

TITULO DEL PROYECTO:

La politización del espectáculo: producción, textos y recepción de los programas de espectáculos televisivos

DIRECTORA: Dra. Florencia Laura Rovetto

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN POR REGIÓN:

Capital y Gran Buenos Aires

Dra. Carolina Justo von Lurzer
Dra. Liertad Borda
Dra. Carolina Spattaro
Lic. Marina Sanchez de Bustamante
Lic. Leandro Araoz Ortiz
Lic. Marisol de Ambrosio
Lic. Daniela Novick
Lic. Federico Álvarez Gandolfi
Lic. Eugenia Silvera Basallo
Lic. Cecilia Fabiana Rodriguez
Lic. Alvarado María Luz

Rosario y Santa Fe

Lic. Marángeles Camusso
Mg. Cristina Alberdi
Dra. María Laur Schaufler
Lic. Vanina Lanati
Lic. Lucía Figeroa
Lic. Ana Clara Borsani

Córdoba

Dra. Eugenia Boito
Dr. Sebastián Gago
Lic. Cecilia Michelazzo
Lic. Milva Valor
Lic. Paula Ayelen Sanchez Marengo
Lic. María Belén Angelelli
Lic. María Laura Gonzalez

RESUMEN DEL PROYECTO

El presente proyecto toma por objeto los programas de espectáculos televisivos y propone una investigación articulada en tres ejes: los textos, las rutinas profesionales y la recepción. La idea central es abordar el espacio de estos programas en el marco general de la producción televisiva como un terreno de indagación relevante en torno a la mediatización de lo político, comprendido como el ámbito de discusión sobre la cosa pública que incluye la definición de problemáticas sociales de interés, la enunciación de demandas de derechos, la confrontación partidaria, entre otras cuestiones. Entendemos que estos programas, en tiempos de una “democracia mediatizada”, son centrales en la modelización de lo político en un sentido muy distinto a lo que definía el concepto de “videopolítica” en los años 90. Como expresión de un momento y estado de la remodelación de la experiencia contemporánea, en estos programas se puede observar el trabajo activo sobre la sensibilidad, a partir de las formas de trabajo ideológico que vinculan estética y política.

Nuestro proyecto reconoce antecedentes parciales en diversos campos de la investigación en comunicación: las investigaciones sobre programación televisiva; los estudios sobre rutinas periodísticas; los trabajos en torno a la cultura de la celebridad; los estudios sobre sensacionalismo; las investigaciones sobre recepción televisiva; las investigaciones sobre cultura popular.

Desde el punto de vista metodológico, el trabajo se articulará en tres ejes: a) en el plano textual de la programación, a partir de un corpus de programas de televisión abierta, y desde la perspectiva del análisis crítico del discurso, esta investigación se propone profundizar el estudio del campo cultural mediático sobre la prensa de espectáculos a partir de la interrogación sobre los tópicos, sujetos, prácticas y relaciones que se incluyen en sus universos de sentido así como sus modalidades de representación; b) en el plano de las rutinas productivas y a fin de indagar en las modalidades laborales y las implicancias de las diferencias de género y jerárquicas entre los profesionales del medio, el proyecto contempla la realización de entrevistas cualitativas con productores; observación participante del trabajo cotidiano en los canales; realización de entrevistas cualitativas con los conductores de los mencionados ciclos; c) en el plano de las audiencias, a fin de estudiar la relevancia que otorgan los televidentes a este tipo de programas en relación con otros géneros de la grilla televisiva, se prevé la realización de encuestas y entrevistas en profundidad a habitantes de tres zonas del país. A lo largo del período que cubre este proyecto (2015-2016) se realizarán cruzamientos de los análisis provenientes de los tres ejes citados de modo tal que puedan obtenerse resultados comparativos.

4 PLAN DE TRABAJO

4.1 Objetivo general o marco de referencia:

Estudiar el rol del periodismo de espectáculos, en sus diversos formatos, en los procesos de mediatización de lo político en la Argentina contemporánea, lo que incluye la rediscusión de la relación de las esferas pública-privada, los nuevos lugares de los discursos políticos, las

puestas en escena de las representaciones de género y sexuales y las relaciones entre lo popular y lo masivo.

4.2 Objetivos específicos:

Esta investigación se llevará adelante en tres zonas geográficas del país (Buenos Aires, Rosario y Córdoba) y se desarrollará indagando sobre tres ejes: los contenidos televisivos, las rutinas productivas y profesionales y las audiencias. Para ello se plantea los siguientes objetivos por eje:

Eje 1: Contenidos televisivos

- Analizar las formas a través de las cuales lo político se hace visible en la televisión abierta en los programas periodísticos del espectáculo
- Estudiar la mediatización de los debates contemporáneos en torno a derechos con énfasis en aquellos vinculados a géneros y sexualidades.
- Identificar y analizar las modalidades enunciativas de estas narrativas televisivas; en especial aquellas tradicionalmente definidas como sensacionalistas.

Eje 2: Rutinas productivas y profesionales

- Analizar la estructura laboral y las rutinas productivas de los programas televisivos de espectáculo.
- Estudiar las implicancias de las diferencias de género y la distribución de poder en las rutinas de trabajo y las prácticas de producción.

Eje 3: Audiencias

- Estudiar la relevancia que otorgan las/os televidentes a este tipo de programas (y/o segmentos) en relación con otros géneros de la grilla televisiva.
- Investigar los modos en los que los clivajes de género, edad y clase se vinculan con las maneras en las que los sujetos dan sentido a dichos contenidos.
- Analizar el vínculo que la audiencia establece con los tópicos relacionados con “violencia mediática” –con especial pero no excluyente interés en los que vulneran derechos de género–.

4.3 Introducción, conocimientos existentes y resultados previos:

4.3.a Introducción general al tema y estado del conocimiento general en el tema.

Este proyecto propone un estudio sobre los programas periodísticos de espectáculos en la televisión argentina, atendiendo a sus contenidos, las rutinas profesionales que les dan origen y la relación que las audiencias establecen con ellos. Se aborda el espacio del espectáculo en el marco general de la producción televisiva como un terreno de indagación relevante en torno a la mediatización de lo político comprendido como el ámbito de discusión sobre la cosa pública que incluye la definición de problemáticas sociales de interés, la enunciación de demandas de derechos y la confrontación partidaria. La mediatización de lo político en estos espacios televisivos exige también la reflexión en torno de las relaciones entre lo público, lo privado y lo íntimo y sus modos de configuración y enunciación mediática. La hipótesis

central, como señalamos, es que estos programas, en tiempos de una “democracia mediatizada”, son centrales en la modelización de lo político en un sentido muy distinto a lo que definía el concepto de “videopolítica” en los años 90. Como expresión de un momento y estado de la remodelación de la experiencia contemporánea, en estos programas se puede observar el trabajo activo sobre la sensibilidad, a partir de las formas de trabajo ideológico que vinculan estética y política.

El espacio del periodismo del espectáculo, que abarca desde los programas que se ocupan específicamente del tema –aquellos que las audiencias conocen como *programas de chimentos*– hasta los segmentos incluidos en otros tipos de programas como los informativos o los magazines, ocupa un lugar central en la programación televisiva. Tomando como base una programación promedio de 90 horas de televisión de aire, de lunes a viernes, el espacio del periodismo del espectáculo concentra casi un tercio del total de horas programadas.

Sin embargo, y en la medida en que el periodismo de espectáculo ocupa y ha ocupado a lo largo de la historia de la televisión un espacio subalterno dentro de la distribución estratificada de los bienes culturales (Alabarces y Rodríguez, 2008) y esto le ha valido el mote de programas populares, ha sido también un espacio poco atendido –desprestigiado o directamente invisibilizado– por los estudios en comunicación y cultura locales.

Este proyecto propone la valorización de este espacio simbólico, sus selecciones y jerarquizaciones temáticas, su operaciones enunciativas, considerando además que en el marco del consenso existente respecto de la creciente hibridación genérica en la televisión, la mediatización de lo político no puede discutirse inscribiéndola exclusivamente en, por caso, el género informativo. De este modo, es preciso puntualizar que, en función de la perspectiva sociocultural aquí asumida, es preciso retomar discusiones en torno al género que han sido abordadas tanto en América Latina como en otras latitudes pero que suelen ser desplazadas en favor de un enfoque de los géneros centrado en los textos. Coincidimos con Martín-Barbero (1987b), quien a su vez retoma señalamientos previos de investigadores italianos como Casseti y Wolf, en tanto el género sería “ante todo una *estrategia de comunicabilidad* y es como marcas de esa comunicabilidad que un género se hace presente y analizable en el texto” (Martín-Barbero, cursivas en el original). En suma, los géneros, en esta perspectiva, median entre la lógica del sistema productivo y las lógicas de los usos y pueden definirse como los “sistemas de orientaciones, expectativas y convenciones que circulan entre la industria, el texto y el sujeto” (Neale, 1980: 20). Como señalan la mayoría de los autores que trabajan con la noción de género televisivo (Feuer, 1987; Wolf, 1984), estos tienden a conformar sistemas específicos en cada grilla local, por lo cual no pueden establecerse categorías universales para su abordaje. La distinción entre los programas de espectáculos –en especial los popularmente denominados de “chimentos”– y los programas políticos o de periodismo históricamente denominado “serio” ya no permite distinguir con claridad los aspectos temáticos, retóricos y enunciativos que construyen una suerte de taxonomía de géneros, pero sí dar cuenta de regularidades estilísticas (Steimberg, 1993) y profundizar a su vez en la construcción (o subsunción) a la narrativa televisiva predominante (Rincón, 2005).

A partir de un análisis en tres dimensiones, que atienda a los contenidos producidos por la industria televisiva, las rutinas profesionales que les dan origen y la relación que con ellos establecen las audiencias, este proyecto propone caracterizar y comprender la mediatización de lo político, lo público, lo privado y lo íntimo en el espacio del periodismo del espectáculo televisivo. Consideramos que la tendencia ya explorada por algunos autores de *farandulización o espectacularización de la política* (Fuenzalida, 2012; Ávila, 2003, citado

en Moglia, 2006) se complementa en la última década por un proceso que podríamos llamar provisoriamente de *politización del espectáculo*. En un contexto de recuperación de la trama social y política poscrisis, ciertos debates públicos y demandas de derechos fueron tramitados mediáticamente también en el espacio del espectáculo, lo cual se verificó por un lado, en la participación de figuras del espectáculo en debates de la cosa pública y/o posicionamientos públicos en relación a conflictos político/partidarios –fue constante y creciente la aparición de figuras políticas en los programas de espectáculos, la transformación en las estructuras de estos programas en función de la incorporación de lo político en su trama, el lugar ocupado por conductores de programas de espectáculos como entrevistadores/moderadores de figuras y debates políticos–. Por otro, esta politización del espectáculo puede pensarse vinculada a la puesta en juego de la experiencia personal en relación a ciertas demandas de derechos, por ejemplo, del campo de géneros y sexualidades, una especie de casuística de los derechos en las figuras del espectáculo que giró en torno de debates públicos acerca de la discriminación por identidad de género, el matrimonio igualitario, la homoparentalidad, la adopción, la fertilización asistida, la violencia de género, la despenalización del uso de drogas, entre otras.

Es en este sentido que resulta necesario reponer las condiciones y rutinas profesionales que dan lugar a estas formas de mediatización así como los vínculos que las audiencias establecen con estos temas a través de la enunciación en el contexto del espectáculo.

El vínculo entre los sujetos y la cultura de masas en general –y la televisión en particular– debe ser entendido como un proceso productivo; es decir, el consumo cultural no es sólo el punto de llegada sino que es también un punto de partida para un proceso de producción que se observa en la construcción de sentidos por parte de los sujetos a partir de lo que ven y escuchan. En esta línea, la investigación aquí propuesta se desarrolla atendiendo a las instancias de producción y reconocimiento como momentos que, si bien pueden ser distinguidos con fines analíticos, constituyen el entramado de la experiencia de expectación televisiva.

Asimismo, la presente investigación parte de entender que la televisión es un medio a través del cual se construyen y aprehenden individual y colectivamente concepciones acerca de lo público, lo privado y lo íntimo así como posiciones de género, etarias y de clase en contextos de recepción determinados de modo múltiple. Por ello se propone una metodología de trabajo que tenga en cuenta dichos clivajes –trabajaremos con niñas/os, adolescentes, adultas/os y adultas/os mayores de sectores medios y sectores populares– y que, a su vez, implique un estudio emplazado territorialmente.

4.3b. Estado de conocimiento sobre el tema:

Nuestro proyecto reconoce antecedentes parciales en diversos campos de la investigación en comunicación: a) las investigaciones sobre programación televisiva; b) los estudios sobre rutinas periodísticas; c) los trabajos en torno a la cultura de la celebridad; d) los estudios sobre sensacionalismo; e) las investigaciones sobre recepción televisiva.

a) Investigaciones sobre programación televisiva:

El abordaje crítico de las representaciones construidas por las industrias culturales resulta significativo al menos por dos motivos: por un lado, en tanto los medios masivos constituyen una dimensión fundamental de lo público –entendido en este caso como aquello que la sociedad enuncia de modo conflictivo sobre sí misma (Caletti, 2006)– y por otro, porque constituyen uno de los espacios de configuración de imaginarios, valores, subjetividades (Stevenson, 1998; Arfuch, 2002; Barker, 2003). Precisamente, si el campo de comunicación

y cultura ha de interesarse en los mecanismos de representación (Hall, 2010) es porque allí se juegan formas de inteligibilidad de lo social, modos de clasificación y codificación de sujetos y prácticas así como operaciones de presentación pública de los fenómenos y conflictos sociales. En este sentido y siguiendo enfoques analíticos en la línea de Arendt (2005), los regímenes de visibilidad, condición de posibilidad de lo público, indican no sólo qué puede y qué debe ver la sociedad de sí misma sino también cómo debe verlo. Pero ese modo del ver no es explícito ni compulsivamente indicado sino ya propio, constitutivo, de lo visto. Por ello, la aproximación crítica a los discursos mediáticos aquí propuesta se sustenta en la exposición de las operaciones ideológicas que configuran los modos específicos de visibilización de ciertos aspectos de la vida social.

Quizás uno de los principales emergentes en los que se observan estas transformaciones y que permite el cruce entre lo político y la lógica del *mainstream* televisivo es la cuestión del escándalo. Los países sajones han dado mayor relevancia a la cuestión del “escándalo” en la política como un emergente de la transformación entre las esferas de lo público y lo privado y de la incuestionable incidencia de los medios de comunicación en las relaciones sociales y las mediaciones políticas (Thompson, 1998, 2001). Dentro de la zona general de intersección entre medios y política, se recorta así un subtipo que a la vez se distingue de otros abordajes también centrados en el escándalo –donde se abordan aspectos de la vida pública /privada de su *star system*-, que ha sido más desarrollada en estudios sobre periodismo popular o “tabloide” (Dahlgren & Sparks, 1992; Langer, 2000; Lull & Hinerman, 1997). Actualmente esta dicotomía, si no es inválida, al menos amerita ser cuestionada y profundizada, como se planteó anteriormente.

Las dos últimas décadas se han caracterizado, entre otras, por dos tendencias en la industria televisiva. Respecto de los géneros y formatos, se produjo el auge de la llamada *tele-realidad* –*talk* y *reality shows*; programas periodísticos de investigación; *docusoaps*– (Jost, 1997, Mondelo y Gaitán, 2002) y narrativas ficcionales realistas, así como el aumento de las horas en pantalla de programas de espectáculos, magazines y metatelevisivos (Carlón, 2005). Respecto de las cuestiones temáticas, nos interesa la tendencia a lo que algunos autores denominan *pansexualismo televisivo* (Mangone, 2008; Alabarces et al, 2008; Elizalde, 2009); esto es, la inclusión creciente en los diversos géneros y formatos de tópicos relativos a la sexualidad (ya sea en la tematización de los vínculos afectivos y sexuales en los programas de espectáculos, *talk* y *reality shows*, en los mecanismos de erotización de los cuerpos televisados, o en la personificación –en el doble sentido de encarnar y configurar personajes– de la diversidad sexual, entre otras).

Si bien la inclusión de tópicos sexuales no es novedosa en las industrias culturales, que han hecho del sexo una mercancía altamente rentable, la especificidad de este período es que su inclusión atraviesa la grilla televisiva en forma horizontal y vertical. Este hecho permite distinguir claramente este momento, por ejemplo, de lo que se conoce como el “destape” cultural posterior a la dictadura, en el que el tratamiento de lo sexual estaba delimitada en géneros y formatos –incluso personajes– específicos.

Podemos sostener entonces que, con énfasis a partir de los '90, estas tendencias se articulan y conforman un continuo cultural mediático dedicado a la tematización de vínculos afectivos y sexuales y posiciones de género, inscriptos en un tratamiento creciente de la intimidad (Sibilia, 2008).

b) Estudios sobre rutinas periodísticas:

Los estudios interesados en profundizar el conocimiento de la estructura de la profesión periodística y dinámica de las rutinas de trabajo han tenido un importante crecimiento en las dos últimas décadas a nivel internacional y un todavía escaso desarrollo a nivel local.

Entre sus antecedentes más relevantes se pueden considerar los sugerentes trabajos norteamericanos microsociológicos de los años 70, reunidos bajo la etiqueta *newsmaking*, su conexión posterior con la creciente profesionalización de los periodistas a partir de la década de los 80 y su vinculación con la emergencia de los estudios de género (los *Women's Studies*) en comunicación, (*Feminist Media Studies*). Estas tradiciones han permitido consolidar una línea de investigación innovadora en cuanto a la construcción de problemas, demarcación de objetos de investigación y desarrollos metodológicos.

Desde este punto de vista, se ha podido abordar cada acto comunicativo como particularidad que contiene una estructura definida por las significaciones sociales y los criterios de estratificación social. Ello ha conducido a comprender que no todas las personas participan por igual en el mismo ni todos los grupos están igualmente reconocidos, y que cada acto comunicativo a través de los *mass media* es una práctica de poder que genera desigualdades. En esta línea, se entiende que las desigualdades de género en las organizaciones laborales abarcan la construcción de un sistema de desigualdades basadas en la división sexual del trabajo (Pateman, 1995), donde el género, como elemento distintivo de los sexos constituye una forma primaria de las relaciones significantes de poder (Scott, 1986, en Amelang y Nash, 1990).

Cynthia Carter (1998) señala en relación al *empleo* que es posible abordar la posición y ocupación por sexo dentro de las organizaciones mediáticas y su relación con los contenidos; a su vez, en relación con la *identidad profesional*, propone atender el proceso de socialización dentro de las organizaciones, en las prácticas profesionales, en sus habilidades y rutinas de trabajo, y en las recompensas y castigos, tales como el reconocimiento y la promoción.

Otras contribuciones relevantes que articulan las preocupaciones por la construcción de la diferencia sexual y de género en la producción televisiva son los trabajos aportados por Brown (1994) y Allen (1992) para quienes el espacio de trabajo profesional constituye un ámbito dinámico y privilegiado en el que se conectan las diferentes fuerzas de cambio y orden que legitiman el universo simbólico y contribuyen al mantenimiento de los sistemas de género. Estos antecedentes son relevantes en la medida en que, tal como hemos sostenido hasta aquí, el espacio del periodismo del espectáculo se constituye como un terreno clave de configuración de sentidos en torno de lo público, lo privado y lo íntimo –todas dimensiones además generizadas y sexualizadas– y, más en general, como un espacio de mediatización y tramitación de lo político. El análisis de las desigualdades y diferencias relativas al clivaje de género en las rutinas profesionales es relevante para comprender las matrices simbólicas y condiciones de producción de los programas y segmentos aquí abordados.

Por otra parte, también desde los años 90, en España, han proliferado trabajos interesados en articular la noción de género, como variable relacional, con las situaciones profesionales y las organizaciones laborales en distintos sectores de la industria cultural. Estos estudios, principalmente de carácter empírico, permitieron consolidar un campo fértil de conocimiento y demarcar una posible sociología de la profesión periodística (Canel, 2000; García Cortazar y García León, 2000; Bezunartea, 1994; 2003; Humanes, 2003; Rodríguez Andrés, 2003; López Diez, 2004; Gallego y del Río, 1993; Gallego, 2002; Soriano, 2005; 2011), en línea con la propuesta de "sociología de los emisores" de Wolf (1997), incorporando aspectos vinculados a la articulación entre rutinas de trabajo y colectivo generizado

(femenino/masculino), así como entre cultura profesional y producción de contenidos. De acuerdo con el planteamiento del sociólogo italiano un buen camino para calibrar el poder de los medios de comunicación en una sociedad es a través del estudio de los emisores, especialmente los periodistas. Entre los aportes más significativos de los estudios mencionados, el concepto de *cultura periodística* de Melin-Higgins y Djerf Pierre (1998), retomado por Gallego (2002), ofrece un marco interpretativo para abordar la ideología, valores, normas y prácticas específicas que comparten las personas que trabajan en los medios de comunicación (particularmente, en las áreas de redacción, producción y conducción) para significar y resignificar acciones y contenidos en constante negociación, ha abierto un nuevo ámbito de exploración.

c) Trabajos en torno a la cultura de la celebridad:

El proyecto también tiene antecedentes en lo que ha dado en llamarse *celebrity studies*, es decir, los estudios en torno a la cultura de la celebridad. Estos trabajos si bien en un principio se centraron en las así llamadas estrellas de cine y el *star system* (Morin, 1957; Dyer, 1979), pronto incorporaron también los mecanismos de construcción de las figuras televisivas (Ellis, 1982). El campo más restringido del estrellato cinematográfico se ve así ampliado hacia ese mundo más difuso de las celebridades televisivas, que construyen una relación más cotidiana con su público. Por ejemplo, Joshua Gamson (1992) se dedicó a estudiar cómo en la segunda posguerra en Estados Unidos la hegemonía de la televisión impulsa un proceso de descentralización, descontextualización y artificialización de la fama por el cual ésta pasa a ser cada vez menos un producto de un talento. Sue Holmes (2007) también aborda las maneras específicas en las que la televisión contribuye a la construcción de las formas modernas de la fama. En nuestro país los estudios en torno a la celebridad no constituyen aún un campo específico. Sin embargo, diversos trabajos constituyen antecedentes para la perspectiva aquí propuesta en tanto abordan la relación entre política y espectáculo, en particular en relación con el peronismo y la figura de Eva Perón (i.e. Sarlo, 2003; Cosse, 2006; Kriger, 2009). La prensa de espectáculos, ya sea en su versión chimentera, o la más “seria” ha sido siempre incluida en los análisis de la mayoría de estos trabajos, ya que los discursos que ésta vehiculiza son cruciales en la construcción de una celebridad.

d) Estudios sobre sensacionalismo:

La discusión sobre el sensacionalismo se torna relevante al momento de analizar este espacio mediático. La mayoría de los enfoques clásicos ven en el tratamiento de temáticas ligadas a lo cotidiano, lo personal y lo íntimo una degradación del periodismo. En palabras de Pierre Bourdieu, el mercado periodístico se conformó como un campo en torno a una oposición entre “los periódicos que ofrecían ante todo 'noticias', de preferencia 'sensacionales' o, mejor aún, 'sensacionalistas', y los que proponían análisis y 'comentarios' y se empeñaban en marcar distancias respecto a los anteriores afirmando abiertamente unos valores de 'objetividad'” (1997: 105), en línea con planteos clásicos como Habermas (2004). La metáfora física del peso también se utiliza para asociar el sensacionalismo a “valores periodísticos más ligeros”, entre los que destacan “sucesos, sociedad, espectáculos y deportes” (Díaz Nosty, 2006: 23). Los términos peyorativos predominan en los análisis, como destaca Fontcuberta (2006) quien lo asocia a la falta de veracidad en las noticias y la exacerbación de los aspectos morbosos de sus contenidos. La autora recopila apelativos: prensa basura o del hígado, mientras que Amaral (2006) destaca las definiciones cromáticas (roja, amarilla, rosa e incluso la más explícita marrón). Denostada pero triunfante –como señalan Campbell (2003) y Steimberg (2000) – esta prensa –y el periodismo que la continuó

por otros medios– se presentó como dicotómica al periodismo liberal, autodenominado “serio”. Esa oposición estilística perdió su funcionalidad descriptiva, a medida que los medios “serios” fueron adaptando formatos y estrategias de sus otrora pares antagónicos, destacándose la fisura entre lo público, lo privado y lo íntimo (Steimberg, 2000). Estos análisis permiten encontrar en estos formatos degradados y denostados por el legitimismo cultural (Grignon y Passeron, 1991) un periodismo que “se conecta con una estética melodramática que altera la separación racionalista entre temáticas serias y las que carecen de valor, que se atreve a tratar los hechos políticos como hechos dramáticos y a romper con la ‘ideología de la objetividad’ (Sunkel, 2002: 19).

d) Investigaciones de audiencias:

Para hablar de la trayectoria de las investigaciones sobre la relación entablada entre medios y audiencias es preciso ya retroceder tres décadas. Se suele destacar como un hito ineludible la temprana investigación del británico David Morley (1980) sobre las audiencias del programa televisivo *Nationwide*, en la que partía de las premisas del influyente trabajo de Stuart Hall (1980) en torno a la polisemia de los textos televisivos y sus distintas posibilidades de lectura. Otros trabajos del mismo período, como los de James Lull (1980, 1982) –uno de los primeros sociólogos norteamericanos en utilizar métodos antropológicos para estudiar las prácticas de ver televisión– han quedado opacados ante la centralidad que las investigaciones de Morley adquirieron en el campo.

Sin embargo, ese primer trabajo de Morley todavía estaba demasiado apegado a la preocupación por el eje lectura/decodificación imperante en el campo por entonces, mientras que en un trabajo posterior (Morley, 1986), menos divulgado, el interés se desplaza hacia el contexto y la cotidianidad del consumo televisivo, en la que la familia aparece como un núcleo importante. Los trabajos de Morley, como otros que le fueron contemporáneos o posteriores dentro de esta línea, instauraron la utilización de metodología *etnográfica* para la recolección de datos: observación participante, entrevistas abiertas, etc. Este abordaje privilegiaba el estudio de las audiencias en lo que se consideraba su ámbito “natural”, es decir, el doméstico, cuestión que se criticará posteriormente ya que dejaría vacante desde el punto de vista teórico el abordaje de otras posibilidades como la visión en espacios públicos (Grimson y Varela, 1999).

En la división que señala en los estudios sobre recepción de televisión, Corner (1997) sostiene que están aquellos que se centran en la experiencia televisiva como “flujo planificado” (Williams, 1990 [1974]) en tanto las imágenes y géneros se interpenetran y cae la diferenciación entre un programa y otro, y los que focalizan la relación con un género específico. Sin embargo, su análisis elude el hecho de que es en realidad este segundo tipo el que ha predominado.

En efecto, desde una etapa muy temprana, una serie de trabajos se centraron en géneros televisivos específicos, privilegiando particularmente la ficción y dentro de ésta, la *soap opera*, entre los que se destacan los de Dorothy Hobson (1980, 1982), Ien Ang (1989 [1982]) y Mary Ellen Brown (1994). Tanto la *soap opera* en el ámbito anglosajón como la telenovela en el latinoamericano como se verá más adelante se convirtieron en zonas privilegiadas para el estudio de las audiencias.

De particular relevancia como antecedente del presente estudio, es la tesis doctoral de la holandesa Ien Ang, (1989), *Watching Dallas*, en el que introduce como elemento clave la dimensión del placer un aspecto poco estudiado hasta el momento, considerando además

autorreflexivamente su posición ambivalente como feminista y televidente que encuentra placenteros algunos textos televisivos populares.

Haciendo uso de herramental etnográfico más tradicional con las salvedades que ya se han señalado respecto de los estudios de recepción, las investigaciones de Hobson (1980, 1982) se centraron en el modo de relación de un grupo de amas de casa con ciertas *soaps* como la británica *Crossroads*, resaltando el modo en que las mujeres sentían que el programa les pertenecía en términos culturales a ellas más que a los productores y que verlo reafirmaba su derecho a controlar, al menos en parte, la cultura doméstica. Brown (1994), por su parte, se sumó como miembro a un grupo de espectadoras australianas de *soaps* australianas, británicas y norteamericanas. Brown rescata la capacidad del género *soap* para sostener el chismorreo como práctica femenina positiva, destacando cómo, paradójicamente, la *soap* trabaja para “poner a la mujer en su lugar”, pero a la vez que abre un espacio para los placeres femeninos resistentes logrado a partir de esas redes orales.

Estos trabajos, además de otros que les son contemporáneos aunque no resultan pertinentes en este recorte, suman, por lo tanto, la preocupación por un eje que ya había comenzado a atravesar los intereses de los investigadores de las corrientes señaladas: el género (*gender*).

En América Latina, el contexto de precariedad presupuestaria y crisis política ha llevado a que los trabajos sobre recepción sean más de corte teórico que empírico. Es así como tiende a discutirse más el alcance teórico de nociones como las de *mediación* en Martín-Barbero (1987b), o el de *televidencia* de Orozco Gómez (1996) que los trabajos empíricos que luego estos autores han dirigido o coordinado. No es extraño entonces que muchos de los trabajos que sí lograron sortear estos obstáculos se hayan centrado en la telenovela, “el más importante género de ficción producido en América latina desde hace ya cincuenta años y principal producto de la industria cultural” (Mazziotti, 2006: 21). Entre estos trabajos se cuentan el de la investigadora peruana Rosa María Alfaro Moreno (1988) analizó los modos de lectura de mujeres de sectores urbanos populares a través de entrevistas en profundidad en las que constató una actitud de constante confrontación entre la experiencia y el discurso de la telenovela. A similares conclusiones arribaba Sonia Muñoz (1992) al resumir sus investigaciones en Cali sobre la forma en que tres grupos sociales colombianos consumen la telenovela: las mujeres de los sectores populares; los jóvenes de los mismos sectores y los estudiantes jóvenes.

En Brasil, a pesar de que los académicos locales suelen quejarse de que les costó legitimar su objeto, el estudio de la telenovela siempre encontró muchas menos trabas que en el resto de América Latina. Es así que desde hace ya más de veinte años, se destacan los trabajos del Núcleo de Pesquisas em Telenovela (NPTN) de la Escola de Comunicação e Artes de la Universidad de San Pablo –hoy Centro de Estudos de Telenovela (CETVN)–, creado por la investigadora Ana Maria Fadul y oficializado en 1992. Uno de los proyectos más ambiciosos de este grupo tuvo como resultado *Vivendo com a telenovela* (Vassallo de Lopes *et al.*, 2002), texto que recoge un estudio que consistió en un trabajo etnográfico realizado en 1997 sobre cuatro familias de San Pablo de diferentes sectores socioculturales (habitantes de favela, barrio de trabajadores en la periferia, barrio de clase media, clase media alta de barrio cerrado). Las tres investigadoras que llevaron adelante en conjunto la investigación realizaron una interpretación metodológica particular de la teoría de las mediaciones de Martín-Barbero (1987a) y tomaron en cuenta las mediaciones de la cotidianidad familiar, el género ficcional, la videotécnica y la subjetividad. Efectivamente este trabajo, a diferencia de otros, combina distintas técnicas: observación participante, entrevistas, cuestionarios

cerrados y semiestructurados, historia de vida, *focus group* con la “telenovela familiar” editada como disparador.

En Argentina, pese a que el interés por la recepción estuvo siempre presente (Verón, 1993; Mazziotti, 1992, 1993), no pudo traducirse en trabajos de campo en gran medida debido a la falta de recursos financieros para la investigación. Una excepción en este sentido es el trabajo de Steimberg (1988) en torno a relación entre la recepción de programas de preguntas y respuestas, y la valoración que realiza la crítica especializada sobre ellos en diarios nacionales, en el que se trabajó con *focus groups* en públicos de pertenencias socioculturales contrapuestas.

4.3.c Principales contribuciones al tema por parte del grupo del proyecto.

Este proyecto se constituye con los integrantes de tres equipos de investigación de diferentes zonas del país, que a su vez cuentan con antecedentes en los diferentes ejes planteados como articuladores de las problemáticas aquí expuestas:

a) sobre análisis de textos de la cultura de masas, nuestros equipos acreditan una importante labor: Rovetto (2011, 2012), Lanati (2012) Borda (1997, 2006, 2014); Aráoz Ortiz (2012a, 2012b, 2012c);

b) respecto de rutinas profesionales, es fundante de la problemática el trabajo de Rovetto (2013); Rovetto *et al* (2007 y 2010);

c) sobre recepción, podemos citar las investigaciones específicas de Spataro (2012a y b, 2013a, 2013b), Borda (2006, 2008, 2011, 2012), Alvarado (2013a y b; 2014 a y b); Alvarado y Novick (2013); Schaufler (2011);

d) en general sobre los fenómenos de cultura popular y cultura de masas, son claves los textos de Alabarces (2004, 2008, 2012, 2013); Alabarces y Añón (2008); Boito (2010 y 2013).

4.3.d Resultados preliminares. Explique de manera resumida los resultados preliminares propios **no publicados** en los que se han basado las hipótesis planteadas.

Las hipótesis presentadas en este proyecto pueden rastrearse en los materiales **publicados** por nuestros equipos en los últimos diez años. Fundamentalmente, en torno de las hipótesis generales que nos orientan, se trata de los debates instalados en el campo sobre las relaciones entre cultura popular y cultura de masas a partir tanto de las transformaciones ocurridas a nivel teórico –la oclusión del debate sobre *lo popular* durante los años 90 del siglo pasado– como político, con el pasaje de la hegemonía de los relatos *neoliberales* a las narrativas *nacional-populares*. Del mismo modo, nuestros equipos han indagado por más de una década las transformaciones en la sociocultura contemporánea, en el plano de la economía política de la comunicación –la constitución de los monopolios multimediáticos y su posible crisis con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual– y en el del diseño de contenidos, temáticas, géneros y retóricas, con el advenimiento, como ya hemos señalado, de fenómenos de pansexualización, plebeyización de lenguajes y prácticas, etc.

4.4- Actividades, cronogramas y metodología (máximo cuatro carillas)

Tal como se ha señalado, la investigación articula tres ejes de indagación. En este apartado enumeraremos las opciones metodológicas y actividades en cada uno de ellos:

Eje 1: Contenidos televisivos

A partir de una estrategia metodológica cualitativa de análisis crítico del discurso, para este eje se construirá un corpus con los programas de televisión abierta vinculados con el denominado “mundo del espectáculo”. Dado que el espacio nuclea a múltiples proposiciones genéricas y estilísticas se incluyen:

a) los denominados “programas de chimentos”, es decir programas cuyo eje temático aborda cuestiones relacionadas con la vida íntima de los personajes públicos, fundamentalmente el *star system* de la propia televisión y otras expresiones artísticas con fuerte ligazón con este medio, entre las que se destaca el teatro de revistas, con quien comparte buena parte de sus protagonistas;

b) el espacio que agrupa otros programas (noticieros, magazines, etc.) que, retomando el formato que caracterizó al género tradicional mencionado en el punto anterior, incorporan desde esa lógica aspectos ligados al debate social y político. Asimismo se observa el “salto” de ciertas personalidades (conductores, “panelistas”, etc.) que migran del espacio de los programas de chimentos a producciones más orientadas a temas políticos, mientras que en algunos casos mantienen, simultáneamente, presencia en ambos espacios.

De esta manera, el corpus estará integrado por programas de los cuatro canales privados de televisión abierta: *Desayuno Americano*, *Intrusos*, *Infama*, *Zapping*, *Animales Sueltos*; todos pertenecientes a América TV. Por parte de la programación de canal 13, integrarán dicho corpus: *Nosotros Al Mediodía*, *El Diario de Mariana* y *Este es el Show*. Por último, *Bendita TV* será el ciclo incluido de Canal 9 y *AM* el envío de Telefé.

Puntualizamos que el corpus se integrará con los envíos emitidos durante el período abarcado por el proyecto (2015-2016), con la salvedad de que podrán incorporarse asimismo aquellos programas o segmentos nuevos que comenzaran a emitirse durante este período.

El contenido será analizado estructurando el corpus alrededor de dos ejes. Por un lado se elaborará un modelo "semiótico-enunciativo" en el que se reconstruyan un emisor y destinatarios modélicos, fundamentalmente a través de la utilización de los mecanismos de interpelación y el desarrollo de los juegos intertextuales que permiten la identificación de los destinatarios (Farré, 2004); así también se describirán sus estructuras discursivas y estrategias comunicativas (Casetti y Di Chio, 1999).

Paralelamente se detallarán las estrategias para organizar las lógicas de “espectacularización de lo real”, a través del manejo de dispositivos de captura y las modalidades enunciativas (Carlón, 2005). Los enfoques de Rincón (2005) sobre las narratividades (televisiva y periodística, fundamentalmente) permitirán comprender los aspectos narrativos y de apelación emocional que predominan en la cultura mediática y, de manera mayoritaria, en el periodismo televisivo.

Eje 2: Rutinas productivas y profesionales

Para analizar qué mecanismos de selección y jerarquización están implicados en el proceso de configuración de rutinas profesionales de dichos programas se prevé la construcción de un corpus conformado por:

a) Entrevistas con los productores de los diferentes programas seleccionados para el análisis.

b) Entrevistas con los conductores de los mencionados programas, con la finalidad de conocer sus posiciones, percepciones y clasificaciones respecto de los temas que nos ocupan aquí.

c) Observación participante del trabajo cotidiano en los canales para establecer los modos de vinculación, tanto entre los conductores, panelistas y productores de los programas como con los diferentes invitados.

Eje 3: Audiencias

Para analizar el vínculo de las audiencias con los contenidos televisivos de programas de espectáculos se realizará un trabajo de campo en los tres principales centros urbanos del país –Ciudad de Buenos Aires, Rosario y Córdoba– lo que permitirá un análisis comparativo, a partir del cual se construirá un corpus conformado por:

a) 50 entrevistas por zona a mujeres y varones de diferentes edades y posiciones de clase (jóvenes, adultas/os y adultas/os mayores de sectores medios y sectores populares), de acuerdo a recortes representativos de la población que constituye el público objeto de indagación –para construir esa muestra se analizará las cifras de medición de audiencias correspondientes al año 2014–. En estas entrevistas se buscarán identificar aspectos clave de los procesos de recepción, tales como ¿cuándo y cuánto tiempo se ve televisión?, ¿qué se ve?, ¿para qué se ve televisión?, ¿cuál es el grado de interés suscitado por los diferentes tópicos bajo análisis y cuál es la repercusión en las dinámicas familiares?, entre otras cuestiones relevantes.

b) Encuestas realizadas a las personas entrevistadas que tendrán por objetivo la realización de una descripción sociodemográfica (datos ingreso, empleo, escolaridad, género, edad, composición familiar, etc), de acceso a tecnologías de la información y la comunicación (cantidad de televisores, radios, computadoras, acceso a cable, internet, etc) y de cantidad de horas de consumo televisivo y franja horaria, días de la semana elegidos por cada individuo de la familia y programas elegidos.

Cronograma de actividades:

	Meses del primer año											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Construcción de marco bibliográfico	X	X	X									
Diseño de los instrumentos (pautas para observación, guías de entrevistas, encuestas)	X	X	X									
Construcción de corpus de visionado e inicio de análisis		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Realización de entrevistas a audiencias			X	X	X ¹³	X	X	X	X	X	X	X

Realización de entrevistas a productores			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
--	--	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

	Meses del segundo año											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Realización de entrevistas a audiencias	X	X	X	X	X	X	X					
Análisis del corpus construido	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Producción de informe final										X	X	X

4.5 Resultados esperados.

Se espera que el proyecto produzca resultados en tres órdenes complementarios:

- Formación de recursos humanos, al prolongar y expandir el rol fundamental de nuestros equipos en la generación de doctores jóvenes en el campo en los últimos años;
- Producción científica, al extender la alta productividad mantenida por los equipos participantes en términos de publicaciones científicas;
- Impacto social, al generar conocimiento novedoso que permita la generación de políticas públicas específicas, así como a través de la participación en el debate público (intervención que también ha caracterizado nuestra actuación en esta década). Este es el nivel más fuerte de transferencia, vehiculizada especialmente por la práctica periodística y la participación en una ingente cantidad de actividades públicas.

4.6 Difusión de los resultados.

Aunque nuestra práctica profesional privilegia la publicación en revistas especializadas del campo científico, nuestros antecedentes demuestran una importante capacidad de producción de textos de alcance masivo, tanto en intervenciones periodísticas como en textos de divulgación. Creemos que los resultados deben ser sometidos a debate especialmente en el ámbito de la Defensoría del Público, organismo con el que deberán acordarse las estrategias de difusión de los resultados. Postulamos la necesidad de publicar un libro con las conclusiones de la investigación, integrado por el informe final general más otros materiales específicos, lo que ha sido propuesto en el presupuesto respectivo.

4.7 Protección de los resultados

No aplica.

4.8 Actividades de transferencia (si corresponde)

Nuestros equipos han producido, como hemos señalado, una importante transferencia a la comunidad a través del debate público y la intervención periodística, así como la producción de materiales de divulgación. El hecho de que estos proyectos sean convocados, evaluados y financiados por Organismos Públicos (uno específicamente científico, otro específicamente

de regulación del ámbito de la comunicación) debería facilitar la transferencia a la sociedad a través de la producción de recomendaciones concretas respecto de acciones sobre los escenarios televisivos.

5. CONFORMACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

5.1 Justifique y fundamente las razones de la asociación entre los distintos investigadores que llevarán adelante el proyecto. Destaque aquellas capacidades particulares de los individuos que hacen valiosa su incorporación al grupo.

El equipo de trabajo ha sido conformado atendiendo al propósito de habilitar una investigación comparativa en las tres principales ciudades del país. En este sentido y en virtud de colaboraciones previas, conformamos un equipo de tres colectivos con diversas inscripciones territoriales e institucionales. Uno de ellos se inscribe en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, cuyos miembros son docentes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación en el Seminario de Cultura Popular y Cultura Masiva, cuyo titular dirige este proyecto. De este colectivo participan también graduadas/os recientes que se encuentran cursando programas de posgrado y cuyas investigaciones se orientan en el sentido de los interrogantes aquí planteados. Tanto desde la propuesta pedagógica de la cátedra como de los antecedentes de investigación plasmados en los proyectos de investigación UBACyT y PICT que han desarrollado como grupo se enmarcan en la preocupación por el abordaje de los textos, prácticas y sujetos de lo popular y lo masivo. El segundo colectivo inscribe su trabajo en la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario, y sus miembros forman parte del Centro de Investigación en Mediatizaciones. En este sentido, el aporte desde la perspectiva de la mediatización y las teorías y metodologías de la sociosemiótica es central para el desarrollo del tipo de análisis aquí propuesto. El tercer colectivo se inscribe en el Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad (UNC/CONICET) y en la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba, donde son responsables del dictado de una asignatura similar a la de la UBA y despliegan investigaciones en direcciones coincidentes, aunando, del mismo modo, formación de grado en Comunicación y posgraduación en Comunicación y Cultura, específicamente, y en Ciencias Sociales, de modo amplio. Los/as investigadores CONICET participantes revistan en el área de Sociología, Demografía y Comunicación, intersectando las formaciones específicas con un importante desarrollo en el área de Sociología de la Cultura.

De este modo, la articulación de los tres colectivos en un grupo interdisciplinario de investigación no sólo implica una diversificación territorial sino, especialmente, una potenciación de las perspectivas teóricas, las estrategias metodológicas y las experiencias de investigación. En los tres casos, además, sus miembros forman parte de cátedras en las Universidades de origen, lo cual redundará en transferencias pedagógicas en cada una de las instituciones.

5.2 Indique de manera similar los mecanismos de interacción con otros grupos que contribuyan de manera significativa a la ejecución del proyecto.

Desde hace varios años venimos desarrollando un intenso proceso de diálogo, confluencia e intercambio de materiales, indagaciones y debates con el equipo dirigido por Pablo Semán en el Centro de Investigaciones Etnográficas de la UNSAM; esta intersección se constituye, claramente, en un núcleo de avanzada en el campo, que ha permitido re-instalar el debate sobre las culturas populares en sede académica. En los tres ámbitos de acción propuestos en

este proyecto –posiblemente, los tres lugares de producción y tradición más fuerte del campo de estudios en comunicación, junto a la UNLP y la UNRC–, nuestros equipos interactúan y dialogan con los grupos de trabajo más reconocidos del área disciplinar.

5.3 Describa los antecedentes de cooperación entre los participantes, se haya ésta plasmado o no en publicaciones o desarrollos

Los tres equipos han desarrollado un diálogo constante en los últimos cinco años en instancias formales (reuniones científicas y simposios) como informales. Asimismo, distintos/as investigadores/as de los tres grupos hemos participado conjuntamente en instancias de evaluación de posgrado y de producción científica. La ausencia de líneas específicas de financiamiento para actividades en red habían imposibilitado, hasta hoy, la construcción de una propuesta integrada y cooperativa como la que estamos presentando.

6. VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD TÉCNICA.

La amplitud de objetos, corpus y metodologías está respaldada por un equipo plural y experimentado, con dedicaciones altas producto de su inserción en el sistema científico (como becarios o investigadores), y una trayectoria dilatada en los temas y objetos propuestos. Dicha amplitud, incluso, está diseñada en torno de las investigaciones posdoctorales y doctorales de los/as becarios/as participantes, a los efectos de garantizar su concentración específica en sus investigaciones particulares, puestas en común con el conjunto del programa de trabajo.

La institución sede del Proyecto es uno de los centros de investigación en Ciencias Sociales más relevantes del subcontinente; esto garantiza, además de la utilización de su biblioteca y acceso a colecciones vía electrónica, la interacción con grupos y equipos colegas. El presupuesto solicitado permitirá reforzar el equipamiento disponible y renovar equipamiento obsoleto (en tanto el diseño de investigación exige mucho procesamiento de audio y video, se intentará reforzar dicha capacidad informática; por ejemplo, en el acceso a televisión digital).

7 ASPECTOS ÉTICOS.

Se cumplirá con las salvaguardas de anonimato de los informantes, tanto entre los productores televisivos como en las entrevistas a públicos.

8 ASPECTOS DE SEGURIDAD LABORAL AMBIENTAL Y BIOSEGURIDAD RELACIONADOS CON EL PROYECTO.

No aplica

9 AUTORIZACIONES CORRESPONDIENTES :

No aplica.

10. RECURSOS FINANCIEROS

Recursos financieros		Guardar		Salir	
	Rubro	2015	2016	Total	
Gastos de capital (8)	Equipamiento (1)	\$ 76.000,00	\$ 0,00	\$ 76.000,00	
	Licencias (2)	\$ 16.000,00	\$ 0,00	\$ 16.000,00	
	Bibliografía (3)	\$ 25.000,00	\$ 0,00	\$ 25.000,00	
	Total	\$ 117.000,00	\$ 0,00	\$ 117.000,00	
Gastos corrientes (funcionamiento)	Bienes de consumo	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 20.000,00	
	Viajes y viáticos (4)	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
	Protección de resultados / (5)	\$ 0,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	
	Servicios de terceros (6)	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 200.000,00	
	Otros gastos (7)	\$ 62.000,00	\$ 120.000,00	\$ 182.000,00	
	Total	\$ 172.000,00	\$ 270.000,00	\$ 442.000,00	

1) Equipamiento (\$ 76.000)

Se prevé la adquisición de cuatro computadoras portátiles con capacidad para procesamiento de imagen, audio y sonido y acceso a televisión digital, con importante capacidad de edición para grabar y editar los programas de televisión (Costo estimado de las cuatro computadoras: \$60.000), junto a tres tabletas digitalizadoras y captadoras de señales de TV (costo estimado: \$6.000). A su vez, se prevé adquirir tres grabadores digitales para el trabajo de campo, para añadirlos a los ya disponibles (Costo estimado de los tres grabadores: \$6000). Se prevé también la compra de cuatro discos rígidos portátiles (Costo estimado: \$ 4000).

2) Adquisición de licencias de tecnología (\$ 16.000):

Se prevé la adquisición de licencias para el paquete Office y Adobe junto con la de programas de procesamiento y edición de imagen y sonido.

3) Bibliografía (\$ 25.000):

Se prevé la adquisición de libros nacionales e internacionales en el primer año como complemento de las bibliotecas existentes en los centros de estudios involucrados.

Gastos Corrientes

1) Bienes de consumo (\$ 10.000 por año; \$ 20.000 en total):

Se prevé la adquisición de tóner para las impresoras existentes, resmas de papel, memorias portátiles (tarjetas SD y pendrives), utilización de servicios de correo, fotocopias.

2) Gastos de Viajes al exterior (\$0)

No hay previstos viajes al exterior para este proyecto

3) Difusión y/o protección de resultados (\$ 40.000 en el segundo año)

Se prevé la edición y publicación de un libro con los resultados colectivos de los dos años de trabajo.

4) Servicios de terceros no personales (\$ 100.000 por año: \$ 200.000 en total)

Es el rubro que concentra la mayor cantidad de necesidades: Producción, realización y desgrabaciones de entrevistas, registro fotográfico y audiovisual del trabajo de campo, servicios de auditoría de medios (grabación de programas y adquisición de archivo), edición de video y de sonido de materiales, construcción de un archivo audiovisual, reparación de equipos.

5) Otros gastos: viajes y viáticos entre las tres localidades involucradas (\$ 182.000 en total en ambos años)

Aunque la mayor parte del trabajo se realiza de modo local, estimamos necesaria la participación de investigadores de cada centro en actividades de los otros dos. Asimismo, aunque la comunicación permanente se realizará por vía electrónica, creemos imprescindible la realización de dos reuniones generales en el primer año y de hasta cuatro en el segundo, a los efectos de posibilitar una discusión colectiva tanto de la preparación del trabajo de campo como, especialmente, de los resultados provisorios y finales. En el cálculo de estos montos se toman en cuenta, de modo estimativo (sometido a variación inflacionaria), los costos de pasajes terrestres y aéreos entre Buenos Aires, Rosario y Córdoba, así como las sumas de viáticos estipuladas según las disposiciones en vigencia.

11. BIBLIOGRAFÍA

Alabarces, Pablo (2004): “Nueve proposiciones en torno a lo popular. La leyenda continúa”, en *Tram(p)as de la comunicación y la cultura*, III, 23, La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, marzo 2004: 27-38.

Alabarces, Pablo (2008): “Introducción: Un itinerario y algunas apuestas”, en Alabarces, Pablo y Rodríguez, María Graciela (editores): *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*. Buenos Aires, Paidós, colección Estudios de comunicación/28, pp. 15-28.

Alabarces, Pablo (2012): “Transculturadas Pospopulares. El retorno de las culturas populares en las ciencias sociales latinoamericanas”, en *Cultura y Representaciones sociales*, volumen 7 N° 13, México: Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, septiembre 2012, pp.: 7-38.

Alabarces, Pablo (2013): “Cultura e mídia na América Latina: as tensões da cultura popular nos tempos do império da mídia”, en Carlos Alberto Máximo Pimenta y Adilson Da Silva Mello (orgs.): *Encruzilhadas da Cultura: Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade*, Taubaté (SP): Cabral Editora, pp. 99-124.

Alabarces, Pablo y Rodríguez, M. Graciela (2008): *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*. Buenos Aires: Paidós.

Alabarces, Pablo y Valeria Añón (2008): “¿Popular(es) o subalterno(s)? De la retórica a la pregunta por el poder”, en Alabarces, Pablo y María Graciela Rodríguez (editores): *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*. Buenos Aires, Paidós, colección Estudios de comunicación/28: pp. 281-304.

Alfaro Moreno, Rosa María (1988): "Los usos sociales populares de la telenovela en el mundo urbano", en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Vol. II 4-5, Colima.

Alvarado, Mayra (2014a) “El consumo televisivo como espacio de producción: mujeres, programas de chimentos y representaciones” en XVI Congreso REDCOM (Red de Carreras de Comunicación Social). Nuevas configuraciones de la cultura en lenguajes, representaciones y relatos, Universidad de La Matanza.

Alvarado, Mayra (2014b): “Mujeres, informadas y chismosas: construcción de feminidades en el consumo de programas de espectáculos” en Jornadas Interdisciplinarias de Estudios de Género y Estudios Visuales, Universidad Nacional de Mar del Plata – Facultad de Humanidades.

Alvarado, Mayra; Novick, Daniela (2013): “Tensiones y cruces entre consumos populares femeninos: el caso de las fans cumbieras y las chimenteras” en *Comunicación y Ciencias Sociales*. Legados, diálogos, tensiones y desafíos, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales.

- Amaral, Márcia Franz (2006): *Jornalismo popular*. São Paulo: Contexto.
- Ang, Ien (1989): *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, London and New York: Routledge. 1ra. edición en flamenco, 1982.
- Angenot, Marc (2010): *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Aráoz Ortiz, Leandro (2012a): “¿Un mercado en busca de lector?. Los diarios “populares”, entre el rebrote y la inflación terminológica”. Ponencia presentada en XVI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, Nacional, 6 al 8 de septiembre de 2012, Santiago del Estero, Argentina.
- Aráoz Ortiz, Leandro (2012b): “Creer o reventar. Las religiones y lo paranormal en el Diario Crónica”. Ponencia presentada en XVI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, Nacional, 6 al 8 de septiembre de 2012, Santiago del Estero, Argentina.
- Aráoz Ortiz, Leandro (2012c): “Prensa y sectores populares. Desigualdad y estratificación en el 'plano cultural'”, Memorias de las 2º Jornadas de investigadores en formación - Instituto de Desarrollo Económico y Social. 14 al 16 de noviembre de 2012, Buenos Aires, Argentina.
- Arendt, Hannah (2005): *La condición humana*. Buenos Aires: Paidós.
- Arfuch, Leonor (2002): *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Barker, Chris (2003): *Televisión, globalización e identidades culturales*. Buenos Aires: Paidós.
- Bezunarte, O. (2003): "La importancia de un trabajo colectivo. El anonimato del periodista". En *Telos* n° 54 (enero-marzo). Disponible en: <http://www.campusred.net/telos>
- Bitonte, María Elena y Demirdjian, Liliana Alicia (2003): “¿Promesa o Contrato de Lectura? Dos modelos para el análisis de los medios” en *Comunicación y Sociedad* n° 40. México: Universidad de Guadalajara.
- Boito, María Eugenia (2010): “La comunicación en las estrategias de intervención profesional”, 151-214, y “A modo de epílogo”, 215-216, en Roberto Von Sprecher y María Eugenia Boito. *Comunicación y trabajo social*, Córdoba: Brujas.
- Boito, María Eugenia, Toro Carmona, Eliana Ivet y Grosso, José Luis (2011) (Compiladores): “Transformación social, memoria colectiva y cultura(s) popular(es)” Autores: María Eugenia Boito, Eliana Ivet Toro Carmona y José Luis Grosso, Ma. Belén Espoz, Ana Contreras, Martín De Mauro, Ilze Petroni, Patricia Botero, Erika Muñoz, Elsa Ponce, Liliana Ramos Zanca, Mara Remondegui, Jesús Darío González Bolaños, Julio César Rubio Gallardo y Adrián Scribano. Con Comité Editorial.
- Boito, María Eugenia (2012): “Solidaridad/es/ y Crueldad/es/ de Clase. El “Orden Solidario” como mandato transclasista y la emergencia de figuras de la crueldad”. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, ESE Editora Sociológica CIES.
- Boito, María Eugenia (2013): “Ideología y prácticas sociales en conflicto. Una introducción”. Editado por la Dirección de Publicaciones de la UNC, CIECS-CONICET/UNC.
- Borda, Libertad (2001): "Nuestras estrellas: construcción de star system en la prensa de espectáculos", en edición electrónica de *Actas de las Jornadas de Sociedad Argentina y Cultura Popular*. En homenaje a Homero Manzi y Enrique Santos Discépolo, Laura Cilento, Oscar Conde y Paula Labeur (eds.), Buenos Aires, 4-5 de octubre.
- Borda, Libertad (2006): “La narración en foros de telenovelas como modo de afianzamiento comunitario. Betty la fea en versión de sus fans”, en *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, editada por la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, São Paulo, Año III, Número 4, Enero-Junio, pp. 78-88.
- Borda, Libertad (2008): “Fan fiction: entre el desvío y el límite”. En Pablo Alabarces y María Graciela Rodríguez (orgs.): *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*, Buenos Aires, Paidós, 2008. pp. 233-257.
- Borda, Libertad (2011): “‘Bettyadictas, luzmarianas y mompirris’. Construcción del nosotros comunitario en foros de telenovelas”, Beatriz Alem (comp.), *La comunicación como ámbito de*

construcción de la realidad, Universidad Nacional de General Sarmiento/Imago Mundi, Los Polvorines, República Argentina. pp. 71-84.

Borda, Libertad (2014): "El silencio de los otakus. Estereotipos mediáticos y contra-estrategias de representación", en Dossier Homenaje a Stuart Hall, *Papeles de Trabajo*, IDAES, Año 8, N° 14, pp. 50-76.

Borda, Libertad y Longo, Fernanda (1997): "La representación de la audiencia como necesidad de la industria", *Comunicación y Sociedad* N° 31, sept-dic, revista del Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, 97-120.

Borda, Libertad y Viterbo, Leandro (2006): "*La noche del 10: Maradona y la lógica de la sorpresa*" (en coautoría con Leandro Viterbo), Xmas Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, "Una década de encuentros para (re)pensar los intercambios y consolidar la red", Universidad Nacional de San Juan, octubre.

Bourdieu, Pierre (1997): *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.

Brown, M. E. (comp.) (1994): *Television and Women's Culture* (4° edition). London: Sage Publications.

Caletti, Sergio (2006): "Repensar el espacio de lo público. Un esbozo histórico para situar las relaciones entre medios, política y cultura", Buenos Aires, Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación, número 123.

Campbell, W. J. (2003). *Yellow journalism: puncturing the myths, defining the legacies*. Westport, Conn.: Praeger.

Canel, M^a J. (2000): *Periodistas al descubierto*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Carlón, Mario (2005): *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires: La Crujía.

Carlón, Mario (2006): *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.

Carter, C. et al. (1998) *News, Gender and Power*. London: Routledge.

Casetti, F y di Chio, F (1999): *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*, Barcelona, Paidós

Corner, John (1995) "Géneros televisivos y recepción". En Daniel Dayan (comp.) *En busca del público*. Barcelona: Gedisa.

Cosse, L (2006): *Estigmas de nacimiento. Peronismo y orden familiar. 1946-1955*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica-Universidad de San Andrés.

Dahlgren, Peter y Sparks, Colin (ed.) (1992): *Journalism and popular culture*. London: SAGE.

Díaz Nosty, Bernardo (Dir.) (2007). *Medios de Comunicación: el escenario iberoamericano*. Barcelona: Ariel y Fundación Telefónica.

Dyer, Richard (1979): *Stars*, London: BFI.

Eco, Umberto (1987): *La estrategia de la Ilusión*. Buenos Aires: Ediciones de la Flor.

Elizalde, Silvia (2009): "Comunicación. Genealogía e intervenciones en torno al género y la diversidad sexual", en Elizalde, Silvia Felitti, Karina y Queirolo, Graciela (coords): *Género y sexualidades en las tramas del saber*. Buenos Aires: Ediciones del Zorzal.

Farré, Marcela (2004). *El noticiero como mundo posible. Estrategias ficcionales en la información audiovisual*. Buenos Aires: La Crujía.

Feuer, Jane (1987) "The study of genres and television". En Allen, Robert (ed.) *Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism*. Chapel Hill&London: The University of North Carolina Press.

Fontcuberta, M. (2006). El periódico en una sociedad compleja. En M. Fontcuberta y H. Borrat, *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía.

Fuenzalida, Valerio (2012): "Una interpretación socio-semiótica de la representación televisiva de la política: la oportunidad de la TV digital", *Cuadernos de Información*, núm. 30, enero-junio, 2012, pp. 83-96. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.

- Gallego, J. (comp.) (2002): *La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género*. Barcelona: Libros de la Frontera.
- Gallego, J. y Del Río, O. (1993) *El sostre de vidre: Situació socio-professional de les dones periodistes a Catalunya*. Barcelona: Institut Català de les Dones.
- Gamson, Joshua (1992): "The Assembly Line of Greatness: Celebrity in Twentieth America", en *Critical Studies in Mass Communication*, n° 9.
- García de Cortázar, M. y García de León, M^a A. (coords.). *Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación*. Madrid: CIS. 2000.
- Ginzburg, Carlo (1989): "Morelli, Freud y Sherlock colmes: indicios y método científico" en Eco, Umberto y Sebeok, Thomas: *El signo de los tres*. Barcelona: Lumen.
- González Requena, Jesús (1995): *El discurso televisivo. Espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra.
- Grignon, Claude y Passeron, Jean-Claude (1991): *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Grimson, Alejandro y Varela, Mirta (1999): *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Habermas, J. (2004). *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Hall, Stuart (1980): "Codificar/Decodificar", en *Culture, Media and Language*. Londres: Hutchinson. Traducción de Silvia Delfino.
- Hall, Stuart. (2010): *Sin Garantías: trayectorias y problemáticas en estudios culturales*, Ecuador, Universidad Andina Simón Bolívar.
- Hobson, Dorothy (1980): "Housewives and the Mass Media". En Stuart Hall, Dorothy Hobson, A. Lowe y P. Willis (eds) *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1972-79*, London, Hutchinson.
- Hobson, Dorothy (1982): *Crossroads. The Drama of a Soap Opera*, London, Methuen.
- Holmes, Sue (2007): "Torture, treacle, tears and trickery": Celebrities, 'ordinary people' and This is your Life (BBC, 1955-1965)" en Redmond, S y Holmes, S. (comps.) *Stardom and celebrity. A reader*. London: Thousand Oaks, New Delhi and Singapore: Sage.
- Humanes, M. L.(2003) "Evolución de roles y actitudes. Cultura y modelos profesionales del periodismo". En Telos n° 54 (enero-marzo). Disponible en: <http://www.campusred.net/telos>
- Imbert, Gerard (2006): "La realidad y su doble. De la neo a la post-televisión". Disponible en <http://gerardimbert.blogspot.com/2011/01/la-realidad-y-su-doble-de-laneo-la.html>.
- Jost, Francois (1997): "El simulacro del mundo", en *Versión*, n° 7. México: U.N.A.M.
- Kruger, Clara (2009): *Cine y peronismo. El estado en escena*. Buenos Aires: Siglo XXI
- Lanati, Vanina (2012): "Subjetividades mediáticas, infancias y educación" en Martínez de Aguirre, E. (dir.) y Alberdi, C.; Marchetti, V.; Marengo, M. (comp.) *Visualidades Infinitas 1. Miradas y dilemas de los lenguajes expresivos*. Rosario: UNR.
- Langer, John (2000). *La televisión sensacionalista. El periodismo popular y las 'otras noticias'*. Buenos Aires: Paidós.
- López Diez, P. (2004): "El techo de cristal también existe en los medios". Disponible en: <http://mujeres.usal.es/data/core/archivos/congresoint.doc>
- Lull, James (1980): "The social uses of television". *Human Communication Research*, vol. 6 n° 3.
- Lull, James (1982): "How families select television programmes: a mass observational study", *Journal of Broadcasting*, N° 26.
- Lull, James y Hinerman, Stephen (eds) *Media Scandals: Morality and Desire in the Popular Culture Marketplace*, Oxford: Polity Press.
- Mangone, Carlos (2007-2008): "A quince años. Las polémicas sobre TV en los noventa, una excusa para discutir intervenciones intelectuales y políticas culturales" en Cuadernos Críticos de

Comunicación y Cultura n°3, Buenos Aires: Publicación de las Cátedras de Teorías de la Comunicación I y II.

Martín-Barbero, Jesús (1987a): "La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana", *Diálogos de la comunicación*, N° 17.

Martín-Barbero, Jesús (1987b): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México D. F.; Ediciones G. Gili.

Mazziotti, Nora (1992): "Estado de las investigaciones sobre telenovela latinoamericana", *Ciencias de la Información*, Madrid, Ediciones Complutense N° 8, Extraordinario: 45.58.

Mazziotti, Nora (2006): *Telenovela: industria y prácticas sociales*, Bogotá: Grupo Editorial Norma, Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación.

Mazziotti, Nora (comp.) (1993): *El espectáculo de la pasión*; Buenos Aires: Colihue.

Mazziotti, Nora y Borda, Libertad (1997): "Andrea del Boca en los Noventa" (en colaboración con Nora Mazziotti), en *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales*, Editorial Gedisa, Buenos Aires, 1997, pp. 143-152.

Mazziotti, Nora y Borda, Libertad (2006): "El show de Cristina. La construcción de lo latino" (en coautoría con Nora Mazziotti) En Guillermo Sunkel (coord.) *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Convenio Andrés Bello, Bogotá, 1999, pp.404-419. Reedición ampliada y revisada.

Mazziotti, Nora; Borda, Libertad; Heidenhain, Carolina y Weiss, María Laura (2001): "Tendencias en la circulación de programas televisivos en el Mercosur", *Revista Famecos. Mídia, cultura e tecnologia*, Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, N° 14, pp.36-44.

Moglia, Mercedes (2006) "Distintos regímenes de narratividad en el humor televisivo de Antonio Gasalla", ponencia ante la X Jornadas Nacional de Investigadores en Comunicación, Red Nacional de Investigadores en Comunicación, San Juan.

Mondelo, Edisa y Gaitán Juan Antonio (2002): "La función social de la televerdad" en Revista *Telos* n° 53, Madrid, octubre-diciembre.

Morin, Edgar (1957): *Las estrellas de cine*, Buenos aires: Eudeba.

Morley, David (1980): *The 'Nationwide' Audience*, London, British Film Institute.

Morley, David (1986): *Family Television*. London: Routledge.

Morley, David (1996): "El marco femenino-masculino en que la familia ve televisión", en *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.

Muñoz, Sonia (1992): "Mundos de vida y modos de ver". En: Barbero, Jesús Martín y Muñoz, Sonia Coords. (1992) *Televisión y melodrama*, Bogotá, Tercer Mundo Editores.

Neale, G. (1980): *Genre*. London: BFI

Orozco Gómez, Guillermo (1996): *Televisión y audiencias, un enfoque cualitativo*. México, D.F./ Madrid, Ediciones de la Torre/Universidad Iberoamericana.

Pateman, Carole (1995): *El contrato sexual*. Barcelona: Anthropos.

Rincón, Omar (2005). *Narrativas mediáticas o como cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.

Rincón, Omar (comp.) (2001) *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Rodríguez Andrés, R. (2003). "Características socio-demográficas y laborales de los periodistas españoles e índice de satisfacción profesional". *Ámbitos*, núm. especial 9-10, 2n semestre 2002 - año 2003, pp. 487-504.

Rovetto, Florencia (2011): "Estudio de la representación del trabajo de las mujeres en las noticias de actualidad. Análisis comparado de la prensa española y argentina". En *La Trama de la Comunicación*, Vol. 16. Rosario. Editorial UNR.

Rovetto, Florencia (2012): "Análisis crítico del androcentrismo en el discurso informativo". En Natalia Raimondo y Cecilia Reviglio (eds.) *Territorios de comunicación Recorridos de investigación para abordar un campo heterogéneo*. Quito, CIESPAL.

Rovetto, Florencia (2013): "Percepciones sobre desigualdades de género en el trabajo periodístico". En *Global Media Journal*, Vol 10, N° 20. Monterrey: Centro de Investigación en Comunicación e Información.

Rovetto, Florencia; Moreno, Amparo; y Buitrago, Alfonso (2007): *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*. Barcelona: Icaria.

Sánchez de Bustamante, Marina (2014) "Entre aprendices y expertas. Madres condenadas al saber" en *XVI Congreso REDCOM (Red de Carreras de Comunicación Social)*. *Nuevas configuraciones de la cultura en lenguajes, representaciones y relatos*, Universidad de La Matanza.

Sarlo, Beatriz (2003): "Belleza" en *La pasión y la excepción*, Buenos Aires: Siglo XXI.

Schaufler, María Laura (2011): "Del lector al prosumidor: un pasaje por las rupturas en los estudios de recepción mediática". En Valdetaro, S. (coord.). *El dispositivo-McLuhan. Recuperaciones y Derivaciones*. Rosario: UNR Editora. 2011.

Sibilia, Paula (2008): *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Silverstone, Roger (1996): *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.

Soriano, J. (2005): "La incorporación de la mujer a la profesión periodística en España. Crítica a la hipótesis de la feminización" *Revista Faro*. N° 2. Disponible en: <http://www.revistafaro.cl> Valparaíso: Facultad de Ciencias Sociales.

Soriano, J. (2010) La incorporación de la mujer a la profesión periodística en España. Crítica a la hipótesis de la feminización. En *Revista F@ro*, año I, N. 2 Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Playa Ancha Valparaíso, Chile. Disponible en: http://web.upla.cl/revistafaro/n2/02_soriano.htm [Fecha de consulta: 10/05/2014]

Sparks, Colin (1992): "Popular journalism: Theories and Practice" en Dahlgren, Peter y Sparks, Colin (ed.). *Journalism and popular culture*. London: SAGE.

Spataro, Carolina (2012): "A dónde había estado yo?": configuración de feminidades en un club de fans de Ricardo Arjona", dirigida por el Dr. Pablo Semán y co-dirigida por el Dr. Pablo Alabarces. Defendida el 24 de febrero de 2012.

Spataro, Carolina (2012a): "'Señora de las cuatro décadas': un estudio sobre el vínculo entre música, mujeres y edad" en E-Compós, *Revista de la Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, Vol. 15, N°2, Brasília.

Spataro, Carolina (2012b): "¿A dónde había estado yo?": configuración de feminidades en un club de fans de Ricardo Arjona", dirigida por el Dr. Pablo Semán y co-dirigida por el Dr. Pablo Alabarces. Defendida el 24 de febrero de 2012.

Spataro, Carolina (2013a): "Las tontas culturales: consumo musical y paradojas del feminismo", en *Revista Punto Género, Núcleo de Investigación en Género y Sociedad* Julieta Kirkwood, Departamento de Sociología, FACSOS. Chile: Universidad de Chile. pp. 27-45.

Spataro, Carolina (2013a): "Las tontas culturales: consumo musical y paradojas del feminismo", en *Revista Punto Género, Núcleo de Investigación en Género y Sociedad* Julieta Kirkwood, Departamento de Sociología, FACSOS. Chile: Universidad de Chile. pp. 27-45.

Spataro, Carolina (2013b): "'¿A qué vas a ese lugar?': mujeres, tiempo de placer y cultura de masas", en *Papeles de Trabajo, IDAES, Universidad Nacional de San Martín, Año 7, N° 11*, mayo de 2013, pp. 188-206.

Spataro, Carolina (2013b): "'¿A qué vas a ese lugar?': mujeres, tiempo de placer y cultura de masas", en *Papeles de Trabajo, IDAES, Universidad Nacional de San Martín, Año 7, N° 11*, mayo de 2013, pp. 188-206.

Steimberg, Oscar (1988): La recepción del género, en *Colección Investigaciones* N° 1, Facultad de Ciencias Sociales, UNLZ, Lomas de Zamora.

Steimberg, Oscar (2000): "Naturaleza y cultura en el ocaso (triumfal) del periodismo amarillo", en *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, N° 5. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Sunkel, Guillermo (2002): *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Bogotá: Editorial Norma.

- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Thompson, J. B. (2001). *El escándalo político: poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Barcelona; Buenos Aires: Paidós.
- Vassallo De Lopes, María Immacolata, Simões Borelli, Silvia Helena; Da Rocha Resende, Vera (2002): *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*, São Paulo: Summus.
- Verón, Eliseo (1980): “Relato televisivo e imaginario social” en MAZZIOTTI, Nora (comp.) (1993): *El espectáculo de la pasión*; Buenos Aires: Colihue.
- Voloshinov, Valentin (1992): *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Madrid: Alianza.
- Williams, Raymond (1990): *Television: Technology and Cultural Form*, London, Routledge, 1ra. edición, 1974.
- Wolf, M. (1997) *Los emisores de noticias en la investigación sobre comunicación*. En *Revista Zer* N° 3.
- Wolf, Mauro (1984): “Géneros y televisión” en *Revista Análisi* n° 9.