**Propuesta de actividad de Capacitación en el marco del Sistema de Formación y Perfeccionamiento Docente**

**Nombre de la actividad: LAS INDUSTRIAS DE LA JUVENTUD Y PRÁCTICAS CULTURALES JUVENILES**

**Tipo de actividad:** Seminario

**Personal responsable:** Mgter. Georgina Lía Remondino

**Nivel:** Introductorio

**Carga horario**: 10 horas – 1 crédito

**FUNDAMENTACIÓN:**

Al referir a “los jóvenes” y a “los adolescentes” desde el discurso social y mediático en general, se actualizan imágenes, discursos y una serie de representaciones que aluden a “ideas cristalizadas” -y por ende, compartidas por la mayoría de la población- sobre modelos y formas hegemónicas de ser joven. Ello es producto de una serie de estrategias económicas y políticas de las llamadas *Industrias culturales* y de instituciones históricas de poder para imponer y ofrecer modelos deseados y formas abyectas de “ser joven” y de “estar joven”. A la vez, éstas entran en consonancia o en tensión con modos de producción y circulación de sentidos sobre los jóvenes y la juventud que proponen las políticas públicas, las instituciones educativas, las distintas áreas de producción de conocimiento y centros de formación en general. Esa trama compleja de prácticas y representaciones acerca de los jóvenes y la juventud hace mella sobre aquellos sujetos que son considerados “jóvenes” en algún momento de sus trayectorias de vida, enfrentándolos al imperioso rol de re-apropiarse de ellas actualizando, negando, confrontando y recreando sus modos propios de ser joven contra ese horizonte de sentidos histórico que los interpela. A esos modos propios se llamarán en cada momento histórico “prácticas juveniles” o “culturas juveniles”, en identificación con los múltiples modos de ser joven que cada época presenta.

En este seminario proponemos entonces un recorrido analítico por las estrategias y recursos propios de las *Industrias Culturales* para crear y hacer circular modelos deseados y modelos abyectos o indeseados de ser joven. Se analizarán los mercados de producción de sentido en torno a lo juvenil y a los jóvenes, haciendo hincapié en las distintas narrativas propuestas por los medios masivos de comunicación, las políticas públicas las instituciones educativas y los modelos de interpretación teórica acerca de la adolescencia y de la juventud. A su vez, se abordará distintas prácticas históricas, contemporáneas y emergentes como modos propios de distintos grupos de jóvenes. Entre ellas vale referir a los consumos culturales juveniles, las apropiaciones tecnológicas –redes sociales, telefonía portátil, entre otros-, los llamados “estilos” juveniles, prácticas juveniles de entretenimiento, diversas formas de “ser jóvenes en la ciudad”; y las representaciones de distintos grupos y sujetos sobre su propia condición juvenil en la actualidad.

**OBJETIVOS:**

* Analizar la producción social e histórica de “la juventud” y las diversas narrativas hegemónicas sobre los jóvenes.
* Comprender el funcionamiento de las Industrias Culturales en la producción social de sentidos y subjetividades, particularmente, en la producción social de “la juventud”.
* Explorar de manera comprensiva algunos modos de ser joven en la actualidad desde las categorías de “consumos”, “culturas”, “estilos” y “auto-representación” de los jóvenes.
* Reflexionar de manera crítica sobre la cuestión juvenil y las relaciones intergeneracionales en los entornos educativos universitarios.

**CONTENIDOS:**

Industrias culturales e historia de la juventud. Narrativas en torno a los jóvenes: *el mercado de la juventud, políticas públicas, modelos mediáticos de jóvenes, ocio/deporte y salud, jóvenes y TICs; jóvenes como metáfora de transformación social*. Procesos de producción de subjetividades: imperativos actuales hacia los jóvenes. Consumos culturales juveniles, jóvenes y entornos informáticos, estadísticas sobre consumos tecnológicos de jóvenes. La cuestión de los “estilos” juveniles. La voz de los propios actores: propuesta desde el pensamiento decolonial. Relaciones intergeneracionales y desafíos en entornos educativos.

**DINÁMICA:**

Seminario de formación. Exposición de material audiovisual, exposición docente, co-construcción de narrativas bajo la modalidad de debate entre los participantes. Se ofrece material bibliográfico y de discursos de la prensa gráfica para la lectura antes y durante el encuentro.

**EVALUACIÓN:**

Los asistentes podrán deberán presentar un breve escrito en el que analice una problemática específica de las tratadas en el seminario en fecha a acordar oportunamente.

**BIBLIOGRAFÍA:**

ADORNO, Theodor Y HORKHEIMER, Max (2003) La industria de la Cultura Ilustración como engaño de Masas. Madrid: Amorrortu.

BALARDINI, Sergio, (2014) “Viejas y Nuevas Formas de ser joven” en <http://www.siteal.iipe-oei.org/contenido/498>.

CILIMBINI, Ana; REMONDINO, Georgina, GRIZINCICH, Claudia y PETIT, Cristina (2011) “Jóvenes noticiables y jóvenes velados: el discurso de la La Voz del Interior sobre los jóvenes” en CASTRO, Graciela; INFANTINO Julieta y VILLA Alejandro (2011) Culturas juveniles. Disputas entre representaciones hegemónicas y prácticas. Buenos Aires: RENIJA, NOVEDUC.

CHAVES, Mariana (2005) “Juventud negada y negativizada: representaciones y formaciones discursivas vigentes en la Argentina contemporánea”. Revista Última Década, Año 13, Nº 23 Viña del Mar: CIDPA. www.cidpa.cl/decada23.asp

CHAVES, Mariana (2010) “¿Juventud?” en Chaves, Mariana. Jóvenes, territorios y complicidades. Una antropología de la juventud urbana. Buenos Aires: Espacio Editorial.