

## **Curso: Recepción audiovisual y públicos juveniles**

**Universidad Nacional de La Plata (Argentina) febrero de 2011**

### **Co-directores:**

**Dr. Eduardo Rodriguez Merchán, Catedrático, Universidad Complutense de Madrid**

**Dra. Florencia Saintout, Decana de la Facultad de Comunicación, Universidad Nacional de La Plata**

### **Profesorado:**

**Prof. Dra. Elena Galán Fajardo. Universidad Carlos III de Madrid**

**Lic. Ayelen Sidun, Universidad Nacional de La Plata**

+

*(El curso cuenta con el antecedente de haberse brindado en febrero de 2009 con excelentes resultados en las encuestas del alumnado asistente tanto para el profesorado como para el programa y la metodología))*

### **OBJETIVOS:**

Se trata de transmitir al estudiante las nuevas técnicas de análisis sobre recepción audiovisual en audiencias juveniles. Además, se ampliarán sus conocimientos sobre los estudios globales sobre juventud en ciencias sociales y de la comunicación, abordando las ideas sobre generación y cultura audiovisual. Se analizarán asuntos como cine y publicidad; cine y moda; o recepción de series televisivas de éxito en públicos juveniles.

### **METODOLOGÍA:**

Sesiones docentes estructuradas en dos partes: una primera de introducción teórica del profesor y una segunda de participación y reflexión sobre los asuntos estudiados. Se motivará al alumnado a visionar programas audiovisuales que faciliten la discusión y se proyectará algunas secuencias para dinamizar el aprendizaje.

## **PROGRAMA-CRONOGRAMA APROXIMADO**

### **CLASE 1:**

**Primera Parte: 9 a 11.15 horas (Florencia Saintout)**

- a) **Introducción al curso. Presentaciones.**
- b) **Emergencia de los estudios sobre juventud en las ciencias sociales y particularmente dentro del campo de la comunicación: posibles puntos de análisis**
- c) **La idea de generación. Perspectivas de abordaje de la relación de los jóvenes con la cultura audiovisual.**

**Segunda Parte: 11.45 a 14 horas (Florencia Saintout)**

- d) **Caracterización de la generación actual de jóvenes: elementos estructurales que constituyen esta generación: Crisis de instituciones (específicamente el lugar de la escuela y la cultura escritural).**
- e) **Generación multimedia: nuevos modos de percibir el mundo. Los jóvenes como público en sociedades de consumo (Ayelen Sidun)**

### **CLASE 2:**

**Primera parte: 9 a 11.15 horas (Ayelen Sidun)**

- a) **Principales perspectivas de análisis desde la recepción y el consumo cultural. Antecedentes y enfoque de los llamados estudios culturales. De los públicos a los consumidores.**

**Segunda parte: 11.45 a 14 horas (Florencia Saintout)**

- b) **Presentación de dos perspectivas teórico metodológicas específicas: los modelos de las múltiples mediaciones y la teoría multidisciplinar del consumo. Su aplicación a las llamadas culturas juveniles.**
- c) **Alcances y límites de los estudios de recepción en juventud.**

### **Clase 3:**

**Primera parte: de 9 a 11.15 horas (Florencia Saintout)**

- a) **Los jóvenes interpelados desde los medios: de los jóvenes consumidores a los jóvenes criminalizados.**
- b) **Cierre provisorio del primer bloque**

**Segunda parte: de 11.45-14 horas. (Eduardo Rodríguez Merchán)**

- a. Presentación**
- b. Recepción en cine y publicidad**
- c. Telespectadores y públicos cinematográficos**
- d. Homo sapiens ¿versus? homo videns**
- e. Nativos televisivos y nativos digitales**
- f. Consumo de cine y televisión en España**

**Reflexión: Moda y cine. Cine y moda. Dos lenguajes creadores de identidad.**

#### **Clase 4:**

**Primera parte: 9 a 11,15 horas (Eduardo Rodríguez Merchán)**

- a. Cine y publicidad-Publicidad y cine: Ósmosis y cercanías.**
- b. Emplazamiento publicitario de productos (*product placement*) y nuevas técnicas para atrapar al espectador con el cine como protagonista.**
- c. Análisis de la campaña Freixenet-Scorsese-Hitchcock**

**Segunda parte: 11,45 a 14 horas (Eduardo Rodríguez Merchán)**

- a. Posicionamiento publicitario de productos y recepción juvenil**
- b. Análisis de diferentes spots y campañas**
- c. Debate sobre moda, publicidad, cine y juventud**

#### **Clase 5:**

**Primera parte: 9 a 11,15 horas (Eduardo Rodríguez Merchán)**

- a. Público juvenil en las series clásicas familiares de éxito en España: Análisis de algunos aspectos de *Los Serrano*, *Cuéntame...* y *Médico de familia*.**
- b. Análisis bibliográfico sobre series en TV**

**Segunda parte: 11,45 a 14 horas (Eduardo Rodríguez Merchán)**

- a. Reflexión: Un caso de recepción cinematográfica en tres ambientes juveniles diferentes: urbano, rural y universitario. Análisis de *Flores de otro mundo*, de Icíar Bollaín.**

### **SEGUNDA SEMANA**

#### **Clase 6:**

**Primera Parte: 9 a 11.15 horas (Elena Galán)**

***I. Introducción:***

**a. Presentación**

**b. El valor de la juventud en la programación televisiva**

**c. El caso español: etapas, evolución de géneros y contenidos juveniles (de la paleotelevisión, a la neo, post e hipertelevisión).**

**Segunda parte: 11.45 a 14 horas (Elena Galán)**

**II. “Jóvenes, ficción y nuevas tecnologías”**

**a. Jóvenes consumidores y surgimiento de nuevas pantallas**

**b. Jóvenes creadores e internet**

**c. Análisis de casos concretos**

**Clase 7:**

**Primera Parte: 9 a 11.15 horas (Elena Galán)**

**“Reflexión sobre las nuevas formas del discurso en la televisión contemporánea”**

**a. Fragmentación, hibridación, intertextualidad, espectáculo, autorreferencialidad, narcisismo...**

**b. Análisis de casos concretos**

**Segunda parte: 11.45 a 14 horas (Elena Galán)**

**“Tendencias de programación de contenidos juveniles en los últimos años en España”**

**Análisis de los géneros y títulos más representativos en relación a la influencia de las nuevas tecnologías, los cambios en los roles familiares, en el sistema educativo, etc.**

**Clase 8 :**

**Primera parte**

**Análisis de contenido del formato *Algo habrán hecho (por la historia argentina)* como ejemplo paradigmático de la relación entre historia, pedagogía, identidad y construcción discursiva**

**Propuesta de un análisis de recepción de *Algo habrán hecho (por la historia argentina)***

**Segunda parte: de 11.45 a 14 (Ayelen Sidun)**

**Nuevas tecnologías y recepción audiovisual. Reapropiación de usos. Análisis de nuevos dispositivos vigentes.**

### **Clase 9 y 10:**

**\_ Presentación de estudios específicos sobre recepción juvenil o uso de los medios.**

**\* Estudios cuantitativos: encuesta nacional de consumo Argentina y México.**

**Análisis**

**\* Estudios de recepción cualitativo: jóvenes y recepción**

**Cierre del curso**

**(Florencia Saintout - Ayelen Sidun)**

### **PERFIL DEL ALUMNADO**

**Preferentemente licenciados en Ciencias de la Comunicación (Periodismo, Publicidad o Audiovisuales), licenciados en Sociología o Ciencias del Comportamiento Humano, pero no se excluyen otras formaciones académicas. Disposición al trabajo en equipo.**

### **EVALUACIÓN**

**Fundamentalmente se valorará la asistencia (30%), participación en las sesiones y trabajo colectivo de dinamización (30%) y trabajo final (40%)**

### **PROFESORADO**

**Dr. Eduardo Rodríguez Merchán, Catedrático, Universidad Complutense de Madrid**

**Dra. Florencia Saintout, Decana de la Facultad de Comunicación, Universidad Nacional de La Plata**

**Prof. Dra. Elena Galán Fajardo. Universidad Carlos III de Madrid**

**Lic. Ayelen Sidun, Universidad Nacional de La Plata**