


Dime dónde vives y te diré quién eres: mitos del conurbano en una ficción televisiva

Tell me where you live and I tell you who you are: suburban myths on a television series.

Carolina Cribari
carocribari@gmail.com

Licenciada en Ciencias de la Comunicación con orientación en Publicidad y Opinión Pública (Universidad de Buenos Aires). Operadora Técnica Nacional de Estudio de Televisión. Especialización Post-producción (Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica - ISER).

Fecha de Recepción: 15/06/21 - Fecha de aprobación: 26/07/21



Resumen

El presente artículo observa la circulación, en el discurso de los medios masivos, de las representaciones del conurbano bonaerense como un rasgo característico de la moral de clase media que habita la Ciudad de Buenos Aires y que opera como categoría de identificación y diferenciación. Este trabajo se basa en una selección de capítulos de la ficción Guapas (El Trece) con el fin de relevar los elementos significativos en su construcción narrativa audiovisual para describir y analizar las representaciones del conurbano bonaerense desde la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso (ACD). Para ello, también identificaremos operaciones discursivas que revelen conceptos valorativos en relación al conurbano bonaerense como parte de la moral de clase media. Asimismo, veremos cómo los medios de comunicación recrean diferentes situaciones para representar esta zona geográfica, y en qué medida la telecomedia diaria como dispositivo de enunciación, a través de ciertas representaciones, construye una realidad en un momento histórico específico, en una comunidad en particular.

Palabras claves: conurbano-discurso-medios masivos-representaciones

Abstract

This article observes the circulation in the discourse of the mass media of the representations of the Buenos Aires suburbs as a characteristic feature of the middle-class morality that lives the City of Buenos Aires that operates as a category of identification and differentiation. This work is based on a selection of episodes of the series *Guapas* (El Trece) in order to reveal the significant elements in its audiovisual narrative construction to describe and analyze the representations of the Buenos Aires suburbs from the perspective of Critical Discourse Analysis (ACD). To do this, we will also identify discursive operations that reveal evaluative concepts in relation to the Buenos Aires suburbs as part of middle class morality. Likewise, we will see how the media recreate different situations to represent this geographical area, and to what extent the daily comedy as a device of enunciation through certain representations constructs a reality in a specific historical moment, in a particular community.

Key words: discourse-mass media-representations- suburban

Introducción

La importancia de los medios de comunicación en las Ciencias Sociales nos hace pensar de inmediato en su influencia en nuestra subjetividad y transmisión de elementos significantes que luego podrían formar parte del sentido común que circula en la sociedad.

Pero lo cierto es que, lejos de ser un fenómeno unidireccional, es un proceso interactivo de significación entre el sujeto y su entorno social que se retroalimenta y reproduce constantemente.

Esto nos motiva a considerar que las prácticas sociales las ejercen grupos e individuos que llevan consigo una visión del mundo que guía su comportamiento (Moscovici, 1979). Nos referimos a las representaciones sociales, construcciones significantes a su vez atravesadas por el contexto sociopolítico donde surgen, y que interpelan a la audiencia moldeando la opinión pública y produciendo un efecto de realidad.

En el artículo a continuación, presentamos una investigación cualitativa con el objetivo de observar y analizar la representación mediática del conurbano bonaerense en una ficción de El Trece en 2015, como parte del concepto de moral de clase media esbozado por Visacovsky (2014).

Para esto estableceremos, en primer lugar, los principales conceptos teóricos que guían esta investigación e introduciremos el Análisis Crítico del Discurso (ACD) como la metodología elegida en el análisis. En segundo lugar, identificaremos operaciones discursivas que revelen conceptos valorativos que estructuran las representaciones del conurbano bonaerense utilizando como herramienta metodológica el ACD y considerando un marco histórico como el humor social previo a la elección presidencial de octubre de 2015, las condiciones económicas y el resurgimiento de partidos políticos conservadores como el PRO.

A través del Análisis Crítico del Discurso (ACD) se indagan las representaciones sociales con los aportes de Fairclough y Wodak (1997) que permiten observar el

discurso mediático como un fenómeno histórico que solo puede considerarse dentro de un marco social.

En Argentina específicamente, el contexto social del discurso mediático siempre estuvo signado por la relación entre el poder político y los medios masivos de comunicación a lo largo de la historia (Becerra, 2010), cuestión que influyó cada vez más en la concentración del mapa mediático, especialmente durante la presidencia de Carlos Menem. En aquel momento, su gestión favoreció a las empresas con diferentes artilugios alejándose de un proyecto democratizador de la comunicación.

Así, la retención del control de los medios en pocas manos se suma al debilitamiento de lo político como fenómeno social y la toma de posición por parte de los medios en la interpelación del electorado. Este dominio de las corporaciones sobre los medios de comunicación promueve una prensa hegemónica¹ que incide en la opinión pública con una línea editorial unívoca que reproduce el discurso dominante.

A continuación, se evocan brevemente los principales aspectos en la contraposición de intereses entre el Grupo Clarín y el gobierno de turno durante la emisión de Guapas.

1. El conflicto entre el Grupo Clarín y el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, exacerbado por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) y su percepción por parte del multimedia como “una persecución del gobierno para callar las voces disidentes” (Grupo Clarín, 2014). Esto se tradujo en una serie de denuncias mediáticas y judiciales por parte del Grupo Clarín ante lo que denominaron como “un acto de censura indirecta” (Alfie, 2014).
2. Polarización de la campaña electoral para la presidencia 2015 entre Cambiemos y el Frente para la Victoria (FVP), donde la coalición liderada por Mauricio Macri intentaba interpelar a un sector del electorado que ya no se sentía representado por el kirchnerismo y buscaba un cambio (La Nación, 2015). Esto permitió aglomerar un conjunto amplio y heterogéneo de

¹ Entendemos como prensa hegemónica a los medios de comunicación que son propiedad de una misma sociedad corporativa desalentando la diversidad discursiva y expresando una línea editorial unívoca.

individuos motivados principalmente por conseguir la derrota electoral del candidato oficialista. Por otra parte, Macri expresó su visión respecto al conflicto por la LSCA y prometió modificar la normativa (Rosemberg, 2014) mostrando una postura afín y conciliadora con el Grupo Clarín.

Así pues, nos situamos en el discurso de los medios de comunicación como el espacio donde la hegemonía luchará por construir y mantener su poder, procesando a través de éstos las representaciones sociales autorizadas que contribuyen a reforzar la comunidad moral mediante la adhesión y permanencia al orden establecido. El rol de los medios como agentes del campo político (Rodríguez, 2007) y su atravesamiento por los discursos hegemónicos, los mantiene limitados a los intereses puestos en sostener su posicionamiento dentro de dicho campo.

En este sentido, ACD es una herramienta metodológica fundamental para este trabajo ponderando tanto el análisis de la dimensión discursiva como el contexto social. Es una aproximación histórico-discursiva mediante la cual se abordan las prácticas discursivas y la construcción de sentido (Wodak, 2001).

La elección de esta ficción para analizar la representación social del conurbano bonaerense responde a varios aspectos de su producción. Por un lado, a las propias características de los personajes y la búsqueda por representar la cotidianeidad de un sector de la sociedad que está disconforme con la situación económica y social. Por el otro, se trata de un contenido televisivo creado por una productora que, al momento de la emisión, mantenía una relación monocliente con El Trece y la convertía en el único proveedor de ficciones del canal. A su vez, El Trece es una empresa parte del Grupo Clarín, el poderoso multimédios que detenta la hegemonía mediática a nivel nacional.

El ACD analiza los elementos textuales, pero a su vez le da un rol crucial al contexto social del discurso y permite incluir en el estudio las relaciones de poder y desigualdad (Van Dijk, 1999), así como también la existencia de un acceso diferencial y preferencial a los medios por parte de un sector de la sociedad que detenta el poder de controlar la elaboración y circulación de las representaciones sociales.

En este sentido, teniendo en cuenta el marco histórico mencionado anteriormente, analizar la serie televisiva Guapas permite observar las

representaciones del conurbano bonaerense en una estructura discursiva atravesada por relaciones de poder, dado un contexto social y político determinado (Van Dijk, 2004).

Por consiguiente, para estudiar las representaciones del conurbano bonaerense como parte de la moral de la clase media porteña se realiza una investigación documental sobre la ficción televisiva Guapas, a partir de veinte capítulos que conforman nuestras unidades de observación en un muestreo intencional.

A partir de esta selección de episodios de la telecomedia Guapas se observarán y analizarán las representaciones del conurbano bonaerense y cómo el discurso audiovisual de El Trece, a través de esta serie, produce un efecto de sentido que incluye posiciones ideológicas.

Representaciones sociales y el enfoque histórico del discurso

Partimos de la idea que las representaciones sociales como aquellos fenómenos que agrupan una serie de significados que permiten interpretar y darle un sentido a nuestras experiencias. Son guías de acción que determinan nuestros comportamientos jugando un rol preponderante en las prácticas sociales efectivas (Abric, 2001).

Son construcciones simbólicas que ordenan la experiencia de la vida diaria en la conciencia de los sujetos dentro de un contexto social. Estos contenidos significantes circulan socialmente impactando los esquemas individuales de pensamiento nuevamente para traducirse en prácticas sociales que, a su vez, generarán otros significados y darán lugar a nuevas representaciones. Este círculo reproductivo está determinado por el contexto social, por lo que no existe una única representación para un mismo objeto, sino que intervienen aspectos histórico-culturales que dejan plasmada su huella. Esta centralidad del contexto social en una construcción significativa es lo que en ACD se denomina el enfoque histórico del discurso.

En un marco de alta concentración mediática como el que se registra en Argentina y América Latina (Becerra y Mastrini, 2015), el poder simbólico utiliza los medios de comunicación para procesar las representaciones sociales autorizadas y éstos, a su vez, generan una acción política (Bourdieu, 2001) al producir e imponer

ciertas representaciones por sobre otras. Pero esta interpelación no es permanente, sino transitoria porque se inserta en el juego de los discursos sociales y la lucha por el monopolio de la representación. Esta disputada hegemonía discursiva, en términos de Angenot (2010), está dentro de una hegemonía cultural (Gramsci, 1975) más abarcadora donde los medios generan un flujo incesante de representaciones que modelan la experiencia de los individuos (Silverstone, 2004) y reproducen el discurso imperante.

En este sentido, los medios masivos de comunicación son una herramienta de transmisión de mensajes, pero también la arena donde la hegemonía defiende su poder y lucha para imponer representaciones. Actúan ejerciendo una acción política que implica la reproducción y circulación de determinadas representaciones, se les otorga fuerza legitimante en la construcción social de la realidad a partir de las relaciones de poder que se dan entre los sujetos y las representaciones hegemónicas, procesadas por el poder simbólico a través de los medios de comunicación. Esto conlleva una marca ideológica que produce un efecto de realidad cuando se encauzan todos los elementos del discurso hacia una misma articulación (Rodríguez y Luchessi, 2007).

La moral de la clase media como distinción

En este trabajo entendemos que no es posible relacionar a un grupo social con determinadas propiedades de forma intrínseca, porque en verdad se trata de características dadas en un momento determinado junto con una posición en el espacio social y la oferta de acciones posibles (Bourdieu, 1997).

Según Bourdieu (1997), el campo social se presenta como un sistema simbólico donde los agentes se ubican en función de dos principios de diferenciación: distribución del capital económico y el capital cultural. Por lo tanto, los sujetos tienen más en común cuanto más se acercan en estas dos dimensiones.

A esta concepción, añadimos la perspectiva antropológica surgida de los estudios etnográficos focalizados en comunidades que se definen “de clase media”, que incluyen abordajes de la vida práctica desde la cotidianeidad, la materialidad y especialmente la discursividad (Visacovsky, 2014) y que la definen como una

construcción utilizada por los individuos para identificarse y diferenciarse de otros sectores.

Visacovsky analiza la llegada de los primeros inmigrantes europeos a mediados del siglo XIX y cómo estos sujetos vehiculizan una historia arquetípica sobre cómo lograron ascender socialmente en las sucesivas generaciones a través de la inserción en el sistema educativo y en la actividad comercial, así como también gracias al esfuerzo y al trabajo duro. A partir de la segunda mitad del siglo XX, junto con aparición de la clase media como identidad pública, la hegemonía de este discurso fue prevaleciendo en los individuos con una legitimidad que también les permite marcar diferencias con los que no pertenecen a este grupo social y sancionarlos negativamente a través de la suscripción a una moralidad de clase media.

Así, las razones del éxito o del fracaso pueden llegar a esgrimirse a través de ciertas virtudes, frecuentemente asociadas a principios de diferenciación étnico-racial (para quienes no pueden alegar un origen europeo) que apelan a la honestidad y al trabajo abnegado definiendo la pertenencia a la clase media mientras afirman la idea primitiva y fundante de una “verdadera nación blanca y europea”.

Desde esta perspectiva antropológica, quienes se autodefinen de clase media, también perciben a los políticos como vinculados a hechos de corrupción y con tendencia al enriquecimiento fácil y rápido, por medios deshonestos, en oposición a la idea virtuosa del ascenso social a través del esfuerzo individual (Visacovsky, 2014).

En consecuencia, la investigación antropológica sobre el surgimiento de la clase media a través de las experiencias de los inmigrantes europeos confirma los actos narrativos individuales y la suscripción a un camino moral de ascenso social compartido por amplios sectores, pero frecuentemente desafiado por la realidad y, por tal razón, objeto de reflexión por parte de los sujetos (Visacovsky, 2014).

Por consiguiente, este artículo observa la construcción de la representación del conurbano bonaerense como parte de esa moral de clase media como un elemento más de diferenciación entre los individuos.

Análisis crítico del discurso como herramienta metodológica

Este artículo se estructura, por un lado, desde la teoría de las representaciones como un conjunto de informaciones, creencias, opiniones y actitudes respecto a un objeto determinado (Abric, 2001); por el otro, desde el espacio social donde la clase media es una construcción histórica y a la vez una herramienta de diferenciación respecto a otros grupos en base a una moral que es, a su vez, parte del relato imperante de la genealogía de la clase media (Visacovsky, 2014).

El contexto histórico-social que enmarca nuestro objeto de estudio es la lucha por el control del mapa mediático y una campaña presidencial fuertemente polarizada entre el Frente para la Victoria (coalición representada por Daniel Scioli) y Cambiemos (representada por Mauricio Macri) que finalizó en las elecciones llevadas a cabo en octubre de 2015, donde la mayoría del electorado se autodefine de clase media (LA NACIÓN, 2015).

El Análisis Crítico del Discurso (ACD) es la metodología que considera el discurso mediático como un fenómeno histórico que solo puede abordarse dentro de un marco social. Esto nos permite tomar el contexto sociopolítico, explicado anteriormente, signado por la contraposición de intereses entre el Grupo Clarín y el gobierno de turno durante la emisión de Guapas.

Entonces, para el ACD, los discursos son fenómenos históricos, porque solo pueden comprenderse en relación a un marco social y se integran al análisis aquellos elementos culturales y sociales que dan cuenta también de acciones políticas. Para estudiar estos procesos, Fairclough (2008) sugiere pensar el discurso como un evento que contiene tres dimensiones: práctica textual, práctica discursiva y práctica social.

Al considerar las representaciones del conurbano bonaerense como una forma particular de significar una experiencia, que a su vez puede representarse en otro discurso, podemos hacer un análisis tridimensional de la siguiente manera. Observar la práctica textual extrayendo unidades de sentido que porten un significado funcional en la construcción de una representación en particular; luego, la práctica discursiva, usando el concepto de interdiscursividad e intertextualidad para recuperar narrativas anteriores que actúan como determinaciones en las condiciones de producción y reconocimiento en la representación de la moral de la clase media, así como las relaciones

hegemónicas en las que se enmarca y la restringen. Finalmente, analizar la práctica social, observando que los aspectos narrativos de esta representación son parte de un conjunto de sentidos y representaciones legitimadas para construir una hegemonía discursiva.

Para estudiar las representaciones del conurbano bonaerense se realiza una investigación documental sobre la ficción televisiva *Guapas* a partir de veinte capítulos emitidos entre el 17 de marzo de 2014 y el 9 de enero de 2015 que conforman nuestras unidades de observación.

Guapas se emitió en prime time por El Trece, desde el 17 de marzo de 2014 hasta el 9 de enero de 2015, fue una realización de Pol-ka Producciones y sus guionistas fueron Leandro Calderone y Carolina Aguirre quienes supieron vislumbrar el resurgimiento a nivel local de las telecomedias de enredos entre amigos.

Las historias de grupos de compañeros, aparentemente heterogéneos, que promedian los treinta años fue la clave del éxito en numerosas obras a nivel mundial. Desde la estadounidense *Friends*² hasta la británica *Coupling*³, la industria televisiva ha comprobado que el público se identifica y disfruta cuando los protagonistas son “compinches” (compañeros habituales de diversiones y travesuras) que comparten a lo largo de sus vidas momentos desopilantes, complicidad y relaciones amorosas.

Esta telecomedia que narra las desventuras de cinco mujeres que residen en Ciudad de Buenos Aires interpela al público a partir de la recreación de personajes que viven situaciones “reales” y “cotidianas” (Playo, 2014) incluyendo temáticas como la maternidad, adicciones y violencia de género como parte de las preocupaciones diarias que atraviesa la realidad de las mujeres.

En este sentido, tanto el guion de *Guapas*, como las características de su producción y contexto social durante su emisión antes mencionados, se presentan como una excelente oportunidad para explorar y analizar las representaciones del conurbano bonaerense desde la perspectiva del ACD.

² Comedia estadounidense emitida por primera vez en septiembre de 1994 por la cadena de televisión NBC que narra la vida de cinco amigos que viven en Manhattan, Nueva York.

³ Sitcom británica producida para la BBC y emitida desde mayo de 2000 que cuenta los vaivenes amorosos de seis amigos con diferentes experiencias de vida.

Breve introducción a Guapas

Guapas cuenta la historia de cuatro mujeres de distintas edades, diferentes personalidades, conflictos y realidades que presentan como rasgo en común la constante insatisfacción y la búsqueda por alcanzar o mantener determinado estatus social.

Las protagonistas se conocen a partir de una estafa económica, de la cual son víctimas cuando la financiera donde habían depositado todos sus ahorros cierra sin previo aviso. En medio de la desesperación por recuperar el dinero invertido inician una relación de compañerismo y amistad donde la contención y la complicidad son una demanda permanente. A partir de este hecho, los personajes ven alteradas todas sus expectativas a corto y mediano plazo dado que el dinero era un eje importante para, al menos, mantener el nivel socioeconómico.

En este marco, la tira expone el esfuerzo y la necesidad de estas mujeres por delimitar su posición social a través de diferentes categorías, abordando casi excluyentemente la temática de la pareja y el éxito profesional como ideal de progreso.

María Emilia García del Río (Mey), el personaje encarnado por Carla Peterson, tiene treinta y siete años y pertenece a una familia adinerada que la tuvo acostumbrada a lujos y ostentaciones, pero desde la quiebra de la financiera trabaja como azafata para poder sustentarse (aunque su situación económica parece irreversiblemente deteriorada).

El principal conflicto de Mey es el debate entre el amor de Rubén D'Onofrio (Alberto Ajaka), un empleado de origen humilde que se desempeña como jefe en el área de mantenimiento y delegado sindical de la aerolínea; y Francisco Laprida (Rafael Ferro), un piloto de alta alcurnia con el que mantiene un romance en secreto y de quien demanda atención permanentemente con la ilusión de convertirse en su pareja oficial.

Lorena Giménez (Florencia Bertotti) es otro de los personajes relevantes de la tira, tiene treinta años, estudia Medicina y cursaba las últimas cinco materias en una universidad pública cuando pierde sus ahorros y los de su madre. Es de clase media baja, empobrecida aún más después del fraude, por lo que debe priorizar la continuidad laboral relegando tiempo de estudio en la carrera. Vive en Isidro

Casanova (Gran Buenos Aires) y se muestra desgastada por el esfuerzo de trabajar y estudiar lejos de su casa, pero se motiva con la idea de solventar sus gastos y graduarse lo antes posible para tener una posición económica superior.

Lorena mantiene una relación amorosa con Juan, un joven que vive en su mismo barrio y conoce desde chico. Todo se complica cuando ella comienza a trabajar como asistente en el consultorio del Dr. Müller, un reconocido cirujano plástico de quien se enamora perdidamente obligándola a lidiar con el desprecio de Flavia, la amante de Müller.

La perspectiva tridimensional del Análisis Crítico del Discurso

Es necesario aclarar que este trabajo no estudia las representaciones como un proceso sino como un elemento plasmado en un discurso, en un contexto determinado y la construcción de sentido a partir de su circulación.

Siguiendo la propuesta metodológica de Fairclough, estudiaremos las construcciones significantes analizando sus tres dimensiones: práctica textual, práctica discursiva y práctica social.

De acuerdo a la propuesta tridimensional del ACD, en la dimensión de la práctica textual observaremos estrategias de lexicalización se señalan aquellos elementos significantes en el texto que colaboran en la construcción de representaciones sobre el conurbano y sus habitantes.

Dentro del guion de Guapas, Lorena (el personaje con menos recursos económicos) reside en la Zona Oeste del Gran Buenos Aires (GBA), a diferencia de las demás protagonistas que viven en la Ciudad de Buenos Aires (CABA).

Desde el inicio de la tira, se detectan diversas menciones al conurbano tales como “el culo del mundo”, “la provincia”, “el campo”, enfatizando la referencia a una zona poco desarrollada o menos urbanizada y se resaltan las diferencias de usos y costumbres respecto a quienes residen en CABA.

Laura: -Pero qué, (Lorena) ¿está viviendo en tu casa?

Mey: - Si, de lunes a viernes... me da una pena que se vuelva hasta provincia, pobrecita.

(Suar, 2014, capítulo 2, 29:39) (http://y2u.be/vldmWA_fiRY)

En el siguiente diálogo entre el Dr. Müller y su amante, también se encuentra una representación negativa de la zona de residencia de Lorena con un juego de palabras que utilizan otros personajes para burlarse de su origen humilde creando nuevos términos a través de la lexicalización para referirse a una localidad específica.

Flavia:- Pero ¿por qué (Lorena) demora tanto? ¿Se fue a planchar el pelo a San Isidro Casanova en colectivo?

Dr. Müller:- Terminá, ¿estás apurada? Últimamente estás obsesionada con Lorena vos.

Flavia:- Ay ¿yo, con Lorena? ¡Pero, por favor, no me hagas reír! Simplemente digo que no entiendo por qué demora tanto si todos sabemos que...

Dr. Müller:- ¿Qué, qué?

Flavia:- Y... que no es una chica muy sofisticada que digamos. ¿Qué tanto tiene que maquillarse y que hacer en el baño, Federico?

Dr. Müller:- ¿Para qué la invitaste? ¿Para humillarla? ¿Para mostrarle al mundo que es una chica sencilla, de San Isidro Casanova?

(Suar, 2014, capítulo 20, 36:15) (<http://y2u.be/OhH2uvN5tug>)

En consecuencia, desde el punto de vista de los personajes, el lugar de residencia es un aspecto más a valorar en la construcción de la identidad social. Para Lorena, revelar que vive en Isidro Casanova es uno de los puntos débiles que le impide encajar en los grupos sociales que frecuenta. Flavia aprovecha esta diferencia para sacar ventaja frente al Dr. Müller y exponerla como una “chica sencilla”, poco sofisticada, asumiendo ambos personajes que estas son condiciones humillantes.

Estas apreciaciones sobre la personalidad de Lorena también son expresadas por el propio personaje que se autopercibe tensionado por un entorno donde no puede encajar y busca la ayuda de sus amigas para insertarse socialmente.

Mey:- Me imaginé todo porque te conozco. Ya sé que era una comida elegante y no ibas a tener qué ponerte, y como no tenés tiempo ni para tomarte un té con leche...

Lorena:- ¡Encima se me manchó todo! Porque de última iba a ir con el ambo pero se me manchó.

...

Lorena:- Siempre estoy por debajo, siempre soy menos. No llego, no llego, nunca estoy ubicada. Me vengo a vivir a la capital para hacerme la canchera, salgo a comer con ustedes y me siento la que no tiene clase, la que no tiene idea, la que no soy elegante, la peor vestida. Siempre me siento así y no está bueno. No dejo de ser un primo del campo que se vino a vivir a la capital a sacar el DNI. No me siento bien... Yo quería ser linda pero al final no llegué...

(Suar, 2014, capítulo 20, 28:58) (http://y2u.be/72uNI_ltwTI)

Nuevamente, ser del gran Buenos Aires en Guapas es condición para encarnar una serie de características que se contraponen con los habitantes de grandes ciudades cosmopolitas, consumidores de indumentaria elegante y bebida de determinada marca.

En el fragmento anterior se observa el esfuerzo de Lorena por incorporar hábitos que la identifiquen con las mujeres de CABA. Sus principales objetivos son compartir una cena con sus amigas en un restaurante de Palermo y vestirse con ropas que la ayuden a proyectar un estereotipo de mujer y una mejor posición social, incluso cuando atraviesa una situación de apremio económico.

Lorena es plenamente consciente de la diferencia con sus amigas y lo declara en una rueda de confesiones por Whatsapp. “Soy Lorena y no sé caminar con tacos porque soy del campo” (Suar, 2014, capítulo 20, 38:58).

Un momento donde se representa con más detalle el entorno de Lorena sucede cuando el Dr. Müller va a buscarla a su casa en Isidro Casanova para pedirle que vuelva a trabajar en su consultorio. La particularidad de la pareja radica en la polaridad que representan los personajes respecto a sus costumbres y hábitos culturales por pertenecer a clases sociales distintas que se reflejan en diálogos como el siguiente.

Lorena:- ¿Doctor, qué hace acá?

Dr. Müller:- No me vine hasta acá para conocer el culo del mundo, mucho menos a darte respuestas. Así que vas a ser vos la que me vas a dar explicaciones.

(Suar, 2014, capítulo 17, 41:00) (<http://y2u.be/mYCTchO5FSI>)

Cuando el Dr. Müller llega al domicilio de Lorena, la encuentra trabajando en la despensa instalada en el frente de su casa, observa extrañado que una persona se acerca a comprar un cigarrillo suelto. El ceño fruncido del Doctor, la mirada fija en

Lorena y la boca entreabierta a punto de cuestionar la situación que presencia pretenden evidenciar la incomodidad del personaje en un ámbito social que desconoce y donde no puede interactuar con naturalidad.

Esto se visibiliza concretamente cuando sufre el robo de su moto que había dejado estacionada en la vereda frente a la casa de Lorena en Isidro Casanova.

Dr. Müller:- Mi moto?!

Lorena:- ¿Qué pasa?

Dr. Müller: ¡La estacioné en la puerta de tu casa!

Lorena:- ¿Está loco? ¿Qué se piensa, que estamos en Noruega?

Dr. Müller:- ¿Vos me decís que me la robaron?

Lorena:- ¡Pero por supuesto que se la robaron!

Dr. Müller:- ¡Pero si yo la dejo en todos lados!

Lorena:- ¡Pero no acá, hombre!

(Suar, 2014, capítulo 18, 13:53) (<http://y2u.be/SO0SMFk-Vil>)

En este pasaje se observa una operación de lexicalización haciendo referencia al país Noruega como el estándar más alto en seguridad ciudadana, en contraposición con Isidro Casanova. Asimismo, es posible deducir de la expresión “¡Pero si yo la dejo en todos lados!” que CABA también se representa como una ciudad segura reforzando aún más la construcción de un perfil de conurbano peligroso.

A raíz de este hecho, Lorena y el Dr. Müller deciden volver al consultorio en colectivo lo que se representa como una experiencia cotidiana para ella, pero nueva, traumática y por momentos exótica para él.

La representación del conurbano también se incluye como una perspectiva de los propios habitantes, quienes expresan su deseo de vivir en CABA para mejorar sus condiciones de vida y sociabilidad. Esto se evidencia con la aparición de una vecina amiga de Lorena, protagonizada por una mujer trans (Magalí).

Lorena:- ¡Ay, mi amiga Magalí! ¡Magalí, Magalí! ¡Tanto tiempo!

Magalí:- ¡Ahhh, no te lo puedo creer! ¡Meses que no te veo! ¿Cómo estás mi amor? ¿Dónde estabas?

Lorena:- En la Capital, me fui a vivir allá...

Magalí:- Ahhh la Capital... Lo que me gustaría a mí vivir en Capital. ¿Te imaginás?
Los mejores boliches, los mejores chongos.

(Suar, 2014, capítulo 18, 23:40) (<http://y2u.be/lccXwzq66ck>)

Las comparaciones entre Isidro Casanova y CABA continúan ante el fastidio y la impaciencia del Dr. Müller en la parada del colectivo quien se posiciona como un turista que necesita entretenerse en el barrio de Lorena.

Dr. Müller:- Esto no viene, no viene, no viene, no viene, no viene y unas diez veces más que no viene. ¿Dónde se va?

Lorena:- ¿Qué?

Dr. Müller:- ¿No hay un *downtown* acá para que pasees a tu doctor?

Lorena:- No entiendo.

Dr. Müller:- Mostrame algo, mostrame algo.

Lorena:- ¿Qué quiere que le muestre? ¿A dónde quiere ir?

Dr. Müller:- ¿A dónde van? ¿Los fines de semana van a tomar un helado, van al club social...?

Lorena:- A la plaza.

Dr. Müller:- Bueno, llevame a la plaza.

(Suar, 2014, capítulo 18, 25:20) (<http://y2u.be/SBaTxDVgVDM>)

En el párrafo anterior se observa una operación de lexicalización al utilizar la palabra *downtown* para definir de forma irónica el área comercial más concurrida por los habitantes de Isidro Casanova y de esa forma remarcar la dificultad de los personajes para relacionarse con esas zonas y actores sociales.

Al llegar nuevamente al consultorio, el Dr. Müller le relata la aventura de viajar al conurbano a Flavia, su amante, quien desprecia los detalles que él describe como pintorescos y que son parte de la vida cotidiana de Lorena.

Flavia:- ¿Qué es lo que tenés puesto?

Dr. Müller:- Unos lentes de mierda que compré por ahí. No es ni vidrio. Es de resina, plástico, no ves un sorete. ¿Querés probártelos?

Flavia:- No, está bien, gracias. Hace cuatro horas que te estoy esperando. ¿Dónde estabas?

Dr. Müller:- Lorena, por qué no te hacés un café así compartimos lo que compramos.

Lorena:- Puede ser la garrapiñada de la plaza o los chipá de mi amigo el Beto.

Dr. Müller:- Si, chipá es como un *marshmallow*, viste? Pero con gusto a queso. Me llevó a la Plaza Miserere. ¿Vos sabés? Tiene amigos travestis.

(Suar, 2014, capítulo 18, 42:23) (http://y2u.be/_tksnNIZ9QI)

Aquí nuevamente se evidencia un proceso de lexicalización al incorporarse una palabra de la lengua inglesa (*marshmallow*) para referirse a un producto de la culinaria popular sudamericana (chipá), lo que resalta la profunda identificación de los personajes con los elementos de la cultura anglosajona y cómo recurren a ese vocabulario para nombrar elementos de su propia cultura.

El Dr. Müller describe los productos adquiridos en el barrio de Lorena de manera negativa, en comparación con sus consumos cotidianos. Los lentes “de mierda” que le compró a modo de souvenir a un vendedor ambulante, las garrapiñadas de la plaza y el chipá de “el Beto” se erigen como elementos icónicos para representar una cultura conurbana marcada por la economía informal.

Dentro de la experiencia exótica del Dr. Müller en el conurbano se incluye la amistad de Lorena con una mujer trans que él menciona como travesti, revelando en su relato una percepción desactualizada sobre las identidades de género.

Una vez de regreso en el consultorio, Lorena intenta explicarle a Flavia cómo llegaron a esa situación incorporando más elementos a la representación del GBA como un lugar peligroso y difícil de transitar.

Flavia:- Parece que se divirtieron.

Lorena:- No, no... No nos divertimos. El colectivo estaba lleno y los taxis no entran ahí...

Flavia:- ¡Ay mi vida, reina del conurbano! Yo no soy Marina y todo ésto de que te lleves a Federico a pasear a no sé dónde a mostrarle tu mundito simple y feliz, me tiene hasta acá.

(Suar, 2014, capítulo 18, 45:23) (http://y2u.be/8G_ul3MbyT8)

En esta escena, Lorena vuelve a reafirmar la inseguridad del barrio al señalar que los taxis no circulan por la zona. Sin embargo, lo que para ella es motivo para mudarse a Capital y vivir segura, cerca de todo, para Flavia es una amenaza. Esta asume que, por ser de Isidro Casanova, vive en un “mundito simple y feliz” donde

no sufre los problemas de las grandes ciudades y con su inocencia y humildad puede despertar el afecto del Dr. Müller.

Estas representaciones del conurbano como el lugar que se quiere dejar atrás y donde habitan las clases inferiores que no quisieron aspirar a mejores condiciones de vida, también se observa en el personaje de Rubén D'Onofrio que tiene su origen en Los Polvorines. Especialmente en la secuencia donde lleva a Mey a conocer la casa de su madre, la primera se siente incómoda y desorientada ante la necesidad de entablar una buena relación con su suegra.

Durante el almuerzo Mey no logra congeniar con la familia y se muestra contrariada específicamente por los alimentos que se sirven, de los cuales no consume ninguno.

Mey:- Te hablo bajito porque estoy en la casa de D'Onofrio en Los Polvorines.

Ignacio:- Ah ¿y qué onda? ¿Cómo va eso?

Mey:- Va... Raro... Como que tiene una hermana bastante mala onda y me mira bastante mal. Él divino, amoroso, como siempre, me trata re bien. Pero me siento así como si fuera un sapo que está en otro pozo.

Ignacio:- Bueno, concéntrate. Estás en Los Polvorines, Mey. Digo, yo pensaría en el lugar... Los Polvorines. Erotízate con eso.

Mey:- Qué tarado que sos, boludo. Estoy hablando en serio, como que la situación es rara, bastante incómoda, como que me miran mal. Como si para ellos fuera mejor que estuviera Ivana acá, ¿entendés?

Ignacio:- Y bueno, teñite.

Mey:- De verdad te digo. Todo bien pero como que se empiezan a notar las diferencias, como en todo, en todo, en todo.

Ignacio:- Ay no sé, Mey. Estoy haciendo unas cosas. Relajate, tranquilízate y comete un choripán.

Mey:- Para que te des una idea, boludo, comen comida toda hecha a base de grasa. Grasa como de salchichas con bolitas adentro, salchichitas, salchichón... ¡Morcilla! ¡Morcilla fría! Yo eso, no te lo como ni en pedo.

Ignacio:- ¿Morcilla fría en rodajas?

Mey:- Morcilla fría en rodajas como si fuera salmón. Yo ni loca... Me los iba escondiendo en la cartera porque si les decís que no ellos se ofenden, no los podés despreciar.

(Suar, 2014, capítulo 82, 33:56) (<http://y2u.be/kLPEN6xn4Yk>)

Aquí se muestra una vez más, la necesidad de los personajes de recurrir a la lexicalización para identificar los elementos con los que deben interactuar a la fuerza y sienten un profundo rechazo. No expresan ningún interés por interiorizar la información que reciben de las personas con las que se relacionan en el conurbano, sino que renombran lo que no conocen usando palabras ya incorporadas que identifican elementos similares pero opuestos en términos de los actores sociales que los usan.

Durante su conversación telefónica a escondidas con Ignacio, Mey usa diferentes variantes de la palabra salchicha por no poder reconocer lo que se le ofrece. Describe con muecas de repugnancia una serie de productos chacinados, embutidos y fiambres que usualmente acompañan las carnes asadas a la parrilla, comentando los ingredientes que ve, gesticulando con la boca expresiones de asco, que solo le sirven comida preparada “a base de grasa” marcando la diferencia de calidad respecto a la alimentación a la que está acostumbrada. Esto evidencia que los consumos alimenticios también proyectan una posición social que Mey no está dispuesta a ceder. Se siente “sapo de otro pozo” porque no puede ni quiere asumir prácticas que no la representan.

En el texto de Guapas se detecta un vocabulario nuevo que reproduce la exotización de las prácticas y costumbres de los demás actores, que va construyendo representaciones del conurbano como un símbolo de una posición económica inferior, de aquello que debe ser superado en el camino de ascenso social con el que se identifican los personajes.

En suma, a través del análisis de la práctica textual aquí desarrollada, queda especialmente expuesto que en la ficción Guapas los espacios de circulación se circunscriben a Capital Federal como escenario casi exclusivo, donde la otredad está en un conurbano peligroso y desconocido. Todo lo que temen las protagonistas está más allá de la avenida General Paz, en “el campo” según Lorena o “el culo del mundo” según el Dr. Müller.

Según se representa en esta telenovela, “allí reina la inseguridad, la gente consume segundas marcas, los colectivos tardan en llegar, se escucha cumbia, hay vendedores ambulantes y los almacenes venden cigarrillos sueltos”.

De esta manera, podríamos afirmar que reconocer en el texto estos discursos nos permite dar cuenta de la representación del conurbano también como categorización del gusto y los espacios de circulación.

A continuación, para analizar la dimensión de la práctica discursiva se utiliza la noción de interdiscursividad para dar cuenta de los elementos significantes presentes en el texto, como marcas en la representación del conurbano bonaerense a partir de las prácticas y relatos que lo construyen.

De acuerdo con Visacovsky, mencionado anteriormente, nos referimos a discursos que connotan evaluaciones morales como categorizaciones sobre lo bueno y lo malo, el buen gusto y el mal gusto, así como las apreciaciones respecto a ámbitos específicos de circulación y consumo, apariencias físicas personales y vestimenta.

Juan:- ... Está lindo el departamento este, eh?

Lorena:- ¿Viste?

Juan:- Pero las expensas... mamuzá... Te las regalo... Igual, si vos me preguntas, yo te digo que prefiero vivir más lejos pero en una casa con jardín. No sé, acá te cobran un fangote por un sucucho.

Lorena:- No. Te cobran un fangote por estar cerca de todo.

Juan:- No. Te cobran un fangote por estar en Capital. Es eso, nada más. Es para estúpidos.

Lorena:- Yo vivo en Capital ahora. ¿Qué? ¿Soy estúpida?

Juan:- No, bueno... es que antes pensabas como yo.

Lorena: Bueno, me cansé de tomarme el colectivo lleno de gente, a las cinco de la mañana, para no llegar nunca a ningún lado. ¿Está mal eso?

(Suar, 2014, capítulo 10, 36:53) (<http://y2u.be/467LkunLszc>)

En el diálogo de Lorena y Juan, se sintetiza todo lo que ella quiere dejar atrás a fuerza de estudio, trabajo y empeño. Como se mencionó en el análisis de práctica textual, hay una construcción de ciertos aspectos del conurbano bonaerense que se trabajan a partir de textos que provienen de representaciones legitimadas por los residentes de CABA. En este sentido, se advierte intertextualidad incluyendo subrepticamente que los habitantes del conurbano son quienes ocupan los empleos de menor calificación en CABA.

De este modo, las clases están constantemente constituyéndose como tales por medio de sus actos de consumo y valoraciones respecto de sí mismos, clasificando y demarcando aquellas distinciones que los diferencian de los demás según el habitus incorporado. Esto es, en términos de Bourdieu, prácticas distintivas y esquemas clasificatorios que generan diferencias simbólicas cuando son decodificadas a través de las mismas categorías de percepción.

Esto se observa en la representación del conurbano según los personajes cuando Rubén invita a Mey a la fiesta organizada por los compañeros del sindicato.

La reunión se realiza en un bar sencillo del conurbano, decorado con globos, banderines y guirnaldas de colores, la música que suena es cumbia y se ofrecen empanadas y vino en jarra a los invitados.

Mey:- Cuantas lucecitas de colores, no?

Ignacio:- ¿Viste?

Mey:- Parece una kermés. ¿Trajiste plata? A ver si nos ganamos algo.

Ignacio:- ¡Traje de todo! Mucho pancho, mucha empanada, mucho guiso, mucho loco.

Mey:- Mucho tejido autóctono y chalequito. Es una fiesta en el *far west* y no nos dijeron nada.

Ignacio:- Y bue... En el conurbano.

Mey:- Ay madre mía... ¿Y D'Onofrio dónde está?

Ignacio:- Bueno, esperá. Antes de buscarlo, subite un toque el vestido.

Mey:- ¡Pero más no puedo! De bufanda sino...

Ignacio:- ¡Más putita, más putita!

Mey:- Ay me muero si no vino. Semejante viaje, no?

(Suar, 2014, capítulo 54, 32:25) (<http://y2u.be/4hiuRugz41l>)

Una vez más, se observa una estrategia de lexicalización al utilizar una palabra del idioma inglés (*far west*) para referirse al Gran Buenos Aires. Además se lo representa con aspectos de decadencia y mediocridad. Tanto la referencia a la decoración sencilla y poco sofisticada de la fiesta, así como la analogía con una kermés refuerzan la interdiscursividad respecto a un conurbano humilde y atrasado.

Mey hace un esfuerzo por integrarse adecuándose al código de vestimenta que supone, es habitual en ese lugar. En la escena se observa un interdiscurso respecto a la forma de vestirse de las mujeres en locales bailables del conurbano: la preferencia por las faldas cortas son sinónimo de un look “putita” que se interpreta como arma de seducción.

Mey:- ¿Vamos? Me quiero ir a casa.

Ignacio:- Pará, calmate un poco. Pará, vinimos hasta acá, al conurbano. Por poco nos tenemos que traer el pasaporte, nos tenemos que dar todas las vacunas. Calmate, relajá...

Mey:- ¡Me quiero ir a mi casa! Ya está, es tarde, basta.

(Suar, 2014, capítulo 54, 46:45) (<http://y2u.be/F4xEbXQbP4U>)

Como un interdiscurso más abarcador que opera en el texto, compartir ámbitos de circulación y esparcimiento con grupos más humildes perjudica la construcción identitaria de la clase media, en tanto aspirante de una posición superior. Se trata de factores de enclasmiento que también deben orientarse para la construcción unívoca del estatus social.

Rubén: ¡Ey, chicos! ¿Se van? ¿Qué pasa? ¿Por qué se van?

Mey:- Y porque ya está, ya bailamos, me comí dos empanadas y la jarrita de vino que te daban a la entrada. Ya está. Él (Ignacio) no enganchó nada. Así que nos volvemos a la civilización.

(Suar, 2014, capítulo 54, 53:16) (<http://y2u.be/biWk35aLZxY>)

En este diálogo se detecta explícitamente la mención al conurbano como la contraposición de CABA (la civilización) mostrando un interdiscurso que define a esta ciudad como el epicentro de la modernización urbana y social mientras que la periferia se reduce a un terreno indómito e inaccesible.

Este interdiscurso sobre el conurbano también incluye el enclasmiento de ciertos alimentos y bebidas como empanadas y vino que aparecen aquí como consumos típicos en las afueras de CABA.

Por esta razón, el capital económico se relega a un segundo plano, ya que para los personajes son los hábitos de consumo los que colocan a los agentes en diferentes posiciones dentro del plano social.

Conclusiones

Este trabajo describió las representaciones del conurbano bonaerense como parte de la moral de clase media que habita la Ciudad de Buenos Aires en Guapas desde la perspectiva del ACD, considerando la coyuntura sociopolítica del 2015 en la que se enmarcó esta emisión.

Asimismo, se identificaron operaciones dentro del discurso que conllevan conceptos valorativos y estructuran la representación del conurbano bonaerense dentro de la moral de clase media.

Dichos elementos se representan en Guapas a través de diferentes operaciones discursivas que están presentes en el texto de forma subyacente y que fueron abordados desde el análisis tridimensional que aporta el ACD.

La dimensión del análisis de la práctica textual y la práctica discursiva revelaron que en Guapas el lugar de residencia es un parámetro fundamental en la delimitación de este estrato social. Con frecuencia, los protagonistas se refieren al conurbano con lexicalizaciones como “el culo del mundo” o el “*far west*” subrayando la diferencia entre CABA y esa zona peligrosa y desconocida que los circunda pero que, a su vez, es extraña y atrasada.

Por consiguiente, en referencia a la construcción identitaria de la clase media, la moral representada en Guapas muestra que residir en CABA es el primer paso en un proceso de diferenciación frente a los sectores sociales más bajos. La gran oferta de productos y servicios similares a las principales ciudades del mundo permite adquirir indumentaria de marcas exclusivas y frecuentar restaurantes de moda. Se trata de elementos simbólicos que, incorporados a la vida cotidiana, colaboran en la distinción y en la identidad de clase media como una moral de buenas prácticas.

Según el texto de Guapas, la Ciudad de Buenos Aires ofrece a sus habitantes todos los elementos simbólicos para reafirmar su autopercepción de clase media y, eventualmente, concretar consumos y hábitos aspiracionales que les permitan autocumplir sus deseos de ascenso social. El análisis de la práctica textual en este trabajo muestra que la moral de la clase media porteña es una moral de consumos, de hábitos y de lenguaje; las protagonistas de Guapas no pueden hacer ostentaciones económicas pero adoptaron otros elementos simbólicos, como el lugar de residencia, para comunicar su irrenunciable posición social.

Por último, alcanzamos el análisis de la práctica social donde Guapas se observa en un contexto más abarcador, atravesado por relaciones de poder y la disputa por la hegemonía discursiva.

Si se considera que la postura política de El Trece durante la emisión de Guapas era opositora al gobierno de turno, es posible inferir que la representación del conurbano bonaerense en esta moral de clase media porteña haya cumplido un rol importante en la lucha por la hegemonía discursiva.

Un multimedios que concentra la propiedad de gran parte de los medios nacionales tiene capacidad de vehicular masivamente los discursos que mejor representen sus intereses, en este caso particular, una representación del conurbano bonaerense compatible con el discurso del partido opositor al gobierno de turno. Es una forma de ejercer una acción política donde ciertas representaciones adquieren el poder de construir una realidad social en base a la circulación de representaciones legitimadas por el poder simbólico de los medios como una marca ideológica. Es decir, las representaciones nacen como una construcción social y circulan discursivamente para terminar transformándola.

Si bien se analizó el discurso de Guapas como una práctica textual y una práctica discursiva, es el abordaje de esta ficción como una práctica social lo que permite dar cuenta de una serie de representaciones legitimadas que circulan en el texto y eventualmente impactan en las conductas de los individuos de esa sociedad.

Finalmente, la representación del conurbano bonaerense que se observa en Guapas confirma que los medios siguen siendo la arena donde se disputa la hegemonía discursiva para establecer una comunidad moral, en el marco de una lucha mayor por la hegemonía cultural.

Referencias bibliográficas

- Abric, J-C. (2001). Las representaciones sociales: aspectos teóricos. Prácticas sociales y representaciones. D.F., México: Coyoacán.
- Angenot, M. (2010). Funciones del discurso social. El discurso social. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Becerra, M. (2010). Las noticias van al mercado: etapas de intermediación de lo público en la historia de los medios de la Argentina. En G. Lugones y J. Flores (comps.)

- Intérpretes e interpretaciones de la Argentina en el bicentenario (pp. 139-165). Buenos Aires, Argentina: Universidad de Quilmes.
- Bourdieu, P. (1997). Espacio social y espacio simbólico. Razones prácticas sobre la teoría de la acción. Barcelona, España: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2001). Describir y prescribir: las condiciones de posibilidad y los límites de la eficacia política. ¿Qué significa hablar? Madrid, España: Akal.
- Fairclough, N. (2008). El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: Las universidades. *Discurso & Sociedad*, Vol 2 (pp. 170-185). Recuperado de <http://www.dissoc.org>
- Fairclough, N. y Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. En T. Van Dijk (comp.), *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*. Volumen 2. (pp. 258-284). Londres, Inglaterra: Sage.
- Gramsci, A. (1975). Cuadernos de la cárcel. México: Ediciones Era.
- Luchessi, L. y Rodríguez, M. G. (2007). Espacio y representaciones en la cultura, la política y los medios. En L. Luchessi y M. G. Rodríguez (Ed.) *Fronteras globales: cultura, política y medios de comunicación* (pp. 9-22). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.
- Moscovici, S. (1979). La representación social: un concepto perdido. El psicoanálisis, su imagen y su público. Buenos Aires, Argentina: Huemul.
- Rodríguez, M. G. (2007). La beligerancia cultural, los medios de comunicación y el día después. En L. Luchessi y M. G. Rodríguez (comps.) *Fronteras globales: cultura, política y medios de comunicación* (pp. 227-250). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.
- Silverstone, R. (2004). La textura de la experiencia. ¿Por qué estudiar los medios? Buenos Aires, Argentina: Amorrotu.
- Van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. Antrophos. Barcelona, España.
- Van Dijk, T. (2004). Discurso y dominación. En *Grandes conferencias en la Facultad de Ciencias Humanas N°4*. Universidad Nacional de Colombia. Sede Bogotá. Facultad de Ciencias Humanas.
- Visacovsky, S. (2014). Inmigración, virtudes genealógicas y los relatos de origen de la clase media. En E. Adamovsky, S. Visacovsky y P. Vargas (comps.), *Clases medias: Nuevos enfoques desde la sociología, la historia y la antropología* (pp. 213-240). Buenos Aires, Argentina: Ariel.

Wodak, R. (2001). El enfoque histórico del discurso. En R. Wodak y M. Meyer (comps.), Métodos de análisis crítico del discurso (pp. 101-110). Barcelona, España: GEDISA.

Artículos periodísticos

ALFIE, A. (6 de diciembre de 2014). Ley de Medios: Periodistas van a la justicia por su libertad de trabajo. Clarín. Recuperado de https://www.clarin.com/politica/ley_de_medios-periodistas-libertad_de_prensa-amparo_0_S1rfaFDqwXx.html

Área Metropolitana. Casi la mitad de quienes trabajan en Capital llegan desde GBA. Clarín. Recuperado de https://www.clarin.com/sociedad/mitad-trabajan-Capital-llega-GBA_0_SJOz--EjwXe.html

Becerra, M. Y Mastrini, G. (primavera de 2015). Concentración y convergencia de medios en América Latina. Revista Ensamblés, Año 2, Número 3, pp. 64-83. Recuperado de <http://www.revistaensambles.com.ar/ojs-2.4.1/index.php/ensambles/article/view/62>

El grupo Clarín ante un nuevo avance ilegal del gobierno para apropiarse de sus medios. (8 de octubre de 2014). Grupo Clarín. Recuperado de <https://grupoclarin.com/comunicados/grupo-clarin-ante-nuevo-avance-ilegal-del-gobierno-apropiarse-de-sus-medios>

La opinión del votante sobre el Gobierno incide directamente en el perfil del votante. (11 de octubre de 2015). La Nación. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/1835601-la-opinion-sobre-el-gobierno-incide-directamente-en-el-perfil-del-votante>

Playo, J. (14 de noviembre de 2014). Carolina Aguirre: guionista de Guapas explica cómo se trabaja en el libreto de la tira. La Voz del Interior. Recuperado de <http://vos.lavoz.com.ar/tv/carolina-aguirre-guionista-de-guapas-explica-como-se-trabaja-en-el-libreto-de-la-tira>

Rosemberg, J. (19 de septiembre de 2014). Macri advirtió que la ley de medios fue un “intento de control”. La Nación. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/1728483-macri-advirtio-que-la-ley-de-medios-fue-un-intento-de-control>

Material audiovisual

- Calderone, L. Y Aguirre, C. (Autores), GIL, L. y BARONE, D. (Directores). (2014). Capítulo 2: Las mentiras (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Ze3T9i-kvaQ>
- Calderone, L. Y Aguirre, C. (Autores), GIL, L. y BARONE, D. (Directores). (2014). Capítulo 10: Cómo sacarse un tipo de encima (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=wwi5_CgWuz8
- Calderone, L. Y Aguirre, C. (Autores), GIL, L. y BARONE, D. (Directores). (2014). Capítulo 17: Suspiro limeño (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=jZ_xTqvTUCY
- Calderone, L. Y Aguirre, C. (Autores), GIL, L. y BARONE, D. (Directores). (2014). Capítulo 18: El casamiento (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=jZ_xTqvTUCY
- Calderone, L. Y Aguirre, C. (Autores), GIL, L. y BARONE, D. (Directores). (2014). Capítulo 20: Algo que esconder (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ie7fNWRpAp4>
- Calderone, L. Y Aguirre, C. (Autores), GIL, L. y BARONE, D. (Directores). (2014). Capítulo 54: Los Críticos (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=PgndPp8C_bo
- Calderone, L. Y Aguirre, C. (Autores), GIL, L. y BARONE, D. (Directores). (2014). Capítulo 82: La encrucijada (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=vexueahsM-Q>