

REVISTA DE
ESTUDIOS
DE JUVENTUD

→ Marzo 12 | N°

96

Jóvenes: Ídolos mediáticos y nuevos valores

Coordinadores

Clara Muela Molina

Antonio J. Baladrón Pazos

(Universidad Rey Juan Carlos de Madrid)

REVISTA DE
ESTUDIOS
DE JUVENTUD

Director

Rubén Urosa Sánchez

Coordinación del número

Clara Muela Molina / Antonio J. Baladrón Pazos

Diseño Gráfico

Pep Carrió / Sonia Sánchez

Antonio Fernández

Ilustraciones

Alberto Rojo

Catálogo general de publicaciones oficiales

<http://www.060.es>

Edición

© Instituto de la Juventud

Redacción

Observatorio de la Juventud en España

Servicio de Documentación y Estudios

Tel. 91 782 74 67

Fax 91 782 74 27

E-mail: estudios-injuve@injuve.es

Biblioteca de Juventud

C/ Marqués del Riscal, 16

Tel. 91 782 74 73

E-mail: biblioteca-injuve@injuve.es

ISSN: 0211-4364

NIPO: 684-12-002-X

Dep. Legal: M-41.850-1980

Impresión: LERKO PRINT, S.A.

Las opiniones publicadas en éste número
corresponden a sus autores.

El Instituto de la Juventud no comparte
necesariamente el contenido de las mismas.

Coordinadores:

Clara Muela Molina**Antonio J. Baladrón Pazos**

(Universidad Rey Juan Carlos de Madrid)

EL TEMA | pág. 5

Introducción | pág. 7

1. **El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica** | pág. 13
Jordi Busquet Duran. Doctor en Sociología. Universitat Ramon Llull.
2. **Los personajes y las series de ficción en la vida de los y las jóvenes** | pág. 31
Jesús Bermejo Berros. Doctor en Psicología Cognitiva. Universidad de Valladolid.
3. **Audiencia juvenil y los líderes de la telerealidad** | pág. 51
Antonio J. Baladrón Pazos. Doctor en Publicidad y RR.PP. Universidad Rey Juan Carlos y **José Carlos Losada Díaz.** Doctor en Comunicación. Universidad de Murcia.
4. **Los jóvenes espectadores y las “stars” del celuloide. Cine contemporáneo y estereotipos juveniles** | pág. 71
Mar Chicharro Merayo. Doctora en Sociología. Centro de Estudios Superiores Felipe II, Universidad Complutense de Madrid.
5. **Los héroes de papel y el papel de los héroes** | pág. 87
Joaquín M^a Aguirre Romero. Doctor en Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid.
6. **Las estrellas juveniles de la música pop descienden a los escenarios** | pág. 105
Clara Muela Molina. Doctora en Ciencias de la Información y **Rafael Gómez Alonso.** Doctor en Ciencias de la Información. Universidad Rey Juan Carlos.
7. **Los ídolos del deporte: de Coubertin a Beckham** | pág. 121
David Moscoso Sánchez. Doctor en Sociología y **Antonio Pérez Flores.** Técnico Superior de Actividades Físicas y Deportivas. Universidad Pablo de Olavide.
8. **Juventud e iconos deportivos, el poder de la imagen corporal** | pág. 143
Marta Castañer. Doctora en Filosofía y Ciencias de la Educación. Universidad de Lleida y **Laura Camerino.** Licenciada en Publicidad y RRPP. Universidad de Barcelona.

9. El *glamour* de la moda y la pasarela | pág. 165

Juan Rey, Doctor en Ciencias de la Información y en Filología Hispánica. Universidad de Sevilla y **David Selva**, Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Cádiz.

10. Publicidad e ídolos de la juventud: una simbiosis inseparable. ¿También en Internet? | pág. 181

Rafael López Lita, Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad Jaume I de Castellón y **José Martínez Sáez**, Doctor en Comunicación. Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia.

11. Subculturas juveniles: identidad, idolatrías y nuevas tendencias | pág. 197

Ángeles Rubio Gil, Doctora en Sociología y Ciencias Políticas y **M^a Ángeles San Martín Pascal**, Doctora en Ciencias de la Información. Universidad Rey Juan Carlos.

MATERIALES | pág. 215

COLABORACIÓN | pág. 225