

Título del curso: Crítica “broadcast yourself”: parodia de tráilers y gesto crítico en YouTube

Docente/s: Ma. Antonella Cozzi

Duración: 4 clases

Lugar del curso: Área Transdepartamental de Crítica de Artes: Bartolomé Mitre 1869, tercer piso.

Resumen

¿De qué modo influye YouTube en la formación de nuevos perfiles críticos? Este curso intentará, teniendo como objeto de trabajo la parodia de tráilers, aventurar algunas líneas de análisis a través de las cuales entender las dinámicas de funcionamiento de la crítica cinematográfica en YouTube, haciendo foco en aquellas que se distancian del gesto crítico tradicional. Se desarrollarán cuatro encuentros en los que el debate acerca de la construcción del lugar de la crítica contemporánea estará nutrido por el visionado de casos audiovisuales que ilustren nuestro eje de trabajo.

Ma. Antonella Cozzi es estudiante avanzada de la Licenciatura en Crítica de Artes de la Universidad Nacional de las Artes (UNA). Actualmente, trabaja en su proyecto de graduación *Crítica “broadcast yourself”: reconfiguraciones de la crítica cinematográfica a partir de YouTube. Parte I: el gesto crítico de la parodia de tráilers*, trabajo de investigación respaldado por la Beca Estímulo a las Vocaciones Científicas del CIN y del que se desprende el presente curso de extensión.

Datos de contacto

Área Transdepartamental de Crítica de Artes

Bartolomé Mitre 1869. Ciudad Autónoma de Buenos Aires

(54.11) 4371.7160 / 4371.5252

critica.extension@iuna.edu.ar

<http://criticadeartes.iuna.edu.ar/>

Programa

Crítica “broadcast yourself”: parodia de tráilers y gesto crítico en YouTube

En los últimos años, comenzaron a pulular, multiplicarse en YouTube y viralizarse en las redes lecturas paródicas de films en clave de tráilers: cortos audiovisuales de producción independiente que eligen el tráiler como formato y la parodia como registro para abordar objetos cinematográficos. La mayoría de estos videos propone un nuevo modo de entender la crítica cinematográfica, a partir de parodias ficcionales y autorreflexivas, que operan como punto de diálogo entre la lógica de las películas, la lógica de la crítica y la de las tecnologías de comunicación.

¿De qué modo influye YouTube en la formación de nuevos perfiles críticos? Este curso intentará, teniendo como objeto de trabajo la parodia de tráilers, aventurar algunas líneas de análisis a través de las cuales entender las dinámicas de funcionamiento de la crítica cinematográfica en YouTube, haciendo foco en aquellas que se distancian del gesto crítico tradicional. Se desarrollarán cuatro encuentros en los que el debate acerca de la construcción del lugar de la crítica contemporánea estará nutrido por el visionado de casos audiovisuales que ilustren nuestro eje de trabajo.

Entendemos que se trata de un fenómeno de actualidad, cuyo análisis tal vez nos permita dar cuenta de nuevas prácticas críticas (y, por ello, nuevas prácticas de consumo de arte), ampliando los márgenes de lo que concebimos por “crítica cinematográfica contemporánea” y permitiendo, a su vez, explorar algunos aspectos del lugar y función de los dispositivos de interacción web en la relación artista-crítica-espectador/consumidor.

Objetivo General

- Generar un espacio de reflexión sobre la articulación entre crítica cinematográfica y herramientas de YouTube como sinécdoque de las posibilidades de las nuevas tecnologías de la comunicación.

Objetivos Específicos

- Esbozar funcionamientos específicos del gesto crítico en las parodias de tráilers *youtubers* y vincularlos con la construcción del lugar de la crítica cinematográfica contemporánea.
- Propender un modelo propio de abordaje de la cuestión.

Modalidad

Se realizarán 4 encuentros de 3 horas de duración. Se propondrá, para cada uno de ellos, un conjunto de bibliografía recomendada y se trabajarán algunos casos audiovisuales específicos (contenidos en el *playlist El gesto crítico de la parodia de tráilers* del canal de YouTube <http://www.youtube.com/nubecritica>).

En cada encuentro, el coordinador expondrá un recorrido de lectura sobre esa bibliografía sugerida, estableciendo relaciones con los casos visionados y abriendo el debate.

Perfil de los participantes

El seminario está dirigido tanto a investigadores, graduados y alumnos de las carreras de grado y posgrado del IUNA como a público en general interesado en profundizar en la reflexión sobre la influencia de las nuevas tecnologías de comunicación (en este caso, YouTube) en la formación del terreno crítico.

Ejes de trabajo

En los encuentros se abordarán textos y audiovisuales concernientes a dos núcleos de trabajo (desarrollados en dos encuentros cada uno).

- 1) **Reconfiguraciones de la crítica cinematográfica a partir de las tecnologías 2.0:** se reflexionará acerca de posibilidades, problemáticas y rupturas introducidas por las tecnologías 2.0 en la crítica cinematográfica. Se focalizará, en esta instancia, en cómo la crítica de cine se apropió, a través del tiempo, de

dinámicas de producción y consumo propias del universo web, construyendo nuevos modos de acercamiento al objeto cinematográfico. El blog de cine, las revistas digitales, los pasajes de revistas en formato papel a digital y su relación con las redes sociales.

- 2) **El caso YouTube en la crítica cinematográfica:** historia de YouTube. Ideas básicas vinculadas a las nociones de prosumidor y la influencia de YouTube en la construcción de estos perfiles. Dinámicas de funcionamiento de la crítica cinematográfica en YouTube, haciendo foco en aquellas que se distancian del gesto crítico tradicional, a través del análisis de casos de parodias de tráilers de películas. Se prevé el visionado de audiovisuales que ejemplifiquen la hipótesis de trabajo para ser sometido a discusión grupal.

Bibliografía recomendada:

- Burgess, J. & Green, J. (2013) *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Maldey: U.S.A, Polity Press. Versión online (mayo 2014): <http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic989302.files/WEEK%2011%20-%20NOVEMBER%2028/Burgess%20and%20Green%20-%20Youtubes%20Popular%20Culture.pdf>
- Carlón, M. y Scolari, C. (2012), *Colaborarte. Medios y artes en la era de la producción colaborativa*, Buenos Aires: La Crujía.
- Cingolani, G. y Fernández, M. (2011) “Sobre las condiciones mediáticas de la crítica de medios”, *La trama de la comunicación*, vol. 15: 201-211, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación, Fac. de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario, UNR Editora: Rosario. ISSN: 1668-5628.
- - Jenkins, H. (2008), *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.
- Lange, P. (2007), “Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 13, Issue 1, pages 361–380. Versión online (junio 2014): <https://cs.uwaterloo.ca/~apidduck/CS432/Assignments/YouTube.pdf>
- Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2009), *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*, Barcelona: Anagrama.
- Noguera, M. y Esqueda, L. (2011). "El papel de la crítica cinematográfica en el panorama audiovisual contemporáneo". En: Javier Sierra Sánchez y Sheila Liberal Ormaechea (coords.). *Reflexiones científicas sobre cine, publicidad y*

género desde la óptica audiovisual, (pp. 89-105), Barcelona: Fragua. Versión online (mayo 2014): <http://dspace.unav.es/dspace/handle/10171/20597>

- Pastor, L. (2009) *Redefinición del espectador cinematográfico en relación al audiovisual contemporáneo*, Tesis de grado para el departamento de Comunicación, Universidad Pompeu Fabre, Barcelona. Versión online (junio 2014): <http://repositori.upf.edu/handle/10230/5909>
- Ramos, Sergio (2013) “Internet y procesos discursivos en las finanzas individuales”, en prensa.
- Scolari, C. (2008) “De los nuevos medios a las hipermediaciones” en *Hipermediaciones*, Barcelona: Gedisa.
- Steimberg, O. (1991) *Semiótica de los medios masivos*, ECA, Buenos Aires.
- Traversa, O. (2001) “Aproximaciones a la noción de dispositivo” en *Signo y Señal*, 12, Buenos Aires.
- Varela, M. (2009) “Él miraba televisión, YouTube. La dinámica del cambio en los medios”; en Carlón y Scolari (eds.), *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*, Buenos Aires: La Ciruja.
- Wolton, D. (2000), *Internet, y ¿después?*, Barcelona: Gedisa.
- Wolton, D. et. al (1998), *El nuevo espacio público*, Barcelona: Gedisa.

Casos audiovisuales:

- BriTANick (2011), *Accademy Award Winning Movie Trailer*:
<https://www.youtube.com/watch?v=WAG9Xn5bJwQ&list=PL48D5071F9F1B0AC6>
- Gourley, G. (2014), *The Worf of Starfleet*:
https://www.youtube.com/watch?v=E_sUtXAI24o
- Screen Junkies (2013), *Honest Trailers*, “Skyfall”:
https://www.youtube.com/watch?v=5FWfg__wKSY
- (2013) “Inception”: <https://www.youtube.com/watch?v=8BfMivMDOBI>
- (2013) “The Wolverine”: <https://www.youtube.com/watch?v=PA576VinXT0>

- Tobuscus (2014), *Literal Trailers*, (2012) “Iron Man 3”:
https://www.youtube.com/watch?v=fFD_tv_FfBw&list=PL3C14444766460071&index=11
- (2010) “Harry Potter and the Deathly Hallows”:
<https://www.youtube.com/watch?v=MahTKZDHXaA&list=PL3C14444766460071&index=35>

(Este material audiovisual puede encontrarse en el *playlist* **El gesto crítico de la parodia de tráilers** en www.youtube.com/nubecritica).