizadora.

EVALUACIÓN

1. Prácticas y trabajos: 20% de la nota.

2. Examen final: 80% de la nota.

Constará de preguntas directamente relacionadas con lo trabajado en las clases sobre modelos y experiencias cinematográficas, estructura socioeconómica y artística del mundo cinematográfico y sobre las prácticas de promoción y difusión de la información cinematográfica.

La parte recuperable a la 2ª convocatoria será el examen escrito.

REFERENCIAS

Básicas

- 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.

Complementarias

- 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.
-

