

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

Codi	36649
Nom	Periodisme cinematogràfic
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	4.5
Curs acadèmic	2022 - 2023

Titulació/titulacions

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

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1334 - Grau en 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.

COMPETÈNCIES

1334 - Grau en 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.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

- 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: 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.

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

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.