

Contenido

Introducción

1. Miradas que se cruzan
 - A. Las miradas del negocio
 - B. Las miradas del rechazo
 - C. Miradas equilibradas
2. Planteamiento central
3. La complejidad de lo popular
4. El *Extra*: más de un cuarto de siglo
 - A. Un diario «serio», en blanco y negro
 - B. La «línea colombiana»: glóbulos rojos y sexo
 - C. El editor-gerente
 - D. La mesocratización del producto

Capítulo I

La sintaxis «popular» de la crónica roja

1. La condición melodramática
 - A. El melodrama: entre la anacronía y la posmodernidad
 - B. Dispositivos melodramáticos
2. Visibilización de lo abyecto y estigmatización
 - A. La visibilidad popular
 - B. La voz popular como «narración de urgencia»
 - C. Una mirada desde lo abyecto y lo grotesco
 - D. La delincuentización
 - E. La crónica roja o «el sueño del pongo»
3. La portada: una mirada opulenta
 - A. La portada: el contrato de lectura exhibido
 - B. La morfología
 - C. La fotografías
 - D. El color
 - E. El texto: titulares y sumillas
 - F. El servicio sexual

Capítulo II

Producción y consumo: las prácticas culturales

1. La comunicación como proceso
 - A. Producción: el poder de interpretación de la realidad
 - B. Circulación / distribución: el ecosistema mediático
 - C. Consumo: la (re)producción de sentidos
2. La producción en el *Extra*: prácticas, interpretación y puesta en escena de la realidad
 - A. El *newsmaking* en el *Extra*: el poder de interpretación y de la organización
 - B. Las «erosiones del oficio»
3. Las miradas del (no) consumo
 - A. El consumo: percepciones, usos y gratificaciones
 - B. El no-consumo: percepciones, rechazo, intolerancia

Conclusiones

1. A la hipocresía de las gentes serias
2. De gustos y disgustos
3. ¿Qué hacer?

Anexo

Evolución de las portadas

Bibliografía

Universidad Andina Simón Bolívar

Títulos de la Serie Magíster