



**Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación**

**Título del documento: La clase media y otros relatos : análisis de las representaciones de la moral porteña en la ficción Guapas (2014-2015)**

**Autores (en el caso de tesis y directores):**

**Carolina Alicia Cribari**

**Cecilia Labate, tutora**

**Valeria Albardonado, co-tutora**

**Datos de edición (fecha, editorial, lugar,**

**fecha de defensa para el caso de tesis): 2021**

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.  
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: [https://creativecommons.org/choose/?lang=es\\_AR](https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR)

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TESINA DE GRADO**

**La clase media y otros relatos**

Análisis de las representaciones de la moral porteña en la ficción  
*Guapas* (2014-2015)

ALUMNA

Carolina Alicia Cribari

DNI: 28380534

TUTORA:

Cecilia Labate

CO-TUTORA:

Valeria Albardonado

Julio de 2020

Ciudad Autónoma de Buenos Aires



**UBA**

Universidad de Buenos Aires

*Argentina virtus robur et studium*

# ÍNDICE

Introducción: La centralidad de las representaciones sociales en la construcción de sentido .....	1
1 Marco teórico .....	4
1.1 Representaciones sociales y el enfoque histórico del discurso .....	4
1.2 Perspectivas sociológicas sobre la clase media.....	9
1.3 La moral de la clase media .....	12
2 Decisiones teórico-metodológicas.....	14
2.1 Análisis crítico del discurso como herramienta metodológica .....	15
2.2 Unidades de análisis y recolección de datos .....	21
3 Análisis del corpus .....	23
3.1 Los personajes .....	23
3.2 La práctica textual.....	25
3.3 La práctica discursiva .....	36
Conclusiones.....	54
Bibliografía.....	58

## **Introducción: La centralidad de las representaciones sociales en la construcción de sentido**

Al observar la importancia de los medios de comunicación desde las Ciencias Sociales, de inmediato pensamos en su poder para influir en nuestra subjetividad y moldear la opinión pública transmitiendo elementos significantes que luego podrían formar parte del sentido común que circula en la sociedad.

Pero lo cierto es que no se trata de un fenómeno unidireccional sino de un proceso interactivo de significación entre el sujeto y su entorno social que se retroalimenta y se reproduce constantemente.

Por esta razón, nos sentimos motivados a observar las prácticas sociales desde otra perspectiva, aquella que entiende que los individuos y grupos sociales llevan consigo representaciones sociales, una visión del mundo que los guía en su comportamiento y toma de posición (Moscovici, 1979).

Esto implica abordar la temática de las representaciones mediáticas, aquellas que circulan en los medios reproduciendo una construcción de significados que está atravesada por el contexto socio-político en el que se desarrollan, que a su vez interpela a la audiencia produciendo un efecto de realidad que luego podría ser parte del sentido común en las prácticas sociales.

Este razonamiento tiene su origen en la teoría de las representaciones sociales, establecida por Moscovici (1979), que toma el concepto de representaciones colectivas de Durkheim (1898) y analiza la teoría del psicoanálisis como una representación social. Moscovici realizó este estudio a partir de entrevistas a miembros seleccionados de la población y el análisis de contenido de artículos relacionados con el psicoanálisis, logrando develar cómo los sujetos reelaboraron ciertos conceptos y visiones de sí mismos, así como también la intervención de la orientación política y religiosa en las interpretaciones de los individuos sobre el tema.

Actualmente, las representaciones sociales se observan como 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 en tanto cumplen funciones determinadas actuando sobre las personas con un efecto de verdad, impactando nuevamente en los esquemas individuales de pensamiento para traducirse

en prácticas sociales que, a su vez, generarán nuevos significados y darán lugar a nuevas representaciones. Este círculo reproductivo está determinado por el contexto social, y esa particularidad le brindará a estas construcciones sus características específicas. Es decir, no existe una única representación para un mismo objeto sino que intervienen aspectos culturales e históricos que dejan plasmada su huella.

Por lo expuesto, el objetivo de esta tesina es observar y analizar una representación en particular que circuló y se desarrolló en el discurso de los medios masivos. La misma, señala un aspecto característico de un estrato social y es usada por diversos textos mediáticos a la hora de convocar a una determinada audiencia. Nos referimos a la moral de clase media de la población que habita la Ciudad de Buenos Aires, en tanto relato ligado ideológicamente a la discusión respecto de la desigualdad, y que a su vez opera como categoría de identificación y diferenciación. Una representación que surge cuando se pretende interpelar a grupos sociales con tendencias aspiracionales a través de su identidad de clase.

El concepto de moral de clase media desde el cual partimos fue esbozado por Visacovsky (2014), observando la narrativa que se originó a partir de la inmigración europea y la movilidad social ascendente en Argentina. Esta dio lugar a una identidad asociada a una idea de progreso y éxito social basada en virtudes morales como un mecanismo de diferenciación.

Para analizar las representaciones de la moral de clase media, tomamos una selección de capítulos de la ficción *Guapas* (El Trece) emitida entre 2014 y 2015 con el fin de relevar los elementos significativos en la construcción narrativa audiovisual de esta moral.

En congruencia con lo mencionado hasta aquí, el principal objetivo de esta tesina es describir y analizar las representaciones de la moral de clase media de la ciudad de Buenos Aires en una ficción de El Trece en 2015 desde la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso (ACD). Para lograrlo, también nos proponemos caracterizar los rasgos identitarios de la clase media que se representan en los fragmentos discursivos, así como identificar operaciones discursivas que revelen conceptos valorativos que estructuran la moral de clase media.

Veremos cómo los medios de comunicación recrean diferentes situaciones para representar esta moral, y en qué medida la telecomedia diaria como dispositivo de enunciación a través de ciertas mediaciones construye una realidad en un momento histórico específico, en una comunidad en particular.

Asimismo tenemos en cuenta las delimitaciones dentro de las cuales la televisión opera social y culturalmente, configurando la materialidad social y su expresividad cultural (Martín-Barbero, 1987). El humor social previo a la elección presidencial de octubre de 2015, los reclamos de los sectores medios respecto a la seguridad, las condiciones económicas, al desempeño de los funcionarios del Estado y el resurgimiento de partidos políticos conservadores como el PRO son algunas de las mediaciones que intervienen en la producción de sentido. Del mismo modo, estos factores también actúan como marco histórico dentro del cual se analizan los textos de *Guapas* desde el ACD.

En este contexto, los medios masivos también 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).

## **1 Marco teórico**

A continuación se delinearán los conceptos y perspectivas sociológicas que guían el estudio de la representación de la moral de la clase media en el discurso mediático.

En primer lugar, se problematiza la noción de representaciones, desde su origen en la psicología social a través de diferentes autores, hasta llegar a las teorías de Abric (2001) e Ibañez (1988) que se toman para esta tesina. Seguidamente, se incorpora la idea de las mediaciones de Martín-Barbero (1987) y Orozco Gómez (1997) para dimensionar el contexto social como uno de los factores determinantes en el proceso de significación. En segundo lugar, se aborda la clase media desde algunas teorías sociológicas para luego incluir la moral de la clase media desde la mirada antropológica de Visacovsky (2014) que finalmente se utiliza en este estudio. A diferencia de las teorías tradicionales que caracterizan este grupo social desde variables socioeconómicas, la idea de moral de clase media plantea la identidad de un sector social como la construcción de un discurso influenciado a su vez por un contexto social determinado.

### **1.1 Representaciones sociales y el enfoque histórico del discurso**

Esta tesina parte de la idea de representaciones 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).

El concepto de representación social designa una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social. Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno material, social e ideal. En tanto que tales, presentan características específicas a nivel de organización de los contenidos, las operaciones mentales y la lógica. (Jodelet, 1984:474)

Desde una orientación psicológica-social, Moscovici (1979) define las representaciones como la transformación de la sustancia concreta, por una relación entre concepto y percepción que deviene en la abstracción de la materialidad, que se fija y se percibe

como algo dado olvidando las marcas del proceso cognitivo individual y social que la produjo. Así, las representaciones sociales internalizan el conocimiento y se concretan en los discursos para guiar el procesamiento de la información social.

La comunicación que se establece entre el concepto y la percepción, mediante la penetración de uno en la otra, transformando la sustancia concreta común de la impresión de “realismo”, de materialidad de las abstracciones, porque podemos actuar con ellas, y de abstracción de las materialidades, porque expresan un orden preciso. Estas constelaciones intelectuales, una vez fijadas, nos hacen olvidar que son nuestra obra, que tienen un comienzo y que tendrán un fin, que su existencia hacia el exterior lleva la marca de un pasaje por el interior del psiquismo individual y social. (Moscovici, 1979:39)

Al tratarse de un conocimiento práctico, a partir del cual explicamos los hechos de nuestra vida diaria, esta noción involucra tanto la esfera psicológica como social. Son contenidos mentales afectados por las condiciones en las que surgen, los medios por los que circulan y las funciones a las que asisten en la interacción con los sujetos y el mundo, para finalmente establecerse como sentido común. De este modo, lo social transforma el conocimiento en una representación, que a su vez transformará lo social. (Jodelet, 1984). Los procesos de *objetivación* y *anclaje* explican el surgimiento y la función de las representaciones, así como el juego dialéctico de afectación mutua con lo social (Moscovici, 1979).

La objetivación implica, por un lado, una operación estructurante donde lo social interviene en el individuo al materializar lo abstracto y darle un concepto a lo que percibe; y por otro lado, el anclaje que enraíza socialmente la representación y su objeto, confiriéndole una función y una utilidad; así como también permite la interacción cognitiva del objeto representado con el sistema de pensamiento previamente establecido y sus sucesivas transformaciones (Jodelet, 1984).

La representación funciona como un sistema de interpretación de la realidad que rige las relaciones de los individuos con su entorno físico y social, ya que determinará sus comportamientos o sus prácticas. Es una guía para la acción, orienta las acciones y las relaciones sociales. Es un sistema de pre-decodificación de la realidad puesto que determina un conjunto de anticipaciones y expectativas. (Abric, 2001:13)

En consonancia con esto último, Abric (2001) enfatiza el carácter social de las representaciones y cómo, a través de estos conjuntos sociocognitivos, los sujetos construyen el objeto al momento de referenciarlo. Este autor utiliza un doble enfoque

de acercamiento a las representaciones al incluir el componente cognitivo (que remite a las variables psicológicas del sujeto) y el componente social (que implica las condiciones en las que las representaciones se elaboran o transmiten). Este último elemento es crucial para entender que el significado de una representación siempre estará ligado a significados más amplios que circulan en el campo social.

Siguiendo el análisis de Abric (2001), el rol fundamental de las representaciones en las prácticas sociales se da por el cumplimiento de cuatro funciones esenciales:

1. Funciones de saber: permiten entender y explicar la realidad.
2. Funciones de orientación: conducen los comportamientos y las prácticas.
3. Funciones justificadoras: permiten justificar a posteriori las posturas y los comportamientos.
4. Funciones identitarias: definen la identidad y permiten la salvaguarda de la especificidad de los grupos.

Desde una perspectiva similar, Ibañez (1988) adhiere a la teoría de las representaciones como una forma de estudiar la construcción de la realidad, al considerar tanto las dimensiones cognitivas como las dimensiones sociales. Asimismo, añade la idea de representaciones sociales como pensamiento constituido y pensamiento constituyente. Se trata de estructuras preformadas a partir de las cuales se interpreta la realidad, pero también reflejan sus condiciones de producción que a su vez brindan rasgos característicos de la sociedad donde se han formado. A su vez, el factor constitutivo está dado por un proceso de construcción de la realidad donde las propias representaciones contribuyen a construir los objetos que representan.

De esta manera, queda planteado que las representaciones se elaboran en el interior de una sociedad y a su vez la reconfiguran cuando circulan en las prácticas sociales. Por esta razón, Abric (2001) afirma que el significado de una representación está doblemente definido por el contexto: por un lado, el discursivo que está determinado por la naturaleza de las condiciones de producción del discurso; por el otro, el contexto social, entendido como las significaciones más generales que intervienen en las relaciones simbólicas de un campo social dado.

En este punto, es esencial incluir el concepto de mediaciones para dar cuenta de las condiciones de producción y recepción de los mensajes que vehiculizan diferentes representaciones.

Para Martín-Barbero (1987) es importante considerar el lugar desde donde se otorga sentido a la comunicación y las *mediaciones* son claves para entender la recepción en tanto proceso siempre contextualizado (Orozco Gómez, 2001).

Orozco Gómez distingue entre micro y macro mediaciones: las primeras remiten a las características propias del sujeto, mientras que las segundas se refieren a las identidades de las audiencias como estamento colectivo (etnia, género, clase social, agrupaciones sociales que integran). Esta suma de factores genera un *juego de mediación múltiple* donde las audiencias negocian el mensaje en un proceso de recepción complejo ya que el sentido no es autónomo de lo que proponen los medios pero tampoco está restringido a eso (Orozco Gómez, 1997).

Por su parte, Martín-Barbero (1987) reconoce tres lugares de mediación: la cotidianeidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural. El primero, comprende a la familia como la situación primordial de reconocimiento, un lugar social fundamental desde el cual interpelar a los sectores populares. El segundo, se refiere a la rutina que organiza la televisión en torno a la programación. Una ritualidad que obedece a la rentabilidad del medio, a la réplica y reenvío constante de una familia de géneros. El tercero, describe las competencias relacionadas con la memoria y los imaginarios actuales que atraviesan las clases por medio de la educación formal en sus distintas modalidades.

En definitiva, este trabajo considera que una representación social (Rodríguez, 2003) es un elemento que posee mecanismos significativos que promueven ciertos sentidos y suprimen otros, permitiéndole ser interpretada y articulada de modos diferentes según el contexto de asociación.

Adicionalmente, algunas representaciones son masivamente vehiculizadas en determinados discursos que circulan en los grandes medios de comunicación. Por lo tanto, en un marco de la alta concentración mediática como el que se registra en Argentina y América Latina<sup>1</sup> (Becerra y Mastrini, 2015), el poder simbólico utiliza los medios de comunicación para procesar las representaciones sociales autorizadas y éstos

---

<sup>1</sup> Las empresas no solo adquieren mayor poder sobre un determinado mercado de medios, sino que ejercen una posición dominante en diferentes actividades a la vez y se erigen como un interlocutor político privilegiado. (Becerra y Mastrini, 2015).

a su vez generan una *acción política* (Bourdieu, 2001) que implica producir e intentar imponer representaciones que logren una adhesión al orden establecido.

Ciertamente, las representaciones, en tanto construcción particular del sentido, también son producto de una operación de selección y síntesis donde intervienen gramáticas de producción y de reconocimiento (Verón, 1987). En su circulación, las representaciones producen efectos de realidad que no están directamente vinculados con los referentes empíricos que la constituyen sino en función a las relaciones de poder que se establecen entre el sujeto que representa y el objeto de la representación. Más aún, las representaciones son canales para una interpelación que 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 el rol de los medios cumple un papel fundamental, generando un flujo incesante de representaciones que modelan la experiencia de los individuos (Silverstone, 2004) y reproduce el discurso imperante.

Por su parte, el concepto de *mediatización*, como proceso macro, denota las transformaciones estructurales en la cultura y la sociedad generando una interdependencia que los vuelve, junto con otros factores importantes, co-constitutivos de la organización social. Estos cambios crean nuevas condiciones para la comunicación e interacción humana y se pueden observar en los procesos de formación de opinión pública, provocados por el aumento de medios periodísticos alternativos así como el uso de canales interactivos en asuntos políticos. Un ejemplo es la creciente influencia del periodismo en los medios de información que llevó a las instituciones que se sostienen por la legitimación y atención pública, volverse dependientes de los sistemas de medios (Hjarvard, 2016).

Los medios ya no son solo una herramienta de transmisión de mensajes sino la arena donde la hegemonía defiende su poder y lucha para imponer representaciones. En el marco de una sociedad mediatizada, se produce una relación triangular entre los medios de comunicación, el poder político y la ciudadanía, donde la participación de ésta última queda limitada a la opinión y el poder político es el extremo que interactúa tanto con los medios de comunicación como con la ciudadanía, produciendo una retroalimentación que los fortalece. Pero a su vez, en tanto espacio de representación,

lo político se desprestigia y se vacía de contenido al devenir en un sistema político de baja intensidad que delega en los medios la relación con la comunidad que antes tenía con las instituciones del sistema democrático. Así, los medios incrementan su poder simbólico para controlar el contenido que consumen los ciudadanos (Luchessi y Rodríguez, 2007).

En este proceso, también participan elites simbólicas -formada por escritores, directores, artistas, académicos, entre otros- que ejercen el poder sobre la base del capital simbólico y, con relativa libertad, deciden sobre el discurso, fijan agendas de las discusiones públicas, los temas a tratar, quiénes se representan públicamente y de qué forma.

Si los eventos comunicativos no solo están compuestos por el texto y la conversación “verbales” sino también por un contexto que influye en el discurso, el primer paso que debe darse para controlar el discurso es controlar sus contextos. Por ejemplo, las élites u organizaciones poderosas pueden decidir quiénes, cuándo, dónde y con qué objetivos participan de un determinado evento comunicativo. (Van Dijk, 2009:31)

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.

## **1.2 Perspectivas sociológicas sobre la clase media**

La clase media comenzó a ser objeto de estudio con las investigaciones empíricas de Germani (1955) en una búsqueda por encontrar los factores que rigen la pertenencia a este estrato social, más allá de la ocupación laboral. Sus trabajos iniciados a mediados del siglo XX partieron de algunas premisas que establecieron una guía para abordar este segmento en toda su diversidad interna.

1. El concepto de clase remite a un conjunto de seres que comparten ciertas características y una conciencia en común que se traduce en la conducta individual.
2. El *nexo jerárquico* que vincula los grupos dentro de un mismo nivel mantiene la unidad interna y a la vez establece el límite con los demás estratos sociales.
3. La clase no se define solo por las condiciones objetivas sino también las subjetivas que confluyen en lo que se denomina *tipos de existencia*.
4. Si bien la clase media puede ser un conglomerado heterogéneo, el tipo de existencia tiende a ser uniforme y brindarle cohesión al grupo.
5. La complejidad de la clase media laboralmente activa de los centros urbanos pone de manifiesto una variedad de intereses económicos que, potencialmente, podrían entrar en conflicto (Germani, 1942).

A lo largo de sus trabajos, el citado investigador pudo observar que los miembros de una clase se aglutinan en base a *criterios estructurales* y *criterios psicosociales*. Entre los primeros, se consideran los juicios de valor que ordenan las ocupaciones a las que pertenece cada grupo que determinan un tipo de existencia, afectan los consumos de la vida diaria y se arraigan en la estructura social. Es decir, se vincula un sector de la población a un nivel socioeconómico y a un conjunto de variables (por ejemplo, el grado de instrucción formal) que se vuelven características de esta clase. Por otro lado, los *criterios psicosociales* (también agrupados en el concepto de *personalidad social de status*) incluyen la *autoidentificación* de los miembros de cada ocupación con determinada clase y el *sistema de actitudes* que caracteriza a los individuos de cada grupo y los diferencia del resto (Germani, 1955).

Si bien ya se habían establecido los parámetros de interpretación para definir la clase media al destacar su origen migratorio europeo, la movilidad social ascendente a partir del comercio y la educación como medio indispensable para el progreso individual; estas variables duras no estaban asociadas de forma directa sino que debían entenderse por el devenir histórico social.

Todos estos criterios, estructurales y psicosociales, no se suman mecánicamente en coincidencia automática para la clasificación u ordenación de los diferentes grupos ocupacionales: su vinculación recíproca resulta por el contrario de los procesos histórico-sociales concretos que han moldeado cada sociedad nacional o regional. En cada

momento, la estructura de clase de un país lleva la impronta de su historia, a veces de una historia ya remota, y siempre la del desarrollo económico y social de dos o tres generaciones. (Germani, 1955:123)

Por lo tanto, no se debe relacionar a un grupo con determinadas propiedades de forma intrínseca, cuando 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).

En la teoría de Bourdieu (1997), el espacio 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* (este último, es especialmente garantizado y reconocido por el título académico). Esto es, si los sujetos tienen más en común cuanto más se acercan en estas dos dimensiones, una clase objetiva se define como un “conjunto de agentes en condiciones de existencia homogéneas que imponen unos condicionamientos homogéneos y producen unos sistemas de disposiciones homogéneas, apropiadas para engendrar prácticas semejantes, y que poseen un conjunto de propiedades comunes” (Bourdieu, 2012, p. 116).

Asimismo, las condiciones particulares de existencia de los sujetos producen un *habitus* que se traduce en prácticas distintivas y esquemas clasificatorios que generan diferencias simbólicas cuando son decodificadas a través de las mismas categorías de percepción. Así, las prácticas, especialmente las de consumo, están estructuradas por este esquema de percepción aprendido en la socialización temprana y, a través de esta estructura inconsciente, los individuos se identifican y se diferencian entre sí. Esto implica que la relación a tener en cuenta es aquella que vincula las posiciones sociales, los *habitus* y las elecciones que los agentes realizan en diferentes ámbitos (Bourdieu, 1997).

Al hablar de clases también aludimos a una diferenciación social que puede generar antagonismos entre colectivos situados en diferentes posiciones del campo social; ya no puede pensarse como clasificación teórica sino como una construcción social, un campo de fuerzas y de luchas.

### 1.3 La moral de la clase media

En contraposición con los estudios más tradicionales, la perspectiva antropológica sobre la clase media porteña la concibe, ya no como un estrato social caracterizado por una serie de variables duras, sino como una construcción utilizada por los individuos para identificarse y diferenciarse de otros sectores.

Este mecanismo no opera automáticamente sino que se basa en una operación narrativa, una estrategia metadiscursiva mediante las cuales los agentes manifiestan su adhesión a la creencia oficial del grupo y hacia la representación que pretende ofrecer y ofrecerse a sí mismo (Bourdieu, 1997).

A comienzo de los '90, con el surgimiento de los estudios etnográficos focalizados en comunidades que se definen "de clase media", se incluyeron abordajes de la vida práctica desde la cotidianeidad, la materialidad y especialmente la discursividad (Visacovsky, 2014).

Desde esta impronta, Visacovsky analiza la llegada de los primeros inmigrantes europeos a mediados del siglo XIX y la gesta de un relato de ascenso social y éxito individual desde el cual se diferencian de otros inmigrantes provenientes de países limítrofes. 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. Entonces, el origen de la clase media puede analizarse observando sus aspectos narrativos ya que conlleva una moral que convoca a quienes entienden al progreso y la movilidad ascendente como metas solo alcanzables con voluntad y sacrificio.

Esta conexión entre la formación de la clase media en la Argentina y la inmigración europea de fines del siglo XIX y principios del siglo XX admite una lectura no solo de tipo causal, la cual puede ser analizada, confirmada y/u objetivada a partir de datos de movilidad social. Quiero sugerir aquí que esta visión sobre el origen de la clase media en la Argentina es un *relato* y, como tal, debe ser estudiado no por su adecuación fáctica a los hechos que describe, sino por sus *propiedades narrativas*. (Visacovsky, 2014:214)

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. 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).

Dentro de esta tesina, el concepto filosófico de moral se entiende como una serie de valores -trascendentes para una comunidad- que los individuos asumen como el juicio de Dios a través de categorías como la culpa, el mérito, el pecado y la redención (Spinoza, 1980). Así, sin otra finalidad que el deber, el Bien y el Mal catalogaron la represión de las pasiones por el bienestar común de un conjunto social (Deleuze, 1981). Con el desarrollo del capitalismo occidental moderno, la nueva forma de producción fue acompañada por un *ethos* peculiar basado en la ética protestante donde el propósito del trabajo era la acumulación de dinero evitando el gasto inútil y el goce no moderado (Weber, 1991).

Por el contrario, la moral de la clase media que se propone estudiar aquí ya no representa “el juicio de Dios” sino el de los propios individuos que conviven en desigualdad de condiciones en una sociedad dividida en estratos (Visacovsky, 2017) donde la idea de progreso (Bury, 2009) y gasto (Bataille, 1987) cumplen una función social fundamental en el comportamientos socio-económico de los individuos y en el juicio hacia los demás.

Para Bury (2009), la idea del progreso humano es parte de una interpretación de su devenir histórico en el cual la sociedad se dirige a un futuro promisorio y evolucionado. No se trata de una verdad irrefutable sino de una creencia que no puede probarse y requiere un acto de fe.

Según Bataille, el gasto improductivo es una forma de consumo que subyace en toda actividad humana. El consumo de elementos suntuarios es un ejemplo de esta práctica y adquiere sentido gracias al principio de pérdida que implica el sacrificio realizado por el individuo en el acto de consumo, que a su vez es la raíz del valor simbólico del objeto. Para el enfoque de la antropología, el surgimiento de la clase media transmite una serie de preceptos morales que conforman un relato y operan en el sentido común de quienes se identifican con este sector llevándolos a diferenciarse de aquellos que nunca podrán pertenecer. De este modo, los conceptos teóricos enunciados hasta aquí conforman el marco teórico desde el cual analizaremos las representaciones massmediáticas de la moral de la clase media porteña.

## **2 Decisiones teórico-metodológicas**

De acuerdo a lo expuesto en el capítulo anterior, es posible estructurar la tesina en dos segmentos que agrupan diferentes enfoques teóricos. Por un lado, a partir de 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 concepto de campo social como un espacio de lucha (Bourdieu, 1997) donde la clase media emerge en tanto construcción histórica y 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).

Dentro de esta tesina, la idea de agentes sociales en constante disputa por su posición en el espacio social, se sitúa en un contexto de 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).

Desde este marco histórico-social, se elabora una investigación cualitativa que parte de una selección de episodios de la telecomedia *Guapas* para observar y analizar las representaciones de la moral de la clase media porteña. Además, se estudia la forma en que el discurso audiovisual de El Trece, particularmente en la serie elegida, construye la

misma por medio de diferentes recursos, y produce un efecto de sentido que incluye posiciones ideológicas.

Para abordar este proceso es necesario contar con herramientas que permitan considerar en el análisis tanto el contexto social como la construcción de la hegemonía discursiva, donde determinados sentidos se construyen y circulan socialmente.

Por esta razón, el *Análisis Crítico del Discurso* (ACD) es la elección metodológica más adecuada para los objetivos del estudio, al tomar en cuenta el contexto social y las relaciones de poder en las que se producen los discursos. El análisis también contempla notas periodísticas, publicadas especialmente dentro del período en que se emitió la tira, para dar cuenta de la circulación de sentidos que interactuaban con el texto de *Guapas*, desde la prensa hegemónica<sup>2</sup>.

## **2.1 Análisis crítico del discurso como herramienta metodológica**

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 (Mastrini, 2009).

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 hegemónica que incide en la opinión pública con una línea editorial unívoca que reproduce el discurso dominante.

---

<sup>2</sup> 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.

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, exacerbada por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) y su percepción por parte del multimedio 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 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.

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, 2010).

De esta forma, los aspectos político-sociales en los que se enmarcó la ficción *Guapas* son considerados en el análisis de las representaciones de la clase media dentro del discurso mediático. Esto permite observar las estrategias comunicacionales en la interacción humana, a partir de la premisa basada en que los participantes utilizan repertorios de conocimientos en común para exponer información socialmente compartida. Esto garantiza la comprensión mutua y la reproducción social (Pardo Abril, 2003).

Para presentar esta herramienta metodológica, introduciremos los principales basamentos teóricos de ACD ya que se trata del enfoque desde el cual se aborda el discurso objeto de este trabajo. El primero de todos es la idea que tanto el lenguaje escrito como hablado constituyen una práctica social (Fairclough y Wodak, 1997) que se desarrolla en un determinado ámbito de acción. Es decir, los discursos, como fenómenos históricos, solo pueden comprenderse en relación a un marco social y se consideran

parte del análisis aquellos elementos culturales y sociales que dan cuenta también de acciones políticas. Aquí, la consideración del contexto adquiere gran relevancia en el análisis promoviendo la utilización de herramientas provenientes de diferentes disciplinas para observar los elementos ideológicos que afectan el discurso (Meyer, 2001).

Para estudiar estos procesos, Fairclough (2008) sugiere pensar el discurso como un evento que contiene tres dimensiones: práctica textual, práctica discursiva y práctica social.

Aún cuando el análisis puede focalizarse en una o dos, estas tres dimensiones estarán siempre presentes en el marco teórico de los estudios críticos del discurso en tanto son parte de un mismo objeto y podemos abordarlo desde cada una según el objetivo de la investigación.

- El análisis textual recoge aquellos componentes gramaticales que son parte de la sintaxis, se observan en el vocabulario y la cohesión, junto con lo que Van Dijk (1999) denomina como *significados locales*. Estos últimos aportan información de una comunidad específica sobre los modelos mentales que el discurso busca reproducir, así como también puede develar la creación de identidades (*nosotros* y *ellos*) con posiciones ideológicas opuestas a fin de producir un efecto de sentido.

Dentro de la estructura semántica del discurso, la *lexicalización* es una dimensión inicial donde un elemento lingüístico se incorpora a una lengua a través de una selección en el significado de las palabras.

“El significado de las oraciones, cláusulas, nombres, nominalizaciones y adjetivos son todos blanco posible para expresar el contenido ideológico, frecuentemente en forma de conceptos evaluativos” (Van Dijk, 2008:224)

- El análisis de la práctica discursiva, como mediación entre el texto y la práctica social, implica centrarse en la forma en que se produce, circula y se interpreta el texto, focalizar en los aspectos sociocognitivos y su configuración. Para dar cuenta especialmente de su perspectiva histórica, se recurre al concepto de *intertextualidad* para observar los textos como absorción y transformación de

otras obras, como un 'rompecabezas' construido a partir de citas provenientes de otros textos (Kristeva, 1997). Esta idea se relaciona con la noción de *interdiscursividad* que pone de manifiesto la normal heterogeneidad de los eventos discursivos al constituirse por combinación de otros géneros y discursos, siempre dentro del marco limitante de las luchas por la hegemonía (Fairclough, 2008).

- Por último, la observación del discurso como práctica social implica estudiarlo en un contexto más amplio, revisar las relaciones de poder y dominación que atraviesan diferentes niveles de organización social y afectan el texto.

Como parte de las herramientas de ACD, las nociones de intertextualidad e interdiscursividad que se aplican en este estudio responden a una concepción del discurso como configuración espacio-temporal de sentido y su relación con otros textos que circulan socialmente y lo alteran.

Asimismo, la Teoría de los Discursos Sociales propuesta por Verón (1993) considera que a través de las marcas subyacentes en la materia significativa se pueden reconstruir las condiciones de producción, como restricciones de generación del discurso, y establecer las relaciones que se traducen en huellas de una operación de asignación de sentido.

Entonces se trata de un juego dialéctico donde los discursos se ven continuamente afectados por las situaciones y las instituciones sociales mientras que éstos, a su vez, modifican las acciones y los procesos sociales y políticos. Así, la permanente construcción de los discursos y su carácter siempre abierto a la influencia del entorno es lo que motiva la observación de rastros de otros géneros, discursos o textos en el objeto a estudiar.

Según la perspectiva de Fairclough (2001), los discursos se generan en la construcción de sentido cuando se representan las prácticas sociales, ya que los actores en juego le grabarán su impronta de acuerdo a su posición social.

Por consiguiente, el punto de partida de este trabajo es asumir el discurso como una práctica semiótica que se inserta en un proceso social más general; y la semiosis, como proceso de construcción de significados, implica que los actores involucrados crean representaciones de sus propias prácticas y de las ajenas. Estas producciones, a su vez, se diferencian de acuerdo a la posición de los sujetos en las prácticas en cuestión, o sea

que personas de distintas nacionalidades, géneros o clases sociales generan representaciones particulares (Fairclough, 2001). En otras palabras, las prácticas sociales se interrelacionan formando una red que tiene un correlato discursivo donde la generación de significados también se somete a una estructura de posiciones diferenciales que determinan los órdenes del discurso.

Para referirse a esta faceta discursiva del orden social, Fairclough (1995) adapta el concepto de orden del discurso establecido por Foucault (1996), para formularlo como un conjunto ordenado de prácticas discursivas asociadas a un dominio o institución social particular, y a los límites y relaciones entre ellas. Así, dentro del marco analítico de tres dimensiones que propone Fairclough (2001), el análisis intertextual, conectando la dimensión textual y la dimensión de las prácticas discursivas, colabora a dilucidar dinámicas y tensiones en relación a los órdenes del discurso que median entre el lenguaje y la sociedad; así como también provocan la prevalencia de ciertas representaciones sobre otras y remiten a un esquema donde ciertos discursos pueden ser de carácter hegemónico conduciendo a la legitimación de un conjunto de prácticas sociales.

Fairclough (2008) describe el ACD como una metodología destinada a develar las relaciones difusas entre prácticas discursivas y procesos sociales y culturales, a la vez que observa cómo la disputa por la hegemonía configura esta producción en una comunidad dada. De tal manera, el ACD también permite estudiar la reproducción discursiva de una relación de poder que provoca desigualdad social; esto es, observar la conexión a nivel micro entre los elementos textuales, los actos de habla y las prácticas semióticas con aspectos más amplios donde los grupos y las organizaciones sociales ejercen una dominación. Este poder social de un sector sobre otro implica diferentes acciones, de las cuales nos interesan especialmente la comunicación y el acceso al discurso público (Van Dijk, 2009).

Por su parte, Van Dijk (2009) define el ACD como un movimiento intelectual focalizado en desentrañar el abuso de poder y la desigualdad social; y observar, a su vez, a quienes regulan el acceso al discurso de los medios de comunicación masiva, controlan los contenidos y la estructura propia a nivel textual, entre otras dimensiones discursivas. Para este autor, no se trata de una metodología en sí sino una confluencia de disciplinas provenientes de las Ciencias Sociales y las Humanidades, donde el objetivo de

investigación y la naturaleza de los datos estudiados son los que proponen la metodología en el ACD. Así, se inicia un proceso hermenéutico que analiza el texto desde las partes para revelar las relaciones significativas que permiten comprenderlo como un todo (Meyer, 2003) y vincularlo a un discurso más amplio, como una herramienta de la lucha cotidiana por la hegemonía.

A los fines del análisis en esta tesina, se incorpora la idea del discurso como una práctica social que actúa sobre otras para producir acontecimientos, transformar relaciones y crear identidades del sujeto, al momento que expresa y transmite ideologías (Pardo Abril, 1999).

Estas construcciones discursivas pueden ser vehiculizadas a través de representaciones sociales en tanto conocimiento internalizado que orienta el procesamiento de la información en la sociedad.

Por consiguiente, el ACD es una herramienta de análisis que permite identificar y reconocer fragmentos discursivos que construyen sentido legitimando y deslegitimando prácticas y actores sociales. Se pueden indagar las formas que construyen y estructuran el saber individual y colectivo, recuperar las opiniones y las formas de expresión ideológicas, junto con los procesos cognitivos del discurso de los participantes (Pardo Abril, 2003).

Por lo tanto, en este trabajo consideramos la moral de la clase media como una forma particular de significar una experiencia, que a su vez puede representarse en otro discurso. Esto permite hacer un análisis tridimensional, por un lado, de la práctica textual extrayendo unidades de sentido que porten un significado funcional en la construcción de una representación en particular; por otro lado, un análisis de 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, en el análisis de la práctica social, se observa que los aspectos narrativos de esta moral son parte de un conjunto de sentidos y representaciones legitimados para construir una hegemonía discursiva.

## 2.2 Unidades de análisis y recolección de datos

Para estudiar las representaciones de la moral de la clase media porteña 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.

De acuerdo a los objetivos de esta tesina, la selección de capítulos responde a un muestreo discrecional dado por un conocimiento avanzado respecto del contenido de esta ficción al momento de la elección. Este criterio se formó con la exhaustiva visualización del material de análisis que permitió seleccionar los episodios que pueden aportar información relevante.

En este caso, el muestreo intencional proporciona resultados más precisos en la observación de construcciones narrativas, con el fin de evidenciar claramente aquellos fragmentos textuales que representan la moral de la clase media porteña, particularmente en la coyuntura histórica reseñada.

*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*<sup>3</sup> hasta la británica *Coupling*<sup>4</sup>, 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). Para tal efecto, la obra incluye

---

<sup>3</sup> 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.

<sup>4</sup> 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.

temáticas como la maternidad, adicciones y violencia de género como parte de las preocupaciones diarias que atraviesa la *realidad* de las mujeres.

Dado que se trata de un estudio cualitativo y *Guapas* cuenta con un caudal de más de cien episodios, la muestra intencional se confeccionó seleccionando los capítulos donde se identifican fragmentos discursivos que aluden explícitamente a las aspiraciones de los personajes por mejorar su calidad de vida y cómo lograrlo. En dichos episodios, pueden observarse las representaciones del deseo de ascender socialmente y qué atributos se requieren para adquirir un status más elevado; así como también, expresiones valorativas respecto a quienes tienen determinadas ocupaciones o procedencia cultural, que son parte del discurso que se construye.

Este trabajo no estudia las representaciones como un proceso sino como un elemento plasmado en un discurso en un contexto determinado. Asimismo, dado que las unidades de análisis son productos audiovisuales, se aborda el contenido como un campo semántico donde podemos analizar la oralidad de los personajes para dar cuenta de la construcción de representaciones sociales.

La elección de esta ficción para analizar la moral de la clase media responde a varios aspectos de su producción. Por un lado, a las propias características de los personajes y la búsqueda por representar la cotidianidad 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 monoclíente 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 multimedio 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 reconstruir las representaciones de la moral de la clase media porteña en una estructura discursiva atravesada por relaciones de poder, dado un contexto social y político determinado (Van Dijk, 2004).

### **3 Análisis del corpus**

En el siguiente apartado se observan los capítulos que componen la muestra de este estudio, focalizando en aquellos fragmentos donde se detectan intertextos, interdiscursos y lexicalizaciones para dar cumplimiento al objetivo de describir y analizar las representaciones de la moral de clase media de CABA.

A través del análisis de la práctica textual, discursiva y social también pueden identificarse y caracterizarse los rasgos identitarios de la clase media que se representan en estos fragmentos discursivos. Del mismo modo, se identifican operaciones discursivas que revelan conceptos valorativos estructurantes de la moral de clase media, claves para su afirmación identitaria.

#### **3.1 Los personajes**

*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 status 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) a la vez que sufre el hostigamiento de Débora, su jefa en la aerolínea.

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.

Los personajes de Mey y Lorena representan los dos extremos en el nivel económico del grupo, pero si bien Mónica (Mercedes Morán) es quien expresa toda su negatividad ante la impotencia y desprotección por parte del Estado, Lorena y Mey son las que más sufren la necesidad de reconversión luego de la debacle financiera.

Laura Luna (Isabel Macedo) promedia los treinta años y tiene una posición económica resentida como Mey, especialmente por la pérdida de sus ahorros que la obligó a discontinuar el tratamiento de fertilización que se realizaba en una clínica privada. Trabaja como presentadora en un canal de televisión y está recientemente separada de Pablo, su pareja de conducción en el noticiero. Su sueño de encabezar el programa y tener un hijo con él se evapora cuando es desplazada de la co-conducción y vuelve a ser movilera (considerado un puesto menor); mientras Cinthia (Natalie Pérez), actual pareja de su ex, la reemplaza junto a Pablo (Esteban Lamothe) y además está embarazada de él.

Andrea Luna (Araceli González) es la hermana mayor de Laura, aparenta tener una vida perfecta pero en la intimidad se reconoce profundamente insatisfecha y con tendencia a beber alcohol en exceso. Está casada con Alejandro (Mauricio Dayub), el abogado que las representa legalmente en la causa contra la financiera que las estafó.

Andrea es el único personaje que no tiene una ocupación laboral y, a diferencia de sus amigas, no se muestra afectada por la pérdida de sus ahorros. Aunque no expresa claramente sus ideales, Andrea convive diariamente con la inconformidad, el aburrimiento y la incapacidad de tomar decisiones para cambiar el rumbo de su vida.

### 3.2 La práctica textual

De acuerdo a la propuesta tridimensional mencionada en el capítulo de marco metodológico, a partir de la observación de 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 observan 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](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 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>

Aquí también se observa una referencia negativa al transporte público y el uso que le dan quienes regularmente deben desplazarse desde el conurbano hacia CABA, a través de una connotación que resalta las características de sectores con menos recursos económicos que no pueden hacerlo en un auto propio.

Dr. Müller: -¡Lorena, atendé!

Flavia:- ¡Eeeehh! ¿Qué pasa Federico?

Dr. Müller:- Estaba tratando de hablar con mi secretaria, con Lorena.

Flavia:- Ay, ¿sabés cómo me tenés con Lorena? Cansada. Metete en el subte, meté la mano dentro de un vagón y vas a sacar veinte secretarías mejores que ella. ¿O pasa algo más con Lore?

(Suar, 2014, capítulo 17, 31:58) <http://y2u.be/ordS3EDFT4I>

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...

May:- Pero mirá, yo tampoco llego. Todos estos vestidos que tengo divinos, que te van a quedar bárbaros, son nuevos, tienen todos la etiqueta. Pero no tienen la etiqueta porque no los llego a estrenar. No, les dejo la etiqueta porque después yo los uso y los cambio. Los uso y los cambio. Porque como soy pobre así hago de cuenta que tengo mucho. Y yo tampoco llego, hago lo que puedo. ¿Dónde hacemos el *fitting*<sup>5</sup>?

(Suar, 2014, capítulo 20, 28:58) [http://y2u.be/72uNI\\_ltwTI](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.

A modo de consuelo, Mey le explica su estrategia para proyectar la pertenencia a una clase social que por ingresos económicos no puede alcanzar porque se autodenomina una persona "pobre". Esto último, agrega al texto una lexicalización para identificar la pobreza ya que Mey no se refiere a la imposibilidad de satisfacer necesidades básicas sino de adquirir determinados bienes en el momento que lo desea.

Finalmente, en la misma escena, también se incluye una palabra de habla inglesa (*fitting*) para referirse a la prueba de los vestidos y así elegir cuál será el mejor para la ocasión. De los textos citados de *Guapas*, se desprende que el personaje de Lorena recibe la influencia de los consumos sus amigas así como también la del Dr. Müller, quien parece confirmarle los parámetros de belleza a seguir para lograr su atención.

---

<sup>5</sup> Palabra utilizada en el ámbito de la moda para referirse a las pruebas de vestuario que realizan los estilistas y diseñadores con los modelos previamente a la instancia del desfile.

Dr. Müller:- ¿Volvió ese novio que tenías? Juan...  
Lorena:- No, no...  
Dr. Müller:- Por las uñas... Vos nunca te pintas las uñas. Siempre las tenés como un pibe.  
Y ahora... Bueno, la verdad que tiene que estar contento este pibe Juan, no?  
Lorena:- ¿Por qué?  
Dr. Müller:- No sé, porque te noto como...  
Lorena:- ¿Necesita algo más Doctor?  
Dr. Müller:- No, no... A mí también me gustan las uñas rojas.  
(Suar, 2014, capítulo 16, 4:47) <http://y2u.be/0prlhw50JE0>

Lorena es plenamente consciente de la diferencia con sus amigas y lo declara en una rueda de confesiones improvisada por Andrea (Araceli González) en Whatsapp. “Soy Lorena y no se 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 pretende 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.

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/SOOSMFk-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. Le molesta esperar el transporte público y se muestra curioso por los productos que ofrecen los vendedores ambulantes.

Dr. Müller:- ¿Cuándo viene este colectivo Lorena?

Lorena:- No sea impaciente. Ya va a venir. Espere. Hay que saber esperar.

Dr. Müller:- ¡Mirá! Aquel vendedor tiene nuestros marcadores.

Lorena:- Si, se los compro a él. Siempre.

Dr. Müller:- ¿En serio?

Lorena:- Si...

Dr. Müller:- Llamalo. ¡Hey!

(Lorena silba para llamar al vendedor ambulante)

Dr. Müller:- ¡Vení, vení!

Lorena:- Hay un montón en...

Dr. Müller:- Mirá, tiene los mismos marcadores...

Lorena:- Si, se los compro a él...

Dr. Müller:- ¿Cómo le va caballero? Dame todos estos marcadores. ¿Cuánto salen?

Vendedor:- Noventa.

Dr. Müller:- Y hay de todos los colores, trazo grueso, fino... ¡Y estos!

Vendedor:- Serían cien.

Dr. Müller:- Sírvase.

Vendedor:- Dale, gracias.

....

Lorena:- ¡Cien pesos! ¿Cómo le va a comprar todos los marcadores? ¿Y ahora que va a vender pobre chico?

Dr. Müller:- ¡Lentes! ¡Tenía como diez pares!  
(Suar, 2014, capítulo 18, 19:14) <https://youtu.be/1E73heUiplQ>

Por otro lado, 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.

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, llévame 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/txsnNIZ9QI>

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 marca por la economía informal.

Parte del exotismo de viajar en transporte público es arribar a un espacio donde confluyen numerosas personas por ser una zona de conexión de trenes, conectivos y subtes como es Plaza Miserere. Tal es el extrañamiento del Dr. Müller que en su relato pronuncia la palabra *Miserere* con acento francés, relacionando la palabra a un origen extranjero en primera instancia y denotando aún más su desconexión con los elementos de su propia cultura.

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.

En los fragmentos anteriores también se observan las características consumistas del Dr. Müller que interioriza elementos de un barrio desconocido a través del consumo de distintos productos que identifica como novedosos, incluyendo el uso del espacio público como lugar de socialización.

Estas particularidades también quedan expuestas cuando Mey cuenta su experiencia de fin de semana con D'Onofrio. Su tono de voz parsimonioso y el poco interés en dar detalles de la situación denotan falta de entusiasmo en dar a conocer las preferencias de su pareja por las que ella no siente afinidad.

Ignacio:- ¿Qué hicieron?

Mey:- Fuimos a un cantobar en Flores. Todo bien. Bien, lindo. Se cantó unos temas D'Onofrio. Bastante bien. Si, re lindo. Y el domingo fuimos a unos lugares que se llaman *recreo*.

Ignacio:- Ajá, como en la escuela...

Mey:- No, no, no. Son como unos lugares al aire libre que hay una mesita y una parrilla. Entonces ahí va la gente y se hace su *barbacoa*, digamos.

(Suar, 2014, capítulo 80, 1:38) [http://y2u.be/wl9ytYdfG\\_I](http://y2u.be/wl9ytYdfG_I)

Aquí nuevamente hay una operación de lexicalición al recurrir a una palabra de la cultura norteamericana para mencionar el asado. En la misma escena, también se representa que D'Onofrio, habitante del conurbano bonaerense, tiene preferencia por los espacios abiertos para las reuniones sociales, al igual que Lorena.

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 divertieron.

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](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.



*Mey:- ¡Ay me quedó la cola chata!  
Rubén:- Y si, es un poco largo el viaje.*

*(Suar, 2014, capítulo 82, 5:02)*

<http://y2u.be/j9YGH9HqB0>

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 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.

Esta situación también se observa durante un almuerzo improvisado donde Rubén le convida a Mey un sándwich de salchichón.



*Mey:- No sé, como que esto para mí es como un plástico.*

*Rubén:- ¿Qué plástico? Es fiambre eso.*

*(Suar, 2014, capítulo 15, 34:57)*

[http://y2u.be/Q\\_VGmsdqmkU](http://y2u.be/Q_VGmsdqmkU)

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.

Desde el análisis del vocabulario, también se observa en *Guapas* el uso de determinadas palabras para llamar a otros personajes como “El negro” (a Rubén) y “Vistes” (a Cinthya).

Estos apodos, lejos de provenir de una relación de confianza o afecto entre los personajes, se utilizan para destacar los aspectos que producen rechazo. En este caso, Francisco se refiere a Rubén como “El Rubén” o “el negro” y Laura le dice “Vistes” a Cinthya para resaltar el origen humilde y una forma de hablar que ellos consideran incompatible con el ámbito en el que trabajan.

Mey:- ¿Qué te pasa? ¿De qué te reís?

Francisco:- No, no. Estoy contento.

Mey:- Qué bueno.

Francisco:- Buenísimo...

Mey:- ¿Por qué?

Francisco:- ¿Por qué? Porque dudás.

Mey:- ¿De qué?

Francisco:- Dudás.

Mey:- ¿De qué hablás?

Francisco:- ¿De qué hablo? Dudás con Rubén. *El Negro* se quiere mudar y vos dudás.

Mey:- Ay callate. ¿Qué te metés?

Francisco:- No me meto. Solamente estoy diciendo que estoy contento porque conmigo no dudabas ni un poquito.

Mey:- ¡Y así me fue!

Francisco:- ¿Y así te fue? Decí lo que quieras. Con *El Negro* dudás.

(Suar, 2014, capítulo 81, 3:30) <http://y2u.be/q35Mure9Dzs>

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, que ya circulaban socialmente, nos permite dar cuenta de la representación de la moral de la clase media también como categorización del gusto y los espacios de circulación.

### 3.3 La práctica discursiva

A continuación, se utiliza la noción de *interdiscursividad* para analizar los elementos significantes presentes en el texto, como marcas en la representación de la moral de la clase media porteña a partir de las prácticas y relatos que la construyen.

Siguiendo la Teoría de los discursos sociales de Verón (1993), esas marcas son los elementos que subyacen en la materia significativa y nos permiten reconstruir las condiciones en las que se produce el discurso y lo encauzan en el proceso de construcción de sentido.

Esto implica reconstruir las huellas de otros discursos que funcionan condicionando el relato de *Guapas* respecto a esta moral, así como también el reconocimiento de aquellas propiedades significantes que orientan la recepción en la audiencia.

Este análisis incluye rastrear tanto las narrativas genealógicas de la clase media, su comportamiento y cómo las políticas públicas del gobierno de turno afectaron su posición socio-económica. Estos fragmentos discursivos se presentan en el texto de *Guapas* como marcas subyacentes, detectadas como interdiscursividad, y conforman un conjunto de valoraciones atribuidas a este sector de la población de la Ciudad de Buenos Aires.

De acuerdo a Visacovsky, mencionado anteriormente en el marco teórico, 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, vestimenta y modos de hablar.

Al inicio de la tira, la historia presenta un hecho que convoca inmediatamente el recuerdo amargo de un pasado reciente en la sociedad argentina. La devastación por la pérdida de los ahorros, la injusticia por la defraudación a quienes confiaron en una entidad bancaria y la impotencia de estar a la deriva en el reclamo para que les restituyan el dinero usurpado.



*Lorena: -Pero Alejandro, ¿entonces vos decís como abogado que se puede ganar?*

*Alejandro: -Por supuesto que sí. ¿Cómo no se va a poder ganar? Esto no existe en ningún país del mundo ¿Cómo se van a quedar con nuestra plata?*

*(Suar, 2014, capítulo 1, 8:34)*

<http://y2u.be/T3B4YuDxERM>

El discurso de los ahorristas afectados con el corralito del 2001, que se visibilizaba en los medios de comunicación en forma de testimonios, se observa como interdiscurso en el primer episodio de *Guapas* cuando los personajes se presentan en la financiera para reclamar en vano que les devuelvan los depósitos. Al poco tiempo que entrara en vigencia el Decreto DNU 1570/2001<sup>6</sup> que disponía la retención de los depósitos bancarios, los afectados reclamaban “otra alternativa que contemple el respeto y el derecho de la gente que es dueña de sus ahorros”<sup>7</sup> (Clarín, 2002), y aún hoy perciben que el corralito fue un avasallamiento al derecho a la propiedad.

En esa época se pensaba que el ahorrista estafado tenía mucha plata, “reaccionan porque les tocaron el bolsillo. Si, pero un bolsillo bien ganado, bien trabajado”<sup>8</sup> (Infonews, 2012) expresaban defendiéndose los propios damnificados a la prensa mientras se concentraban en la puerta de los bancos para visibilizar su reclamo.

Así como la clase media urbana había visto derribadas sus expectativas de ascenso social con la crisis económica del 2001 (Sautu, 2001), las protagonistas de esta telecomedia se ven obligadas a reiniciar un camino de sacrificio y progreso individual, de reconstrucción identitaria a partir de los actos cotidianos.

---

<sup>6</sup> Decreto 1570/2001, PODER EJECUTIVO NACIONAL (P.E.N.), Buenos Aires, 1 de diciembre de 2001. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-1570-2001-70355/texto>

<sup>7</sup> - Artaza, N. (20 de junio de 2002). Entrevista a Nito Artaza. El impacto de la crisis: Llegaron personas de todo el país. *Clarín*. Recuperado de [https://www.clarin.com/economia/miles-ahorristas-marcharon-corrallito-bonos\\_0\\_BJYVZn4eCFg.html](https://www.clarin.com/economia/miles-ahorristas-marcharon-corrallito-bonos_0_BJYVZn4eCFg.html)

<sup>8</sup> - Giacometti, M. (3 de agosto de 2012). Entrevista a María Teresa Nannini. Infonews. Recuperado de <http://www.infonews.com/nota/32453/el-corrallito-historias-de-ahorristas-en>

Entonces, retomando la perspectiva de Visacovsky (2008), la clase media es el resultado de operaciones cognitivas de delimitación, distinción y clasificación sustentadas culturalmente en base a modelos, estereotipos y narrativas. Una gramática que revela las formas sociales y simbólicas de organizar la desigualdad social a través de categorizaciones que promueven una jerarquía moral.

Desde el primer capítulo, la furia de Mónica convoca el discurso de los ahorristas de 2001 hastiados por la corrupción de la clase política que descuida a quienes trabajan y viven honestamente.

Mónica: -¿Pero qué vamos a recuperar? ¿De verdad están hablando en serio? Ya perdimos todo, nos cagaron, nos estafaron, nos dejaron sin nada, sin nada. El amigo tuyo, el gerente ese, en un par de horas está en un avión rumbo a Brasil. Nunca pasa nada acá. Perdimos todo, perdimos todo.

(Suar, 2014, capítulo 1, 9:00) <http://y2u.be/jg5CKHMBZ4>

Pero a su vez, la idea del progreso como producto del ascenso en la escala socio-económica es la matriz que va configurando la experiencia de los personajes a lo largo de *Guapas* y alude recurrentemente a un discurso donde el trabajo duro se recompensa con un mayor ingreso y mejor status social.



Laura: -Hay una confusión con eso de la ilusión. Porque la gente tiende a pensar que la gente que se ilusiona y la gente que sueña es la gente que triunfa y que logra cosas. ¡Y no es así! Las cosas son de las personas que se rompen el culo laburando para tener algo.

(Suar, 2014, capítulo 69, 34:00)

<http://y2u.be/ewkf00LLwxi>

En este fragmento observamos interdiscursividad en la expresión de Laura ya que nos remite a un discurso donde no alcanza con idear un proyecto sino que también hay que esforzarse para concretarlo. Es un relato de meritocracia que proclama la planificación y el empeño individual como pilares fundamentales para lograr las metas propuestas.

Por su lado, Mey se lamenta porque “está sola, no tiene hijos y no tiene novio” pero lidiar con pretendientes de posiciones sociales opuestas representa un desafío mayor si distorsiona la proyección de una imagen social determinada.



*Débora (a Mey): - Vos sos auxiliar de abordo. Vos tomás vodka. Vos contrabandeás maquillaje. Vos no sos de la misma clase social de Francisco. Y si lo fuiste. Ya fue. A ver si lo asumís.*

*(Suar, 2014, capítulo 10, 21:38).*

<http://y2u.be/nVjTwUMqaVq>

Si bien los niveles de ingreso, educación y las prácticas de consumo son aspectos clásicos de la constitución de clase; también se deben tener en cuenta, de acuerdo a Visacovsky (2008), las imágenes corporales y espaciales, las identidades raciales, étnicas y nacionales. Entonces, la pareja se presenta como un objeto más que se puede alcanzar y que dice tanto de quien la exhibe como de quien lucha por tenerla. Así, desde una posición económica humilde, Rubén parece anticiparle a Mey lo que ella misma no puede reconocer: “Vos elegís mal, te enamorás de un uniforme, de que te inviten a una fiesta, de un apellido” (Suar, 2014).

Desde esta perspectiva, la pareja parece un acto más de consumo que adquiere sentido en relación a un contexto, y a la vez está vinculado con las pretensiones de demarcación de la identidad y la valorización de una moral.

Por otra parte, Lorena ve cuestionada su obsesión por el ahorro y la necesidad de disfrutar una vida sin restricciones; la interacción con sus amigas va modificando su carácter y, a lo largo de los episodios, se siente entusiasmada con la idea de cambiar hábitos y experimentar otros consumos, en los que consideraba no valía la pena gastar tanto.

Aquí se distingue un intertexto sobre el ahorro como práctica cotidiana con el objetivo de mantener un consumo eficiente en una coyuntura económica amenazante. La clase media siempre ahorra, ya sea aprovechando las promociones con las tarjetas, las ofertas o las liquidaciones. Todas ellas formas de ahorro inteligente, aunque volcadas al consumo (Oliva, 2014).

El surgimiento de la idea del merecimiento y de *darse un gusto* es parte de un discurso que se está revitalizando en las sociedades modernas, donde el fomento del bienestar y el disfrute del excedente de dinero adquieren más relevancia que el legado económico a los hijos. Esto explica por qué, aún en períodos de dificultad económica, la gente sigue viajando (Oliva, 2014).

Juan: -Estaba pensando que tal vez después de acá, de comer podemos ir al mayorista que tiene veinte por ciento de descuento hoy, pero lo tiene con tu tarjeta y yo no tengo ese banco.

Lorena: -No, pará. Una cosa es que vengamos a comer y otra cosa es algo más íntimo como salir de compras [...] Además, estuve pensando, no sé si lo mejor es estar siempre pichuleando, amarrocando, buscando la promo, la oferta, no sé si lo mejor es siempre lo más barato. ¿No te parece?

Juan: -¿Por qué lo decís?

Lorena: -No sé, a veces lo caro es bueno [...] Me parece que nosotros somos profesionales de la salud que puede ser, que a lo mejor, no sé, nos merezcamos lo mejor que podamos pagar, por lo menos.

(Suar, 2014, capítulo 10, 17:22) <http://y2u.be/L4-PxCavqd4>

En esta escena se puede observar interdiscursividad en la apelación a una forma de consumo inteligente, no como ahorro de dinero para un futuro, sino para consumos inmediatos que permitan su distinción y categorización respecto al otro.

La moralidad del consumo es la base a partir de la cual la clase media inicia su delimitación. Es términos de Visacovsky (2008), se sirve de una serie de prácticas cotidianas de autoidentificación y diferenciación que están asociadas a la valorización de una moralidad.

En esta telecomedia el deseo de bienestar aparece asociado a una idea de progreso que no necesariamente implica un progreso social y colectivo, sino un progreso individual que podría traducirse en una demanda de mayor consumo. Una cruzada con el lema "*los gustos hay que dárselos en vida*" que incluye tomar café "*del bueno*" y no del "*marca culo*" para ganar posiciones en un juego donde pertenecer a un determinado grupo social, implica primero aparentarlo.

Asimismo, en los sectores medios se observa una necesidad por cumplir con ciertas expectativas de clase que implican el esfuerzo constante por crear una imagen plausible para sí mismo y para otros. Siguiendo la perspectiva de Visacovsky (2008), cuando la situación económica amenaza esa imagen, los actores recurren a delimitaciones y

distinciones aclaratorias. Diversas formas en que los individuos practican y definen su modo de pertenencia a la clase media.

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

Lorena:- ¿Viste?

Juan:- Pero las expensas... mamuza... 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?

Juan:- No, no está mal. No es solo el colectivo. Es el café caro, son tus amigas que viajan por no sé dónde, es este departamento, es el doctor ese del que no parás de hablar ni un segundo...

Lorena:- ¿Qué tiene de malo? Mey tiene menos plata que nosotros, el doctor es la persona con la que trabajo... Este rompecabezas ya lo vimos como termina en la foto, o sea que no sé cuál es la gracia de estar armando algo que ya sabés cómo va a quedar terminado. ¿Y qué tiene de malo que hable del doctor? que es mi jefe, que es una eminencia, que es alguien a quien admiro y a quien respeto.

Juan:- Nada... no tiene nada de malo.

Lorena:- ¿Te molesta?

Juan:- No. Cambiaste, nada más.

Lorena:- ¿Y está mal cambiar? ¿Está mal querer vivir mejor? Querer progresar, querer vivir en un lugar más lindo, querer viajar más cómodo. ¿Eso está mal?

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

En este pasaje de un capítulo de *Guapas* podemos observar una narrativa subyacente que remite a los objetos de consumo como delimitadores de la posición social. Se trata de una interdiscursividad que remite a la necesidad constante por definirse a través de los actos de consumo. Adquirir primeras marcas o incorporar a la cotidianeidad un mayor número de objetos que no son de primera necesidad, ayuda a emular los consumos de los sectores pudientes y a trazar una línea más gruesa para distanciarse de los grupos más empobrecidos.

Este relato se hizo más visible en nuestro país a partir de la crisis de 2001 donde la clase media sintió que conservaba su posición social en tanto lograra conservar ciertos consumos icónicos como el celular último modelo o la educación privada de sus hijos (Teahan, 2015). En los últimos años, la incertidumbre del mundo llevó al consumo a ser

la herramienta que utilizan los individuos en sus estrategias de distinción, pertenencia y permanencia (Arizaga, 2015).

En consonancia con la propuesta de Visacovsky, vemos la moral de la clase media representada desde la arista del consumo, donde lo que hacemos, con quién y dónde se convierten en signos públicos que, en determinados contextos, pueden ser usados para clasificarnos y clasificar a otros, como una forma de construirnos identitariamente a través de nuestros actos cotidianos. Es a través de estas delimitaciones sociales que se produce una evaluación moral sobre el lugar donde vivimos, los lugares que frecuentamos y donde nos reunimos con nuestros amigos.

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<sup>9</sup>.

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, en términos de Bourdieu. Esto se observa en la valoración de los hábitos de los personajes como Rubén cuando 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.

---

<sup>9</sup> Según un informe de Estadísticas y Censos, la estructura productiva de CABA no puede satisfacer su demanda de mano de obra con los habitantes comunales, lo que transforma al conurbano bonaerense en el primer proveedor de recursos humanos para tareas de menor calificación, la mayoría son empleados de la construcción y personal doméstico. (Clarín, 2013).

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/4hiuRugz41I>

Una vez más, se observa una estrategia de lexicalización al utilizar una palabra del idioma inglés (*far west*<sup>10</sup>) 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. A pesar de sus esfuerzos, Mey deja entrever que no es un ambiente donde pueda interactuar. Estas prácticas atentan contra la imagen que porta y la perjudica compartir ciertos espacios y hábitos de la cultura popular.



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>

<sup>10</sup> Far West (Lejano Oeste) es el término con el que se denominó, a principios del siglo XIX, a los territorios no colonizados de la zona oeste de Estados Unidos donde aún habitaban pueblos originarios y se consideraba terreno inhóspito y salvaje.

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 status 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.

Si bien durante la historia se revela que el nivel de ingresos de Rubén es superior al de Mey, sus consumos parecen construir la imagen de alguien que pertenece a una clase inferior, especialmente cuando revela la costumbre de almorzar raviolos todos los domingos en la casa de su madre en Los Polvorines (Suar, 2014).

Francisco:- ¿Qué van a hacer? ¿Cómo van a hacer? ¿De qué van a vivir? ¿De qué van a hablar? A ver, ¿van a comer raviolos con mostaza todos los domingos? No sé... ¡Cuando conozcas a la familia! ¡A los amigos! ¡La baranda que debe tener el Negro!

Mey:- ¡Callate!

Francisco:- Callate no. Pero es así. Te vas a mandar una cagada, no van a poder. Te vas a arrepentir. Acordate.

Mey:- Francisco. Cuando hay amor, todas esas cosas se superan.

(Suar, 2014, capítulo 79, 3:30) <http://y2u.be/L-l8AGLQqpY>

En este fragmento queda expresado claramente la interdiscursividad cuando Mey y Francisco le atribuyen una serie de gustos culinarios a Rubén, no de forma individual sino común a todo su núcleo familiar, infiriendo que las preferencias poco exclusivas y tradicionales están ligadas a su origen social humilde.

Es un discurso donde se representan las preferencias de los ciudadanos del conurbano en contraposición con los consumos de los porteños, a través de una construcción de sentido que contrasta las características aspiracionales de los estos últimos y rechaza un conformismo que atenta contra el progreso.

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.

Dicho de otro modo, individuos de diferentes estratos sociales también pueden convivir en base a las expectativas de experiencias que tienen en común (Amigo, 2015). Este discurso se observa tanto en la incomodidad de Mey ante las costumbres de Rubén, como en la aprobación automática de Lorena ante las elecciones de consumo de Mey.

(Lorena busca vestido de novia en una revista)

Dr. Müller: ¿Encontraste algo lindo y austero como querías?

Lorena: Ay si... Es que me gusta todo... No sé... No tengo gusto. Me estoy dando cuenta de eso. Todo me viene bien. Cualquier página paso y digo ahhhh... Me voy como dejando llevar. Eso me hacía bien Mey. Lo que ella me proponía siempre le pegaba. Yo estaba tranquila, sabía que no le pifiaba.

(Suar, 2014, capítulo 99, 36:40) [http://y2u.be/bAgYiZtiq\\_8](http://y2u.be/bAgYiZtiq_8)

En esta afirmación explícita por parte del personaje respecto a una supuesta incapacidad para la disposición estética, se observa interdiscursividad con la ideología del gusto legítimo como algo innato. Así también, cuando el propio Dr. Müller expresa que Lorena “consume segundas marcas de mierda, todo el tiempo” (Suar, 2014) confirma que es la relación costo/funcionalidad la que prima en la adquisición de productos por parte de Lorena, como exponente de una clase social, relegando cualquier valoración estética.

Según Bourdieu (2010), el gusto, en tanto facultad de juzgar estéticamente, es de carácter histórico ya que se trata de una apropiación, no solo de una facultad universal por parte de un grupo social sino también de las condiciones sociales y económicas que permiten esa apropiación. De ello se desprende que los consumos y las preferencias culturales estén ligados al nivel de educación formal y al origen social.

Por otra parte, en los capítulos que conforman la muestra se incluyen numerosos segmentos discursivos donde se hace especial énfasis en la importancia de la educación formal para la construcción de una posición social deseada. Se trata de una concepción que podemos observar como interdiscurso atravesando a todos los personajes quienes de alguna manera u otra buscan completar su formación académica, preferentemente en instituciones privadas. Aquí el título universitario aparece como un bastión para defender el status social, que será mejor capitalizado si se trata de entidades con matrículas onerosas ya que permitirán indicar más claramente el poder adquisitivo familiar y sus aspiraciones.



*Laura: -Yo trabajo hace un montón de tiempo, me esfuerzo muchísimo, estudié muchos años, me rompí el lomo, y mis papás se gastaron muchísima plata para pagarme la universidad...*

*(Suar, 2014, capítulo 62, 8:35).*

<http://y2u.be/wSADRpFGaqE>

Aquí podemos dar cuenta de la narrativa de la moral de la clase media que enaltece la educación formal como medio para el ascenso social en su camino por alcanzar las metas con el propio mérito y sacrificio.

Por otro lado, encontramos la intertextualidad en el discurso por la preferencia por las instituciones privadas y con “prestigio” que convoca a una representación en la que el monto de la cuota determina el nivel socio económico de la matrícula y eso incide directamente la calidad educativa del colegio (Beltrán, 2014).

Quienes analizan el acceso de los niños al aprendizaje de una lengua extranjera, consideran que el inglés es el idioma de estos tiempos pero, según los datos del Barómetro de la Deuda Social de la Infancia de la UCA, los niños más pobres son los que tienen menos oportunidades de aprender un idioma extranjero (Braginski, 2017).

Asimismo se observan representaciones que revelan intertextualidad en fragmentos que destacan la importancia práctica del manejo fluido de un idioma extranjero (especialmente el inglés) como una competencia fundamental para delimitar

fuertemente los límites de la clase media. Esto se manifiesta cuando Mey pide a Lorena que pronuncie correctamente la frase “Save The Date”<sup>11</sup> para las invitaciones de su casamiento y, luego de varios intentos frustrados, opta por la versión en español (“Reservá el día”) porque le resulta menos vergonzosa para publicar en redes sociales. El resto de las protagonistas tiene incorporado el idioma inglés a su vida diaria, utilizándolo como un distintivo que implica un nivel de educación superior y, de forma implícita, experiencias en común con agentes sociales de mejor posición.

Lorena toma esta premisa y para “invertir, apostar en el futuro” (Suar, 2014) comienza un curso de inglés que le permite postularse a una beca de estudios en Inglaterra. Esta expresión nos indica intertextualidad al retomar el mensaje de los spots publicitario de *Open English* donde se enfatiza la idea de que una buena pronunciación del idioma inglés es una herramienta infalible para el éxito laboral. Dominar una nueva lengua es sinónimo de mayor capital cultural, que a su vez implica mayores posibilidades de tener una mejor posición social.

Por su parte, Rubén también retoma sus estudios y, al final de la historia, se convierte en piloto de una aerolínea comercial, cambia su apariencia usando otro corte de pelo y una vestimenta similar a los demás personajes masculinos de la tira, lo cual indica una identificación positiva y compatible con la posición social ostentada por Mey. Esto muestra que hay una interdiscursividad que opera en el guión de *Guapas* que suscribe la importancia del inglés como segundo idioma y la formación superior para el desarrollo laboral.

Durante la obra, los personajes hacen constante mención del esfuerzo que implica estudiar, trabajar y triunfar en la carrera elegida adquiriendo el capital social necesario para construir su propia identidad, y a su vez, marcando la diferencia con quienes no comparten esta moral. Es el interdiscurso recurrente, característico de la moral de la clase media, que remarca la importancia del sacrificio en el camino recorrido y la inevitable recompensa por el esfuerzo realizado.

---

<sup>11</sup> *Save The Date* es una tendencia en invitaciones de casamiento utilizada en la cultura anglosajona que recientemente comenzó a expandirse en los países de habla hispana. Esta comunicación no reemplaza la participación oficial, puesto que se utiliza para notificar con mayor antelación cuando se trata de grandes eventos que requieren confirmación de parte de los asistentes.



*Lorena: -Yo no estaba ilusionada porque me iba a ir gratis a Europa. Yo voy a conocer Europa. Me voy a esforzar y voy a trabajar y voy a conseguir todo lo que quiero en la vida porque sé que todo es resultado del esfuerzo, del trabajo y de la voluntad.*

*(Suar, 2014, capítulo 26, 44:30)*

<http://y2u.be/KSjxrgGImdc>

El personaje de Laura evidencia especial atención en la adquisición de las competencias arriba mencionadas como condiciones excluyentes para el éxito laboral y lo expresa frecuentemente destrutando a Cinthia, la actual pareja de Pablo.



*Laura (a Pablo): -Veo que tu novia es tu co-conductora. Está bueno. La primera conductora analfabeta del país. Es un avance del progresismo. Debes estar contento ¿no?*

*(Suar, 2014, capítulo 3, 44:10)*

<http://y2u.be/nn4EzHbH3LU>

Este pasaje deja entrever un interdiscurso que describe el fastidio por las políticas de los gobiernos *populistas* que permiten que los sectores humildes accedan a espacios y consumos característicos de la clase media sin el mismo esfuerzo o sacrificio que indica la moral de esta última, traduciéndose en una sensación de injusticia y no merecimiento. Este discurso se dejó entrever en el masivo cacerolazo #8N de 2012 en contra el gobierno de Cristina Fernandez donde amplios sectores de clases medias y altas se manifestaron en contra de las políticas populistas, la inseguridad, la corrupción y especialmente el cepo cambiario, con expresiones tales como “¿Hasta cuándo el Gobierno va a mantener a los que nos roban y nos matan todos los días?” (Infobae, 2012).

Laura se presenta como una mujer extremadamente perfeccionista y crítica, con una mirada ácida, resentida y vengativa que tiene a Cinthia como objeto de burlas porque

conjugas mal los verbos y “curte la onda grasa”. La apoda como *Vistes* entre sus amigas y la tilda constantemente de “analfabeta” y “cursi” valorando negativamente, a través de la exacerbación, su forma de hablar.



*Productor:- ... Le decimos a Cinthia 'Lo cual' porque habla mal. Es un chiste nuestro...*

*Laura:- ¡Dice vistas, estuvistes, escuchastes, estuvistes, tomastes!*  
*(Suar, 2014, capítulo 10, 24:15)*

<http://y2u.be/Q0IkT4jEUlo>

Así, la moral de la clase media, como discurso que atraviesa las prácticas sociales, “promueve un camino hacia el progreso marcado por un merecimiento de parte de aquellos que se sacrifican diariamente y hacen la plata trabajando”. Mientras que, según la visión de Visacovsky (2014) afuera quedan señalados los políticos corruptos responsables de la crisis económica y los “vagos” sin voluntad de trabajo que pretenden vivir de la ayuda social.

Siguiendo esta perspectiva, los elementos del texto que analizamos muestran un interdiscurso donde tanto la educación como el trabajo son resultado del esfuerzo individual, una relación directa con el mérito de cada individuo y la actitud ante las oportunidades.

Lorena y el Dr. Müller conversan en una plaza. Se acerca un hombre de mediana edad, castaño, de tez trigueña y vestimenta casual. Les pide “Diez pesitos para la birra” y el Doctor se los da sin prestar interés. Lorena se muestra en desacuerdo.

Lorena: -No corresponde. Estamos alimentando un vago. ¡Qué vaya a trabajar!  
(Suar, 2014, capítulo 113, 34:45). <http://y2u.be/4r8436i9-ng>

En este diálogo se percibe una narrativa a modo de interdiscurso donde el dinero mejor ganado es el que se recibe trabajando, así como también presupone que los pobres no se esfuerzan lo suficiente para cambiar su condición social. Así, se entiende que cualquier tipo de ayuda social releva al beneficiario de generar una contraprestación,

atentando contra la cultura del trabajo y el esfuerzo de los individuos para lograr su bienestar económico (LA NACIÓN, 2014).

(Mónica se acerca a la garita de seguridad)

Mónica:- ¡Abrí! ¡Abrí!

Agente:- Hola...

Mónica:- Escuchame una cosa... qué hola ni hola. ¡Cortá ese teléfono! ¿Vos para qué te crees que te pagamos nosotros? ¿Para qué hables por teléfono y escuches cumbia todo el tiempo?

Agente:- Es chamamé...

Mónica:- Bueno, chamamé o la mierda que sea... nene por favor.

(Suar, 2014, capítulo 11, 1:55) [http://y2u.be/yECo\\_lUrgUU](http://y2u.be/yECo_lUrgUU)

En esta escena, el diálogo deja entrever el interdiscurso respecto a los ciudadanos inmigrantes de determinados países o provenientes del interior del territorio y cómo incomoda a los habitantes de CABA la afluencia de individuos de estas comunidades que, a su vez, ocupan mayoritariamente los empleos de menor calificación en esta ciudad. Del mismo modo, ocurre con la población oriental que administra almacenes en la Ciudad de Buenos Aires y su forma de interactuar con los demás ciudadanos que visitan sus negocios. Aquí el personaje de Rubén protagoniza una escena en un bazar atendido por “chinos” donde su amigo Oscar (interpretado por Alfredo Casero) se desempeña como personal de seguridad.



[...]

Rubén:- Vos sos un policía del carajo, Oscar. Tenés que respetarte un poco más vos. ¿Me entendés? No te podés dejar maltratar por un chino.

Oscar:- Si, pero no tengo la posibilidad. Yo sé que no se puede estar más abajo. Dejame. Si estoy en una nube de pedo, navego en una nube de pedo.

[...]

(Suar, 2014, capítulo 112, 16:28)

<http://y2u.be/xSFmeWHi2r0>

Este destrato por los inmigrantes también se detecta en las escenas de Andrea (Araceli González) con su mucama María, con quien no muestra ninguna empatía ni intención de socializar por fuera de las tareas domésticas que le delega.

María es representada por una mujer de pelo castaño, que usa uniforme dentro del departamento, tiene un acento similar al de las provincias del norte argentino, el tono de llamada de su teléfono celular es una canción de música tropical y la llama Señora Andrea.

En este sentido, en *Guapas* se observa la construcción de un relato que, contrariamente a los antepasados provenientes de Europa que vinieron a trabajar para forjarse un futuro mejor, conduce a la valoración negativa de los inmigrantes de países como Bolivia o Paraguay, o procedentes de las provincias de Noroeste, la región chaqueña o el Litoral. En palabras de Visacovsky (2015), se trata de un relato que refuerza la idea de una genealogía virtuosa que pretende una diferenciación discursiva y práctica de una población a quienes considera indecentes y renuentes al trabajo.

Dentro de esta ficción, el sindicalismo aparece como un instrumento de lucha a favor de los trabajadores encabezados por Rubén, quien encarna el estereotipo del férreo defensor del “empleado de clase baja que se levanta temprano para ir a trabajar, al que nadie le regala nada y si quiere algo lo tiene que pagar”.

Sin embargo, la actividad sindical no es una práctica en la que el resto de los protagonistas se quieran involucrar y se muestran ajenos a sus propuestas. Francisco los tilda de “vagos” que hacen “cualquier cosa menos laburar” (Suar, 2014). Esto se evidencia en la ficción cuando Mey se ve forzada a asumir como delegada gremial para no ser despedida y, al realizar la asamblea del sindicato en su casa, se la ve claramente incomodada por la presencia de sus compañeros en la agrupación: un grupo de hombres morochos, de movimientos torpes y contextura grande, vestidos con camperas de cuero, pronunciando constantemente la frase *¡Paro y movilización!*

Mey intenta llevar la reunión a su fin lo más rápido posible, no entiende los objetivos de las medidas de fuerza, no se involucra con la lucha y le pregunta a Rubén si tiene que votar a favor o en contra.

Esto demuestra que los personajes de esta telenovela no se sienten identificados con el sindicalismo como forma de defender sus derechos, lo ven como un mundo exclusivamente masculino, ordinario, violento e ineficaz para lograr el ascenso social.

En el acercamiento de Mey con el sindicato se observan marcas de algunas declaraciones públicas de Macri durante la campaña presidencial. Estas operan como intertexto estableciendo que este tipo de reclamos sociales pertenecen a un concepto

de país retrógrado y obstaculizan su evolución hacia un Estado moderno que gestiona las discrepancias sin confrontamiento.

El hartazgo por los piquetes y manifestaciones obstaculizando la libre circulación en la Ciudad de Buenos Aires motivaron las promesas de campaña en el marco de intenciones más amplias de modernización social que nos lleven a ser un país “normal”: "En nuestra presidencia va a haber diálogo, se va a poder trabajar en conjunto. Este tipo de protesta no va a existir más [...] La gente no quiere un número, quiere sentirlo en carne propia: sentir que viaja mejor, que tiene mejor educación pública, que no tiene inflación que le destruye el salario. Lo que reclama el ciudadano son medidas concretas para vivir mejor" (Macri, 2014).

Según la escena anterior, el sindicalismo se presenta como un movimiento mayormente masculino que no motiva la identificación de la clase media con las movilizaciones populares sino que espera medidas concretas directamente de los actores políticos, observándose las huellas del discurso mediático respecto a la ineficacia de las protestas en espacios públicos así como la interrupción de un servicio como medida de fuerza.

Laura (Directora del canal) habla con uno de los socios del grupo propietario de la emisora.

Laura: ... Yo me esforcé mucho y realmente hice todo lo posible para que este canal creciera... De verdad, son pocos los recursos. No sé... A parte, vení a vivir vos acá. O sea, es Argentina. Hay problemas con los gremios, con los delegados, no es Miami esto. Entonces... con lo poquito que había, bastante bien me manejé.

(Suar, 2014, capítulo 128, 35:42) <http://y2u.be/E-Xt2GOSI>

En efecto, *Guapas* también describe una clase media apartidaria y descreída de los dirigentes políticos, indiferente respecto a los sectores más bajos, que no confía en las instituciones y ve lo estatal como “corruptible”, “burocrático” y “deteriorado”. La tira muestra con la recreación de una escena que los trámites cotidianos pueden volverse tediosos por los procedimientos desactualizados y la atención decadente, representándose una situación de oficina pública donde los empleados toman mate y tipean de forma dificultosa.

Esto demuestra la existencia de un relato dentro del propio guion de esta telecomedia que convalida un discurso sobre los trabajadores del sector estatal. Según lo publicado

por el periódico LA NACIÓN<sup>12</sup> la mayoría de los empleados público serían *ñoquis*, o sea que no trabajan pero tienen un sueldo estatal, y la minoría restante se presenta al lugar de trabajo para hacer poco y nada (Urien, 2015).

Si bien no se explicitan posturas políticas, la crítica hacia el gobierno sale a la luz en una escena en la cual Laura decide entrevistar a la Ministra de Educación en el marco de un conflicto docente. Luego de encerrar a Cinthia (quien había sido designada para realizar la nota), Laura rápidamente toma el control de la situación, desecha las preguntas pautadas y comienza a increpar a la funcionaria respecto a las sospechas de corrupción que la involucran.

“Las oportunidades son del que las toma, no del que las quiere” (Suar, 2014) se defiende Laura, ante la falta de reconocimiento de su jefe. Para sorpresa de sus superiores, es aclamada en la calle por los televidentes quienes le agradecen y la animan a continuar denunciando al gobierno.

Aquí se infiere la adscripción a un discurso que señala a la corrupción como uno de los peores males que aquejan al país, así como también a los políticos como responsables por la falta de transparencia. En consecuencia, al no percibirse mecanismos a través de los cuales el público pueda exigir que sus líderes rindan cuentas sobre los gastos con dinero del estado, el periodismo aparece como una figura primordial ante el hartazgo social.

Finalmente, el análisis de la práctica discursiva muestra diferentes marcas en *Guapas* que confluyen en la representación del progreso económico y social como un acto de responsabilidad individual. Frente a un Estado representado como corruptible e ineficiente, cada ciudadano debe escribir su propia historia de éxito con esfuerzo y voluntad para alcanzar un estándar, que no solo se representa económico sino también cultural.

---

<sup>12</sup> Urien, P. (22 de diciembre de 2015). Ñoquis en el Estado: hay 4 millones de empleados públicos, de los cuales entre el 5% y 7% serían “fantasma”. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/economia/noquis-en-el-estado-hay-4-millones-de-empleados-publicos-de-los-cuales-entre-el-5-y-7-serian-fantasma-nid1856411>

## Conclusiones

Esta tesina describió las representaciones de la moral de clase media porteña en *Guapas* desde la perspectiva del ACD, considerando la coyuntura socio-política del 2015, el año en el que se enmarcó esta emisión.

Asimismo se caracterizaron rasgos identitarios de los sectores medios representados en los fragmentos discursivos y se identificaron operaciones dentro del discurso que conllevan conceptos valorativos y estructuran la moral de clase media.

Este enfoque permitió describir algunos elementos que contribuyen a identificar la identidad de la clase media porteña. 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. En primer lugar, la dimensión del análisis de la práctica textual reveló 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. La Ciudad de Buenos Aires se representa como un ávido receptor de elementos de la cultura extranjera, especialmente de Estados Unidos y Europa Occidental. Una metrópolis que emula espacios y hábitos de consumo de las grandes ciudades del *primer mundo*.

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.

Efectivamente, la frecuente utilización de palabras del vocabulario inglés en la comunicación entre los personajes de *Guapas* confirma que la moral de clase media representada en esta ficción muestra una mayor identificación con la cultura anglosajona frente a la nacional. En *Guapas* el dominio del inglés como segunda lengua

es una práctica aspiracional que funciona eficazmente para exhibir competencias culturales entre los individuos y así definir espacios sociales.

De acuerdo a lo dicho hasta aquí, se entiende el menosprecio al transporte público y su representación en la tira únicamente como un servicio utilizado por quienes viven en el conurbano y trabajan en CABA. El transporte público no es parte de la vida cotidiana en *Guapas* en tanto su uso habitual atentaría contra la proyección de la identidad de clase media porteña autopercibida.

Según el texto de *Guapas*, la Ciudad de Buenos Aires ofrece a sus habitantes todos los elementos simbólicos para reafirmar su autopercpción 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 esta tesina 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 para comunicar su irrenunciable posición social.

En segundo lugar, si bien el abordaje desde el ACD es histórico y contextual en sus tres niveles, en la dimensión del análisis de la práctica discursiva, el contexto social durante la emisión de *Guapas* permite detectar un marco socio-político particular. Se trata de un momento signado por una irritación e insatisfacción de la clase media, especialmente por un sentimiento de injusticia porque no obtienen lo que creen que merecen, en base al esfuerzo económico y físico que realizan.

De acuerdo al análisis de la práctica discursiva en la tira de El Trece, el discurso meritocrático es el concepto de base desde donde se fundamentan las prácticas y consumos de la clase media, representándose una moral que celebra “tener lo mejor que podemos pagar” y “hacer la guita laburando”.

De esta forma, aunque los personajes de *Guapas* no poseen el capital económico necesario para tener un nivel socioeconómico superior, construyen su identidad a través del consumo de productos y servicios habituales en clases más acomodadas y así diferenciarse de quienes “no quieren progresar”. Esto requiere una desidentificación con la economización como hábito cotidiano pero principalmente de la práctica de una disposición estética. Es decir, la incorporación de un gusto legítimo que guía las prácticas de consumo y que no se adquiere aumentando el capital económico sino el capital

cultural. Dado que la clase media no ocupa el lugar de mayor poder en el espacio social, la adquisición de capital cultural en su forma institucionalizada es el camino que puede garantizar un reconocimiento de forma objetiva.

Por esta razón, la moral que se representa en *Guapas* hace especial hincapié en la importancia de la educación formal, preferentemente en instituciones privadas que agreguen prestigio al proceso. Graduarse en una carrera universitaria es parte del esfuerzo y del tiempo que los individuos deben dedicar a lo largo de la vida para tener un mejor pasar económico.

Según la doctrina meritocrática en esta moral de clase media, las oportunidades de progreso son directamente proporcionales al sacrificio y esfuerzo dedicado por las personas. Esto queda representado en *Guapas* dado que las protagonistas no esperan que el Estado impulse a los sectores más débiles sino que compense a quienes tuvieron más dedicación y avidez por el progreso individual.

Esta moral muestra que hay un camino a seguir, largo y arduo, como el que iniciaron aquellos inmigrantes europeos que llegaron a Argentina a fines del siglo XIX. Cada huella discursiva de *Guapas* fortalece más la idea de que solo a base de estudio y trabajo duro se puede alcanzar una mejor posición económica.

Asimismo, las diferentes operaciones de intertextualidad e interdiscursividad observadas en *Guapas* dejaron expuestas referencias a una disconformidad con los funcionarios de Gobierno y la administración del Estado. Según esta moral, los gobiernos progresistas que abogan por la igualdad de oportunidades no hacen más que desalentar el trabajo duro y el esfuerzo individual. Esto se traduce en una percepción de injusticia por parte de un Estado burocrático y anquilosado en el asistencialismo.

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 de 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. 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.

Se analizó el discurso de *Guapas* como una práctica textual y una práctica discursiva, pero 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 actúan como mediaciones en las conductas de los individuos de esa sociedad.

Finalmente, la representación de la moral de clase media 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.

## Bibliografía

- 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.
- Martín-Barbero, J. (1987). Mapa nocturno para explorar el nuevo campo. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili S.A.
- Bataille, G. (1987). La noción del gasto. *La parte maldita*. Barcelona, España: ICARIA.
- 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.
- Bourdieu, P. (2010). Consumo cultural. *El sentido social de gusto*. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno Editores.
- Bourdieu, P. (2012). El espacio social y sus transformaciones. *La distinción*. Buenos Aires, Argentina: Taurus.
- Bury, J. (2009). Introducción. *La idea del progreso*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Deleuze, G. (1981). Sobre la diferencia entre la ética y una moral. *Spinoza: Filosofía práctica*. Buenos Aires, Argentina: Tusquets Editores.
- Durkheim, E. (2006). Las representaciones sociales. *Sociología y filosofía*. Granada, España: Comares.
- Fairclough, N. (2001). El análisis crítico del discurso como método para la investigación en ciencias sociales. En R. Wodak y M. Meyer (comps.), *Métodos de análisis crítico del discurso* (pp. 179-204). Barcelona, España: GEDISA.
- 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.
- Foucault, M. (1996). *El orden del discurso* (pp. 11-15). Madrid, España: La Piqueta.

- Germani, G. (1955). Clases sociales. Introducción. En C. Mera y J. Rebón (Coord.) *Gino Germani, la sociedad en cuestión: Antología comentada* (pp. 120-135). Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- Germani, G. (1942). La clase media en la ciudad de Buenos Aires. Estudio preliminar. En C. Mera y J. Rebón (Coord.) *Gino Germani, la sociedad en cuestión: Antología comentada* (pp. 92-119). Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- Gramsci, A. (1981). *Cuadernos de la cárcel*. México: Ediciones Era.
- Ibañez, T. (1988). Representaciones sociales. Teoría y método. *Ideologías de la vida cotidiana*. Barcelona, España: Sendai.
- Jodelet, D. (1984). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici (Ed.) *Psicología social II* (pp. 469-494). Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Kristeva, Julia. (1997). Bajtín, la palabra, el diálogo y la novela en *Intertextualité. Francia en el origen de un término y el desarrollo de un concepto*. La Habana, Cuba: Casa de las Américas-UNEAC-Embajada de Francia.
- 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.
- Meyer, M. (2001). Entre la teoría, el método y la política: la ubicación de los enfoques relacionados con el ACD. En R. Wodak y M. Meyer (comps.), *Métodos de análisis crítico del discurso* (pp. 35-59). Barcelona, España: GEDISA.
- Moscovici, S. (1979). La representación social: un concepto perdido. *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires, Argentina: Huemul.
- Pardo Abril, N. (2003). Análisis crítico del discurso y representaciones sociales: un acercamiento a la comprensión de la cultura. En L. Berardi (comp.) *Análisis crítico del discurso. Perspectivas latinoamericanas* (pp. 43-63). Santiago, Chile: Frasis.
- 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.
- Sautu, Ruth. (2001). *La Gente Sabe. Interpretaciones de la clase media acerca de la libertad, la igualdad, el éxito y la justicia*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Lumiere.

- Silverstone, R. (2004). *La textura de la experiencia. ¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Spinoza, B. (1980). Parte II. *Ética demostrada según el orden geométrico*. Madrid, España: Editora Nacional.
- Van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. *Antrophos*. Barcelona, España.
- Van Dijk, T. (2009). Introducción: discurso y dominación. *Discurso y poder*. Barcelona, España: GEDISA.
- Van Dijk, T. (2001). La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad. En R. Wodak y M. Meyer (comps.), *Métodos de análisis crítico del discurso* (pp. 143-177). Barcelona, España: Gedisa.
- Verón, Eliseo (1993). El sentido como producción discursiva. *La Semiosis Social*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- 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.
- Weber, M. (1991). Los fundamentos religiosos del ascetismo laico. *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Puebla, México: Premia Editora.
- 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.

#### OTRAS PUBLICACIONES ACADÉMICAS

- 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.
- Browne Sartori R. y Romero Lizama P. (Agosto, 2010). Análisis Crítico del Discurso (ACD) de la representación boliviana en las noticias de la prensa diaria de cobertura nacional: El caso de El Mercurio y La Tercera. *Polis Revista Latinoamericana*. Nº 26. Recuperado de <http://polis.revues.org/754>

- Fairclough, N. (1995). General introduction. *Critical discourse analysis* (pp. 1-20). London y New York: Longman. Recuperado de <https://discurso.files.wordpress.com/2009/02/fairclough1995 analisis-critico-del-discursocap-1trad-navarro1.pdf>
- 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>
- Franco Coronado, Q. (2016). Análisis crítico del discurso humorístico en el segmento “Los fabulosos” del programa de la televisión venezolana “¡A que te ríes!”. *Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación N° 1. Vol. 28*. Caracas, Venezuela.
- Hjarvard, S. (2016). Mediatización: Reencuadrando el análisis de los efectos de los medios. En *Inmediaciones de la comunicación. Vol. 11*. Uruguay: Universidad ORT.
- Orozco Gómez, G. (2001). Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la 'televidencia' y sus mediaciones. En *Revista Iberoamericana de Educación*. Nro. 27. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Recuperado de <https://www.educ.ar/recursos/70684/audiencias-television-y-educacion-una-deconstruccion-pedagogica-de-la-televidencia-y-sus-mediaciones>
- Orozco Gómez, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones. En *Comunicar*. Nro. 8. Huelva, España: Grupo Comunicar. Recuperado de <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=8&articulo=08-1997-06>
- Pardo Abril, N. (1999). Análisis crítico del discurso: un acercamiento a las representaciones sociales. En *Forma y Función 12* (pp. 63-81). Santa Fé, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Ramonet, I. (2004). Información, comunicación y globalización. El quinto poder. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQ. Número 88*, pp. 26-30. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/160/16008804.pdf>
- Souza, M. D. (2012). *Programas juveniles en televisión abierta. Análisis cualitativo de pantalla desde el análisis crítico del discurso*. Consejo Nacional de Televisión (CNTV). Chile.

- 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.
- Van Dijk, T. (2008). Semántica del discurso e ideología. En *Discurso y sociedad*. Vol 2 (1), pp. 201-261. Recuperado de <http://dissoc.org/>
- Visacovsky, S. (2008). Estudios sobre "clase media" en la antropología social: una agenda para la Argentina. *Avá. Revista de Antropología*. Número 13. Recuperado de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-16942008000200001](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-16942008000200001)

#### ARTÍCULOS PERIODÍSTICOS

- #8N: masivo "cacerolazo" contra el Gobierno argentino en todo el país. (9 de noviembre de 2012). *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/2012/11/09/1061140-8n-masivo-cacerolazo-contr-el-gobierno-argentino-todo-el-pais/>
- Agencia DYN. (20 de mayo de 2014). Macri dice que si llega a la presidencia "no van existir" las protestas con cortes en las calles. LA VOZ. Recuperado de <https://www.lavoz.com.ar/politica/macri-dice-que-si-llega-la-presidencia-no-van-existir-las-protestas-con-cortes-en-las>
- 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](https://www.clarin.com/politica/ley-de-medios-periodistas-libertad-de-prensa-amparo_0_S1rfaFDqwXx.html)
- Area 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](https://www.clarin.com/sociedad/mitad-trabajan-Capital-llega-GBA_0_SJOz--EjwXe.html)
- Artaza, N. (20 de junio de 2002). Entrevista a Nito Artaza. El impacto de la crisis: llegaron personas de todo el país. *Clarín*. Recuperado de [https://www.clarin.com/economia/miles-ahorristas-marcharon-corrallito-bonos\\_0\\_BJYVZn4eCFg.html](https://www.clarin.com/economia/miles-ahorristas-marcharon-corrallito-bonos_0_BJYVZn4eCFg.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>

- Beltrán, M. (14 de marzo de 2014). Educación privatizada: el aplazo menos pensado de la década K. *El Cronista*. Recuperado de <https://www.cronista.com/3dias/-->

<Educacion-privatizada-el-aplazo-menos-pensado-de-la-decada-K-20140314-0004.html>

- Braginski, R. (3 de septiembre de 2017). Datos del último Barómetro de la Deuda Social de la Infancia de la UCA. Brecha de inglés: en las escuelas públicas solo la mitad de los chicos tiene idiomas. *Clarín*. Recuperado de

[https://www.clarin.com/sociedad/brecha-ingles-escuelas-publicas-solo-mitad-chicos-idiomas\\_0\\_rkLtLlqtW.html](https://www.clarin.com/sociedad/brecha-ingles-escuelas-publicas-solo-mitad-chicos-idiomas_0_rkLtLlqtW.html)

- 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>

- Esteban, P. (1 de noviembre de 2017). Hablar de la clase media es discutir la desigualdad. *Página/12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/72965-hablar-de-la-clase-media-es-discutir-la-desigualdad>.

- Giacometti, M. (3 de agosto de 2012). Entrevista a María Teresa Nannini. *Infonews*. Recuperado de <http://www.infonews.com/nota/32453/el-corrallito-historias-de-ahorristas-en>

- Jueguen, F. (26 de abril de 2015). Entrevista a Mary Teahan. Clase media: pertenecer ya no es cuestión de ingresos. *La Nación*. Recuperado de

<https://www.lanacion.com.ar/economia/clase-media-pertenecer-ya-no-es-cuestion-de-ingresos-nid1787505>

- Jueguen, F. (26 de abril de 2015). Entrevista a Cecilia Arizaga. Clase media: pertenecer ya no es cuestión de ingresos. *La Nación*. Recuperado de

<https://www.lanacion.com.ar/economia/clase-media-pertenecer-ya-no-es-cuestion-de-ingresos-nid1787505>

- Jueguen, F. (26 de abril de 2015). Entrevista a Raúl Amigo. Clase media: pertenecer ya no es cuestión de ingresos. *La Nación*. Recuperado de

<https://www.lanacion.com.ar/economia/clase-media-pertenecer-ya-no-es-cuestion-de-ingresos-nid1787505>

- La malsana dependencia de los planes sociales. (19 de agosto de 2014). *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/opinion/editoriales/la-malsana-dependencia-de-los-planes-sociales-nid1719847>
- 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>
- Macri dijo que si gana “los planes sociales van a continuar”. (17 de julio de 2015). *Ámbito*. Recuperado de <https://www.ambito.com/macri-dijo-que-si-gana-los-planes-sociales-van-continuar-n3899607>
- Oliva, L. (30 de marzo de 2014). Entrevista a Nicolás Litvinoff. Ahorrar o consumir: la nueva disyuntiva de la clase media. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/opinion/ahorrar-o-consumir-la-nueva-disyuntiva-de-la-clase-media-nid1676219>
- Oliva, L. (30 de marzo de 2014). Entrevista a Victoria Giarrizzo. Ahorrar o consumir: la nueva disyuntiva de la clase media. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/opinion/ahorrar-o-consumir-la-nueva-disyuntiva-de-la-clase-media-nid1676219>
- Orosz, D. (11 de marzo de 2018). Entrevista a José Natanson. “Trato de no enojarme sino de pensar por qué funciona el macrismo”. *La Voz*. Recuperado de <https://www.lavoz.com.ar/numero-cero/trato-de-no-enojarme-sino-de-pensar-por-que-funciona-el-macrismo>
- Piscetta, J. (12 de noviembre de 2017). Gabriel Vommaro: El gobierno de Cambiemos tiene empresarios pero no es de empresarios. *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/politica/2017/10/31/gabriel-vommaro-el-gobierno-de-cambiemos-tiene-empresarios-pero-no-es-de-empresarios/>
- 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>
- Rosenberg, 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>

- Urien, P. (22 de diciembre de 2015). Ñoquis en el Estado: hay 4 millones de empleados públicos, de los cuales entre el 5% y 7% serían “fantasma”. *La Nación*.

Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/economia/noquis-en-el-estado-hay-4-millones-de-empleados-publicos-de-los-cuales-entre-el-5-y-7-serian-fantasma-nid1856411>

- Vidal dijo que es el momento de llevar esperanza a la provincia (25 de septiembre de 2014). *AN Digital*. Recuperado de <http://andigital.com.ar/politica/item/40309-vidal-dijo-que-es-momento-de-llevar-esperanza-a-la-provincia>

- Visacovsky, S. (3 de julio de 2016). La clase media argentina: el gran relato moral. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/1914202-especial-bicentenario-la-clase-media-el-gran-relato-moral>

- Vommaro, G. (28 de octubre de 2017). Detrás de los globos. *Perfil*. Recuperado de <https://www.perfil.com/noticias/domingo/detras-de-los-globos.phtml>

#### MATERIAL AUDIOVISUAL

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 1: El difícil comienzo (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=JHpcUksa1pQ>

- 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 3: El desayuno (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de

[https://www.youtube.com/watch?v=ZEhM\\_7Y3UOM](https://www.youtube.com/watch?v=ZEhM_7Y3UOM)

- 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](https://www.youtube.com/watch?v=wwi5_CgWuz8)

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 11: Medidas de seguridad (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor).

Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=jNwqrBihhag>

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 15: Los amantes del Hotel M (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor).

Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de

[https://www.youtube.com/watch?v=OSFnC\\_mrTDE](https://www.youtube.com/watch?v=OSFnC_mrTDE)

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 16: La huída (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas.

Argentina: Pol-ka. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=F4fEv427iqE>

- 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](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](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 26: Charlas de hombre (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor).

Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=3NBsAO3YzNw>

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 28: El globo de helio (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas.

Argentina: Pol-ka. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=pS5W2TAHDD8>

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 31: Una familia muy normal (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor).

Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de

[https://www.youtube.com/watch?v=MldsH\\_iXZZE](https://www.youtube.com/watch?v=MldsH_iXZZE)

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 33: Reunión de consorcio (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor).

Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=dpAJA-OtERU&t=24s>

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 34: El remolino (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas.

Argentina: Pol-ka. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=K4-NM4TL9PQ>

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 40 (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas. Argentina: Pol-ka.

Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=dSooVzqRwOQ>

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 48: Smile (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas. Argentina:

Pol-ka. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=yLMxfkFGA2k>

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 62: Algo nuevo (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas.

Argentina: Pol-ka. Recuperado de Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=2EWWsazCem8>

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 69: Un pulgar arriba (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas.

Argentina: Pol-ka. Recuperado de Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=e0UaHwefB0k>

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 77: Los piojos (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas.

Argentina: Pol-ka. Recuperado de Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=sn3g28Rdi-s&t=1077s>

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 79: Conexión directa (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas.

Argentina: Pol-ka. Recuperado de Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=whoROuJ3jvI&t=3s>

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 80: Mentira (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas.

Argentina: Pol-ka. Recuperado de Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=qdQDX7Z2wGs>

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 81: Pruebas de amor (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas.

Argentina: Pol-ka. Recuperado de Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=139IMxyzvDs>

- 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 Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=vexueahsM-Q>

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 99: Un accidente perfecto (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor).

Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=zilhLH9gOSI>

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 112: Segundas nupcias (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor).

Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=EQBJGngORnc&t=621s>

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 113: Feng Shui (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas.

Argentina: Pol-ka. Recuperado de Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=RXsqaxnSOEM>

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 128: La reina del chalet (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor).

Guapas. Argentina: Pol-ka. Recuperado de Recuperado de

[https://www.youtube.com/watch?v=dWodKSPE\\_gU](https://www.youtube.com/watch?v=dWodKSPE_gU)

- Calderone, L. y Aguirre, C. (Autores), Gil, L. y Barone, D. (Directores). (2014). Capítulo 173: Episodio final (Capítulo de serie de televisión). En A. Suar (Productor). Guapas.

Argentina: Pol-ka. Recuperado de Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=F3OQ6F1lZWs>