

# Índice

.....

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. Análisis del consumo televisivo. Elena Olábarri</b>  | <b>7</b>  |
| 1.1. Introducción.....   | 9         |
| 1.2. Metodología del estudio.....  | 12        |
| 1.3. Programas más vistos por la juventud<br>española.....   | 13        |
| 1.3.1. Consumo televisivo en el año 2002..   | 13        |
| 1.3.2. Consumo televisivo en el año 2003..   | 17        |
| 1.4. Consumo de televisión por género.....   | 21        |
| 1.4.1. La televisión que ven ellos.....  | 21        |
| 1.4.2. La televisión que ven ellas.....  | 25        |
| 1.5. Clase social y consumo.....   | 30        |
| 1.6. Consumo televisivo en función del habitat..   | 33        |
| <b>2. Reality shows, talk shows y otros shows tele-<br/>visivos. Casilda De Miguel</b>   | <b>37</b> |
| 2.1. La realidad de los <i>reality shows</i> .....   | 39        |
| 2.2. Pero, ¿qué tendrá la telebasura que tanto<br>gusta?.....  | 48        |
| 2.3. ¿Dónde están los valores?: De <i>Gran<br/>Hermano</i> a <i>Hotel Glam</i> sin olvidar <i>La isla<br/>de los famosos</i> ..... | 51        |
| 2.4. Del <i>reality show</i> al paseo por los <i>talk<br/>shows</i> y otros <i>shows</i> televisivos.....                          | 60        |
| 2.5. Construyendo la identidad: ¿Son los<br><i>realities</i> un «género de mujeres»?.....  | 65        |
| 2.6. ¿Hay televisión después de los <i>reality<br/>shows</i> ?.....  | 75        |
| 2.7. A modo de conclusión.....   | 78        |

|  |            |
|--|------------|
| <b>3. Las series televisivas: discursos fragmentados sobre la emocionalidad. Begoña Siles .....</b>                              | <b>83</b>  |
| 3.1. Del relato bíblico al relato electrónico.....   | 85         |
| 3.1.1. En el origen.....   | 85         |
| 3.1.2. En la postrimería.....  | 89         |
| 3.2. Interpretación y análisis de las series televisivas .....   | 97         |
| 3.2.1. La interpretación en la ficción seriada.....  | 97         |
| 3.2.2. La posmodernidad electrónica a través de las series de ficción.....   | 102        |
| 3.3. Construyendo la identidad en las series de ficción.....   | 105        |
| 3.3.1. La estructura familiar.....   | 105        |
| 3.3.2. Lo masculino y lo femenino.....   | 106        |
| 3.3.3. La emocionalidad y la racionalidad.....   | 107        |
| 3.3.4. Lo privado y lo público.....  | 109        |
| 3.4. Epílogo: a modo de carta de ajuste .....  | 110        |
| <b>4. El cine en televisión. Leire Ituarte.....</b>  | <b>115</b> |
| 4.1. Introducción.....   | 117        |
| 4.2. Del matricidio como éxito de ventas: apuntes sobre el ideograma de lo abyecto-femenino en <i>Matrix</i> .....               | 120        |
| 4.3. Entre la manipulación ideológica y la gratificación utópica: del cine comercial y el eterno retorno del patrón edípico..... | 130        |
| 4.4. Extrémese la precaución: de la necesidad de mantener la debida distancia de seguridad.....                                  | 141        |
| 4.5. Conclusión.....   | 147        |
| <b>5. Bibliografía.....</b>  | <b>151</b> |