

ÍNDICE

Agradecimientos	9
Prólogo, por JUANA GALLEGO AYALA	II
Introducción	17
Las mujeres como audiencia: la prensa femenina	19
Dicotomía entre el espacio público y el privado	19
El discurso de lo privado	28
Un poco de historia	30
Características y tipología de las revistas femeninas ..	32
Construcción de la identidad femenina	39
Representación de mujeres buenas y malas:	
arquetipos mediáticos	42
El ángel o reina del hogar	43
La mujer objeto	46
La <i>superwoman</i>	56
La mala	59
Otros estereotipos	62
El pensamiento único: la mujer de plástico (transparente)	65
El eje del mal: la mujer feminista	70
El color de la prensa: el discurso rosa	77
Introducción al marco histórico y sus protagonistas ..	77
Hacia una definición de la prensa del corazón	81
El personaje	88

El modelo clásico de las revistas de información rosa	100
El discurso	102
Las rutinas profesionales	107
El modelo contemporáneo de información	
sobre la vida privada	113
El salto televisivo	113
La introducción de un nuevo discurso.	119
Representación femenina en la televisión rosa.	125
Hibridación de géneros	127
Del rosa al amarillo	129
Del rosa al negro	139
A modo de conclusión.	145
La televisión: el nuevo zapato de Cenicienta.	145
Audiencia femenina y productos de última generación	148
En síntesis	157
Obras citadas	159