



Universidad de
San Andrés

Título: Mujeres de papel.

Un estudio de género.

Carrera: Relaciones Internacionales

Alumna: Catalina Stamadianos Milei

Mentora: Georgina Gluzman

2018

Agradecimientos:

A mis papas, por su esfuerzo y apoyo constante en estos cuatro años de carrera. Por incentivarnos siempre a ser mujeres pensantes, con sueños y ambiciones. Por darme la oportunidad de crecer en una casa desprejuiciada, incentivando el debate y la charla y siendo mis principales referentes. Gracias por creer en mí.

A mi mamá, por ser mi primera lectora desde el día uno; con su oído siempre atento, incluso en las más altas horas de la noche. A mi papá, por su apoyo constante y su esfuerzo incondicional para brindarme la oportunidad de estudiar una carrera universitaria.

A mis hermanas, por estar presentes en cada paso de mi carrera, incluso desde los lugares geográficos más remotos.

A la memoria de mi abuelo, por enseñarme que con pasión, dedicación y “espíritu de lucha” todo se puede. Por darme mis primeras herramientas frente a la vida, y por ser mi más fiel maestro. Gracias por enseñarme a pensar.

A toda mi familia: abuelos, primos y tíos, en especial a Claudia, por su apoyo en esta tesis, sus múltiples lecturas, consejos y aportes. Gracias a todos ustedes por ser tan gran apoyo.

A la Universidad de San Andrés, a quién le debo estos cuatro años de carrera y un sinnúmero de experiencias. A mis profesores, por transmitirme su pasión en cada clase, incentivando el pensamiento crítico y el amor por el saber.

A mis amigos de carrera, por hacer de esta etapa lo que fue, y por lo que estoy sumamente agradecida.

A Juan, por su apoyo y motivación a lo largo de la carrera, su rol multifacético, y por fomentar mis más grandes intereses. Gracias por tu escucha.

Finalmente, a todas las mujeres, a quienes dedico en especial este trabajo de graduación, confiando en que formará parte de un cambio mayor... Un cambio en voz alta.

“No hay barrera, cerradura ni cerrojo que puedas imponer a la libertad de mi mente”

-Virginia Woolf (1929)

Introducción:

El 10 de diciembre de 1983 después de casi ocho años de gobierno militar, el pueblo argentino celebraba el retorno a la democracia de la mano de un gobierno constitucional elegido por el voto popular encabezado por Raúl Alfonsín. A partir de entonces, con el fin del Proceso de Reorganización Nacional, los valores democráticos, la libertad de expresión y los derechos humanos fueron pilares indiscutibles para los argentinos. La política fue revalorizada y la comunicación política en la Argentina tomaron un lugar destacado a partir del uso de la propaganda política en los medios.

Sin embargo, las nuevas formas de hacer política no fueron los únicos cambios sin precedente; otro factor contribuyó al nuevo escenario político: la participación de las mujeres. Conseguido el voto femenino en 1947¹, no sin esfuerzo, la situación de la mujer evidencia un escenario crítico dual. Por un lado, como sujetos políticos, las mujeres ocuparon un rol determinante en las elecciones de 1983, ampliando significativamente el porcentaje del electorado; pero a su vez, la democracia y el derecho a elegir a sus representantes no parecía incluirlas como sujetos de voto en las nuevas vías de proliferación de mensajes políticos. La figura masculina continuaba siendo el eje por excelencia, mientras que la mujer quedaba relegada a un segundo plano, al interior del hogar y como principal apoyo del hombre, manteniendo así la tradición en su representación política hasta el momento. Así, la llegada de la democracia daba cuenta de un escenario fraccionado, en donde la participación femenina en el ámbito político se encontraba limitada².

Tal y como señala Faur (2006), uno de los pilares que ha marcado la construcción social de las identidades masculinas y femeninas en las sociedades modernas ha sido la prevalencia de una matriz de división sexual del trabajo que asigna al hombre la responsabilidad de la provisión de

¹ Giordano, V. (2003). *La mujer según el código civil en Argentina, Brasil y Uruguay*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani.

² El número de legisladoras electas en las elecciones presidenciales de Argentina de 1983, la primera tras el fin de la dictadura militar autodenominada Proceso de Reorganización Nacional era mínimo. En 1989 se introdujeron proyectos de ley para asegurar una mayor representación de las mujeres. La ley fue aprobada en la Cámara de Diputados recién en 1991 con el fin de aumentar la representación de las mujeres en la política, a través de cuotas de mínima participación en las listas de candidatos que presentan los partidos en las elecciones. A su vez, establece que al menos un 30% de la lista debe estar ocupada por mujeres y numerosas reglas de los lugares que deben ser ocupados por ellas. (Hinojosa, M. (2009). *Argentina's Women: Don't Cry For Us. Women & Politics around the world.*)

ingresos familiares y a las mujeres las obligaciones de reproducción del mundo doméstico, incluyendo el cuidado y la crianza de los hijos. Faur señala que a lo largo de la historia el cuidado maternal fue considerado una actividad predominantemente femenina. Al atribuir este hecho a un rasgo propio de las mujeres –su capacidad de procreación–, la división sexual en la responsabilidad del cuidado se extendió mucho más allá de los designios biológicos, y se tornó uno de los pilares críticos de la construcción social del género.

Sustentado introducción en el amor y en el mito del “instinto maternal”, el cuidado de los niños quedó amparado por el trabajo cotidiano y silencioso de las madres, constituyéndose en el imaginario colectivo en un rasgo característico de la figura del “ama de casa”, y confinado, junto con ellas, al espacio doméstico, privado. Por el contrario, los hombres eran los encargados de la provisión económica del hogar, de las decisiones políticas de la comunidad, del desarrollo de las artes y las ciencias, y de todo aquello que formara parte de la esfera “pública”. La división de esferas en donde el hombre ocupaba los espacios públicos, mientras que la mujer quedaba destinada a los espacios privados al interior del hogar fue descripta por Pateman (1988) como “contrato sexual”³.

Mediante dicho contrato, el hombre se afianza como el “jefe de hogar”, del cual se derivaban las cualidades de hombre trabajador, responsable de los beneficios y los derechos sociales para su esposa e hijos, intelectual e informado. Por el contrario, las mujeres deben responder a las expectativas adscriptas a lo que se denominó “rol emocional” (Parsons y Bayles, 1955), aludiendo al espacio doméstico, la responsabilidad de los quehaceres domésticos, la nutrición de los menores y el cuidado del hombre⁴. De esta manera, el modelo dicotómico de familia con un “varón proveedor” y una “mujer ama de casa” sienta las bases funcionales de una determinada economía social y política, cuyo correlato es una ideología de franca división entre las esferas de lo público y lo privado, que establece, además de fronteras, jerarquías entre hombres y mujeres (Faur, 2005).

Por consiguiente, en tanto el plano emocional es vinculado al plano doméstico, al cuidado de los hijos y las actividades más irracionales del ser humano, el espacio público es vinculado a las actividades intelectuales, a los aspectos más racionales, siendo la política el dominio de lo masculino. El plano simbólico de representación en los medios parece cooperar de forma eficaz con esta división sexual del trabajo y su consiguiente distribución desigual de poder entre hombres y mujeres, inclinando las instituciones y las prácticas cotidianas con la conformación de imágenes masculinas y femeninas vinculadas a un modelo de productividad y racionalidad determinado.

Hasta mediados del siglo XX el desarrollo de las instituciones de gobierno acompañó dicho régimen de género: leyes de familia que adjudicaban la responsabilidad de la patria potestad y el establecimiento del domicilio familiar a los hombres; leyes laborales, en las que las mujeres eran vistas sobre todo como “madres”, mientras que no establecían relación alguna entre la responsabilidad de la paternidad y la del “trabajador” (Faur, 2005); acentuando el ideal maternal en múltiples instituciones, políticas públicas y representaciones sociales de la época (Nari, 2004). La política no era

³ Pateman, C. (1998). *El contrato social fraternal*. Polity Press.

⁴ Parsons, T., & Bales, R. (1955). *Family, Socialization and Interaction Process*. Nueva York: The Free Press..

la excepción. No debe sorprender entonces que, con la llegada de la democracia, la representación de los roles de género vinculados a la política no fueran sustancialmente diferentes. Para 1983, las campañas aludían a candidatos exclusivamente hombres, sobre quienes recaería el futuro de un país, y por consiguiente, el electorado al que se interpelaba era en su mayoría hombres, en tanto ocupaban los espacios públicos y por ende, racionales.

Sin embargo, en las décadas más recientes, en la Argentina, las mujeres han ingresado en forma masiva al mundo del trabajo, a partir de las sucesivas crisis económicas, pero también de su mayor autonomía. Los modelos patriarcales descriptos anteriormente que destinaban a la mujer al interior del hogar se fueron transformando, y el modelo de mujer comenzó a ocupar nuevos espacios. Incluso, el porcentaje de mujeres cónyuges cuya ocupación principal son los quehaceres domésticos descendió casi un 20% en menos de diez años en la región, donde pasó del 53% en 1994 al 44,3% en 2002 (Cepal, 2004). A su vez, entre 1990 y 2007, la proporción de mujeres entre los 25 y los 54 años que trabajan o buscan hacerlo se incrementó un 20% (Cepal, 2009). Los cambios en las familias también merecen ser considerados: aumentaron los hogares encabezados por mujeres en casi todos los países, y en los distintos estratos sociales, engrosando la proporción de aquellos en que las mujeres son las únicas perceptoras de ingresos.

Dichas transformaciones dejaron atrás el modelo de mujeres al cuidado del hogar y los hijos, dando lugar a nuevas demandas y requerimientos de las instituciones públicas y privadas. Las transformaciones sociales afectaron, a su vez, la política. La ley de cupo sancionada en 1991, buscaba aumentar la representación de las mujeres en la política a través de cuotas de mínima participación en las listas de candidatos que presentan los partidos en las elecciones, estableciendo que al menos un 30% de las listas de candidatos debía estar ocupada por mujeres. Esta ley, (luego transformada en la Ley N° 27.412) establece un sistema de paridad de género en los órganos legislativos nacional y subregional⁵, aumentando significativamente la participación de las mujeres en política.

Ocupando lugares en las bancas como diputadas, senadoras o incluso liderando el Poder Ejecutivo, las mujeres lograron acceder a numerosos espacios en la política, alejándose del “contrato sexual” analizado, para alcanzar nuevos espacios profesionales al exterior del hogar, desarrollando actividades intelectuales y como líderes. Sin embargo, la asignación de responsabilidades domésticas vinculadas exclusivamente a la mujer persiste aún cuando la matriz societal se ha transformado profundamente. Las familias cambiaron, las mujeres ingresaron masivamente en el mercado de trabajo, se ampliaron derechos en distintos ámbitos y, sin embargo, la división de responsabilidades domésticas y de cuidado entre géneros no muestra transformaciones de similar magnitud. En múltiples casos las actividades domésticas se suman a la participación en el trabajo remunerado. Consecuentemente, la conciliación entre la vida familiar y la actividad remunerada se asienta así sobre las espaldas de las mujeres en la medida en que, incluso cuando los hombres participen de

⁵ «Ley 27412». *Infoleg*. Consultado el 7 de febrero de 2018.

determinadas actividades, rara vez lo hacen en similar proporción que las mujeres y mucho menos se consideran corresponsables de las mismas, dando lugar a la construcción de un nuevo sujeto social denominado por Faur (2005) como *mujeres malabaristas*.

El concepto creado por las autora alude a la situación de múltiples mujeres de la actualidad, quienes si bien mantienen una vida profesional activa, son condicionadas desde un plano social a mandamientos propios del siglo XX, donde las políticas públicas se diseñaban e implementaban a partir de concebir el modelo de organización familiar tradicional / conservador? (varón proveedor-mujer ama de casa). Por consiguiente, a la hora de ser representada en un plano estrictamente profesional, la mujer tiende a ser vinculada al plano doméstico, familiar, dando cuenta de una situación híbrida entre ambos conceptos, que parece no poder diferenciarse. Este doble cargo ocupado por la mujer, donde su accionar se divide en el ámbito público y privado, difiere sustancialmente del ámbito exclusivamente público en el cual se asocia al hombre. A su vez, la división binaria que se da en torno a los cargos ocupados por la mujer y el hombre agrega un nuevo componente: mientras que el ámbito público es aquel que alude a la racionalidad, la lógica y la sensatez, el ámbito privado queda circunscripto a lo emocional y pasional. De modo tal, la representación del doble cargo ocupado por la mujer, conlleva un componente tanto racional como emocional, así como también alude a un espacio público y privado.

La presente investigación presupone que las representaciones en materia política de las mujeres no logran desprenderse de la situación ambivalente en torno a los espacios públicos, privados, racionales e irracionales. Se trabajara con un corpus de representaciones de la revista *Noticias* con un que abarca entre el 1 de enero de 2013 al 31 de diciembre de 2013, y el 1 de enero del 2017 hasta el 31 de diciembre del mismo año, para analizar la representación de las mujeres que participan en política. Analizando únicamente la tapa de la revista, se evaluará como el medio construye sentido a partir de la imagen visual y el contenido escrito en la misma, con el fin de evaluar si el tratamiento de una profesión política es igual tanto para hombres como para mujeres, o si el ser mujer en la política implica, a diferencia del hombre, una doble representación condicionada por la cuestión de género.

Si bien el presente trabajo reconoce la incipiente participación de la mujer en la política, ocupando espacios de poder y de representación incuestionables, existen ciertos límites sobre la capacidad política femenina a la hora de ser representada en los medios gráficos de comunicación. Sosteniendo que los logros a nivel político se dan en simultáneo con nuevas prácticas de comunicación y difusión, el presente análisis sostiene que las representaciones en materia política no pueden desprenderse de prejuicios expresados a través de preguntas, imágenes, o titulares que vinculan una tarea política, profesional e intelectual con espacios privados y emocionales que le son otorgados a la mujer por cuestión de género.

El conocido concepto de “*cuarto propio*” de Woolf (1929) señala la ambivalencia de la participación de la mujer en la política en torno a los medios de comunicación. En Woolf (1929), la lucha de la mujer consiste en alcanzar un espacio personal, alejado de la sociedad patriarcal, donde

desarrollar una presencia femenina y tareas vinculadas a espacios que hasta entonces habían sido únicamente destinados a los hombres. La autora alude al mundo privado de la mujer, contraponiéndolo con la visión que la ubica en el interior de ámbitos domésticos. Dicho concepto sigue siendo productivo para analizar las portadas ubicadas en la temporalidad seleccionada, evaluando hasta qué punto los avances en materia política permiten a la mujer hoy ocupar grandes puestos como líderes ganando un “cuarto propio” dentro de la política, siendo representadas en igualdad que los hombres, y hasta qué punto, las imágenes y textos seleccionados para su representación en la revista *Noticias* excluyen a las mujeres de ese mismo espacio, manteniendo un estrecho vínculo patriarcal, condicionadas por una visión de género en los medios y vinculando la política con un espacio exclusivamente masculino.

Recapitulación histórica:

A lo hora de tratar la temática de género, resulta imprescindible adentrarnos en las principales teorías que dan sustento al feminismo, movimiento cultural, político, económico y social que enmarca la presente investigación.

Definido por la Real Academia Española como «ideología que defiende que las mujeres deben tener los mismos derechos que los hombres»⁶ la definición de feminismo es tema de debate entre diferentes autores e incluso ha generado diferentes movimientos sociales y culturales. A medida que el movimiento feminista adquiere relevancia en el mundo académico, genera un cuerpo teórico independiente con herramientas conceptuales propias⁷.

Bajo la creencia de la existencia de un régimen guiado por el *androcentrismo*, entendido como la visión del mundo y de las relaciones sociales centradas en el punto de vista masculino⁸, el feminismo plantea la erradicación del androcentrismo como visión única posible. Contraponiéndose a una serie de paradigmas de estudio y análisis de la realidad concretos que incluyen los sesgos raciales, de clase y de edad del sector dominante de la sociedad, el feminismo pretende erradicar la visión dominante del varón blanco, adulto y propietario⁹.

Frente a la influyente corriente androcéntrica, la producción intelectual de una sociedad, junto con su carácter "de género" se ha visto monopolizada, dando lugar a movimientos sociales y culturales que buscan desmonopolizar dicha visión. La presente investigación se posiciona en la transición entre esos dos escenarios, reconociendo la existencia de producciones intelectuales ancladas bajo una visión monopolizadora del rol de la mujer en la política, pero analizándolas desde una perspectiva de género a partir de los aportes del feminismo, tratando de deconstruir las portadas de la revista *Noticias*.

⁶ Real Academia Española. «feminismo.» Diccionario de la lengua española. Consultado el 12 de enero de 2018.

⁷ Beltrán, E., Maquieira, V., Álvarez, S. and Sánchez, C. (2008). *Feminismos, debates teóricos contemporáneos*. 2nd ed. Alianza Editorial.

⁸ Real Academia Española. «feminismo.» Diccionario de la lengua española. Consultado el 16 de febrero de 2018.

⁹ Moreno Sardá, A. (2008). *De qué hablamos cuando hablamos del hombre*. Barcelona: Icaria.

Es pertinente señalar la cronología y aportes del feminismo de la segunda y tercer ola (Humm, 1990)¹⁰. Anclando sus orígenes en el Siglo de las Luces, en el seno de la Ilustración, la polémica sobre la naturaleza de la mujer y la jerarquía de sexos comenzaba a ser planteada. Tanto Rousseau como Kant consideraban que las mujeres, al igual que los niños, estaban excluidas «por naturaleza» del derecho de ciudadanía¹¹, dando lugar a los primeros intentos por incluir igualitariamente a las mujeres en el movimiento racionalista. Con las primeras organizaciones de la mano de los clubes de mujeres en la Revolución francesa y la publicación en 1791 de la *Declaración de los Derechos de la Mujer y de la Ciudadana*, redactada por Olympe de Gouges, aquellos intentos fueron "brutalmente acallados", dando lugar a la prohibición de los clubes de mujeres y la ejecución de Olympe de Gouges¹².

En el campo de la literatura, a su vez, se generó cierta retórica de carácter liberal a favor de la mujer con John Stuart Mill o Nicolas de Condorcet como referentes de la primera fase. Sus obras señalaban el aparente olvido de la relegada figura de la mujer dentro del estado liberal, teniendo como punto culmine las denuncias de autoras tales como Mary Wollstonecraft autora de *Vindicación de los derechos de la mujer*, quien rompe con la tónica de las obras escritas hasta el momento por mujeres, descritas como «memorial de agravios» y pasa a la «vindicación», componente esencial del feminismo¹³.

En lo que respecta a la segunda fase o *Primera ola del feminismo* hubo un fuerte movimiento que se desarrolló en Inglaterra, Estados Unidos, América Latina y otras partes del mundo a lo largo del siglo XIX. Como principal objetivo, la *segunda fase* originariamente se concentró en la obtención de igualdad frente al hombre en términos de derecho de propiedad e igual capacidad de obrar, así como la demanda de igualdad de derechos dentro del matrimonio. Para finales del siglo XIX, los esfuerzos viraron hacia la obtención de derechos políticos, en concreto el derecho al sufragio¹⁴.

La segunda fase desató repercusiones a nivel mundial, dando cuenta de un movimiento en ascenso. Para 1948, en Nueva York se llevó a cabo la Convención de Seneca Falls, donde 300 activistas y espectadores se reunieron en la primera convención por los derechos de la mujer en Estados Unidos, cuya declaración final fue firmada por unas 100 mujeres¹⁵. En segundo lugar, en Inglaterra se desarrolló la conformación de las *suffragettes*, activistas por los derechos civiles, lideradas por Emmeline Pankhurst así como numerosas autoras y activistas, en su mayor parte de Estados Unidos e Inglaterra, que llevaron el feminismo al terreno del activismo, especialmente en un contexto de vindicación de igualdad de derechos frente al estado¹⁶. A su vez, tras grandes esfuerzos, se

¹⁰ Humm, M. (1990). *Diccionario de la teoría feminista*. Columbia: Prensa universitaria de Ohio, p.278.

¹¹ Amorós, C. (1990). *El feminismo: senda no transitada de la Ilustración*. 1st ed. Isegoria, pp.139-150.

¹² Amorós, C. (1990). *El feminismo: senda no transitada de la Ilustración*. 1st ed. Isegoria, pp.139-150.

¹³ Amorós, C. (2005) *Historia de la teoría feminista. De la Ilustración a la globalización*. Minerva,.

¹⁴ Freedman, E. (2003). *No turning back*. New York: Ballantine Books.

¹⁵ Valcárcel, A. (2001). *La memoria colectiva y los retos del feminismo*. Santiago: Naciones Unidas, CEPAL, Unidad Mujer y Desarrollo.

¹⁶ Valcárcel, A. (2001). *La memoria colectiva y los retos del feminismo*. Santiago: Naciones Unidas, CEPAL, Unidad Mujer y Desarrollo.

obtuvo el derecho al sufragio en 1918 en Inglaterra para mujeres mayores de 30 años y poseedoras de una casa, equiparando la edad de las votantes a la de los hombres en 1928. Por su parte, en Estados Unidos, la Decimonovena Enmienda de 1920 otorgó derecho al voto en todos los estados del país, mientras que la mayor parte de los grandes estados europeos tomaron medidas semejantes con algunas excepciones como Francia o Italia, que aún postergarán unos 20 años el derecho al sufragio femenino¹⁷.

Además del derecho al voto, la lucha feminista tuvo como objetivo los derechos educativos, en tanto si las mujeres lograban acceder a la universidad, después no se les reconocía el derecho a obtener formalmente, el título oficial de los estudios que hubieren cursado, ni a ejercer la profesión para la que se habían preparado igual que los hombres¹⁸.



¹⁹ Hacia fines del siglo XIX hasta la década de los 50 del siglo XX se extiende la *Segunda Ola Feminista*, también conocida como movimiento *de liberación de la mujer*. Así como la primera ola del feminismo se enfocaba principalmente en la superación de los obstáculos legales (*de jure*) y la igualdad legal (sufragio femenino, derechos de propiedad, etc.), la segunda ola trataba una amplia variedad de temas: la desigualdad no-oficial (*de facto*), la sexualidad, la familia, el lugar de trabajo y los derechos en la reproducción. En el plano internacional, con el estallido de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), numerosos puestos de trabajo quedaron vacantes, ya que muchos hombres (principal fuerza laboral hasta la época) se habían ido a la guerra²⁰. Consecuentemente, compañías como Westinghouse Electric realizaron carteles que animaban a las mujeres a trabajar en los puestos que los hombres habían dejado vacantes al marchar a la guerra (véase imágenes). Es decir, la propaganda de guerra invitaba a las mujeres a unirse a la fuerza laboral.

²¹No obstante, la intención de promover la idea de la mujer trabajadora fue pensada con la idea de que ellas cumplieran con su obligación de esposas, ocupando transitoriamente los puestos de trabajo dejados por sus maridos para ir a la guerra, casi como si se tratara de un doble deber patriótico y doméstico (apoyar a sus maridos)²². Sin embargo, con el fin de la guerra muchas mujeres fueron prácticamente forzadas a renunciar y volver a “sus verdadera

¹⁷ Freedman, E. (2003). *No Turning Back : The History of Feminism and the Future of Women*. Ballantine Books

¹⁸ Feedman, E. (2003). *No turning back*. New York: Ballantine Books.

¹⁹ Howard Miller, J. (1942). *Homefront, World War II Rosie the Riveter*. Westinghouse Electric Corporation.

²⁰ Chafe, W. (1979). *Women and equality*. Oxford: Oxford University Press.

²¹ George, R. (1943). *Do the Job He Left Behind*. [Póster de guerra] Wilmington: Audiovisual Collections and Digital Initiatives Department, Hagley Museum and Library.

²² Chafe, W. (1979). *Women and equality*. Oxford: Oxford University Press.

obligaciones²³ asociadas con el cuidado de los hijos y el espacio doméstico ya que los hombres iban a volver a ocupar los puestos. Consecuentemente, surgen los primeros anuncios de divulgación masiva donde la mujer comienza a aparecer, pero de forma “masculinizada”, ocupando espacios por fuera del hogar, pero al adquirir esos espacios que típicamente habían pertenecido a los hombres, como el mundo laboral, su representación es acorde al género masculino²⁴.

Sin embargo, para los años 90 la situación evidenciada en materia de feminismo cobra particular preponderancia a partir de un marcado activismo, dando lugar a la *tercer ola* del feminismo. Como respuesta a las fallas percibidas en el llamado Feminismo de segunda ola: la toma de conciencia de que no existe un único modelo de mujer, por el contrario, existen múltiples modelos de mujer, determinados por cuestiones sociales, étnicas, de nacionalidad, clase social, orientación sexual o religión²⁵, la tercer ola amplía así los postulados.

Alejada de la corriente esencialista, dicha corriente se aparta de las definiciones de feminidad, asumidas en ocasiones como universales y que sobreestimaban las experiencias de la clase media-alta de raza blanca norteamericana²⁶. Es importante señalar que las interpretaciones dadas al género y al sexo son esenciales dentro de la tercera ola, caracterizándose por su post-estructuralismo.

Fundamentando la distinción, el sexo alude a una característica natural o biológica del ser humano, mientras que el concepto de género indica una significación cultural que hace referencia a un conjunto de roles²⁷. Consecuentemente, sobre esta premisa se argumenta que el género no es un destino biológico, y que la opresión patriarcal sobre las mujeres es un fenómeno cultural que no sigue necesariamente de la diferenciación sexual biológica²⁸. De modo tal, el género se posiciona como el resultado de la inmersión en un conjunto de valores socialmente construidos que dan lugar a la concepción de "lo femenino" o de "lo masculino". Las características meramente biológicas (el sexo), a través de una evolución social, han sido revestidas de un conjunto de comportamientos, actitudes, percepciones, pensamientos, etc.; que la humanidad ha impuesto a la mujer, ligando a las características biológicas sexuales una imagen concreta de lo que "debe" ser, creando la relación entre sexo (macho/hembra) y género²⁹.

Es por ello que, motivado por el feminismo, surgen los estudios sobre masculinidades que se enfrentan a una única concepción posible del varón como ser sexuado, al que consideran también condicionado por el patriarcado, si bien en menor medida que las mujeres. Se cuestiona, de esta forma, la figura del varón y de lo masculino como ligada a la violencia, a lo fuerte, a lo insensible, a la

²³ Ruth, B. (2004). *Separate Roads to Feminism: Black, Chicana, and White Feminist Movements in America's Second Wave*. Cambridge: Cambridge University Press.

²⁴ Sheridan, H. (2006). *Rosie the Riveter: Real Women Workers in World War II*. Biblioteca del Congreso de Estados Unidos.

²⁵ Tong, R. (1989). *Feminist thought*. London [etc.]: Unwin Hyman.

²⁶ Tong, R. (1989). *Feminist thought*. London [etc.]: Unwin Hyman.

²⁷ Amoros, C. (2007). *10 palabras clave sobre mujer*. Estella (Navarra): Verbo Divino.

²⁸ Firestone, S. (2015). *The dialectic of sex*. London: Verso.

²⁹ Firestone, S. (2015). *The dialectic of sex*. London: Verso.

ausencia de emociones, etc., abogando por la construcción de una masculinidad a la que se le permita la delicadeza, lo sensible, la emocionalidad o los cuidados, situándose así el varón no en un plano superior a la mujer (ni tampoco inferior a ella) sino junto a ésta (Bourdieu, 2000).

Finalmente, y orientando la presente investigación, la tercer ola lucha contra la mujer como estereotipo sexual en los medios de comunicación, el arte y la publicidad. Si los años cincuenta habían definido un tipo de femineidad, proliferada en la propaganda en la televisión y el cine, los años noventa reflexionan acerca de esos modelos y se enfrentan a ellos³⁰. La presente investigación pretende usar los postulados recorridos por las olas del feminismo para evaluar la existencia de una tendencia hacia la representación de la mujer política argentina vinculada a los roles de género.

Marco teórico:

Difícilmente pueda explicarse el feminismo sin los aportes de Simone de Beauvoir en su ensayo *El segundo sexo* (1949). A lo largo de su detallado trabajo, la autora discute cómo se ha concebido a la mujer a lo largo de la historia, sosteniendo que todos aquellos atributos que se vinculan con su condición de género, entendidos como el ser coqueta, cariñosa, sensible, entre otros, son un producto cultural que se construye socialmente. La autora sostiene que a lo largo de la historia, dentro del imaginario social, la mujer ha sido siempre definida por su rol: como madre, esposa, hija, hermana (Beauvoir, 1949). La construcción cultural, para Beauvoir, define a la mujer como “el otro”, dando cuenta de lo que la autora refiere como *alteridad disfuncional*. Desde temprana edad, a las niñas se las educa de manera diferente que a los niños, a quienes se les fomenta la independencia y la represión de los sentimientos, mientras que a la mujer, se le pide lo contrario. Sin embargo, para la autora no existe una esencia femenina, es decir algo que caracterice a la mujer como tal. Por el contrario, la cultura hace a la mujer: tanto la educación como los roles de esposa y madre son determinados por la cultura y la sociedad, y no tienen nada de naturales.

Así pues, la principal tarea de la mujer, según la autora, es reconquistar su propia identidad específica y desde sus propios criterios, en tanto muchas de las características que presentan las mujeres no les vienen dadas de su genética, sino a partir de cómo han sido educadas y socializadas.

No se nace mujer: llega una a serlo. Ningún destino biológico, físico o económico define la figura que reviste en el seno de la sociedad la hembra humana; la civilización en conjunto es quien elabora ese producto intermedio entre el macho y el castrado al que se califica como femenino.³¹

De la construcción sociocultural que advierte Beauvoir (1954), resulta imprescindible destacar el concepto de *opresión*. De corriente existencialista, la opresión se encuentra íntimamente vinculada

³⁰ De Miguel, A. (2011). *Los feminismos a través de la Historia*. 1st ed. Santander, España: Demófilo.

³¹ De Beauvoir, S. (1949). *El segundo sexo*. Buenos Aires: Siglo XX.

con la idea de libertad, en tanto la opresión se encuentra determinada por la libertad. Según la autora, la mujer se ve oprimida constantemente desde su infancia, donde el accionar de la sociedad y la cultura dan lugar a la construcción social de la mujer. Beauvoir realiza una comparación entre la dialéctica hombre-mujer y la dialéctica amo-esclavo, citando a Hegel³² (1807), donde el esclavo hace referencia a una consciencia que no ha arriesgado la vida, y por ende ha quedado supeditada al amo. Para Beauvoir (1954), la mujer, como el esclavo, está en relación de asimetría con el hombre (equivalente al amo). El esclavo, a su vez, se reconoce como humano en la consciencia libre del señor y lo ve como su ideal, del mismo modo en que la mujer depende para sus decisiones de la voluntad del hombre. Por consiguiente, la autora plantea la necesidad de la emancipación económica como clave para la liberación de las mujeres así como también la necesidad de la deconstrucción de un sistema patriarcal sobre el cual se levantan todos los demás sistemas de dominación.

Conjuntamente, la ausencia de proyección de la mujer como sujeto, da lugar a la inmanencia y a una presión externa que inhibe a la mujer a proyectarse, desembocando en la opresión. Dado que la opresión delimita la proyección, las mujeres se encuentran inmersas en un mundo cultural netamente patriarcal. En términos de Beauvoir, el mundo patriarcal hace referencia a un mundo opresor en donde la trascendencia de la mujer queda desdibujada en pos de los intereses de los hombres a partir de construcciones culturales (Beauvoir, 1954). Por ende, la autora sostiene que si se reconociera socialmente a la mujer de otro modo, la mujer superaría dicha situación. Los postulados de Beauvoir del género como construcción cultural sobre el sexo serán reivindicados a lo largo de todo el trabajo, dando cuenta de cómo la cultura genera sentidos sociales sobre lo que es ser mujer, particularmente en los medios. En su entrevista con el periodista Jean Louis Servan Schreiber el 6 de abril de 1975, Beauvoir afirma:

Lo que significa es muy simple, quiere decir que ser mujer no es un hecho natural, es el resultado de una historia. No existe ningún instinto biológico o psicológico que defina a la mujer como tal. Es la historia la que la construye. Primero, la historia de una civilización que determina su situación actual. Y, por otra parte, para cada mujer particular, es la historia de su vida, de su infancia la que la determina como mujer, la que crea en ella algo que no es dado desde el nacimiento, el “eterno femenino”, la “feminidad”. En los estudios psicológicos realizados con niños se muestra cómo se profundiza más en la cuestión de la sensibilidad en los bebés femeninos, como la bebé es construida para convertirse en una mujer. Hay un excelente libro que acaba de escribir la escritora italiana Elena Belotti, *Del lado de las niñas*, donde se muestra cómo desde antes de que el niño nazca o sea incluso consciente, se inscribe esto en su cuerpo, en la manera de mamar, de acunar, etcétera. Se inscribe en su cuerpo lo que más tarde aparecerá como un destino³³.

En la misma línea, Germaine Greer, autora de primera línea del movimiento de liberación de las mujeres de los años 70 del siglo XX, en su obra *The Female Eunuch* (1970) señala que los roles sexuales no dependen de la biología, sino que son creaciones sociales, reafirmando lo enunciado por Beauvoir (1954). Sin embargo, los aportes de Greer llevan la cuestión de la construcción de género a

³² Hegel, G. (2007). Fenomenología del espíritu. Valenica: Fondo de la cultura económica.

³³ De Beauvoir, S., & Schreiber, S. (1975). *Why I am a feminist*.. <https://www.youtube.com/watch?v=9LYx5T1yhqU>.

un plano más profundo, analizando el esqueleto y las formas del cuerpo femenino a la luz de las modificaciones sufridas por el modo de vida distinto en ambos sexos. Indudablemente, la historia ha determinado diferentes dictámenes del gusto masculino según la época, la clase social y los simbolismos sexuales. Por consiguiente, como bien señala Puleo (2005) en su análisis sobre la obra de Greer (1970), el eterno femenino que ataca con acidez es el eunuco femenino, un ser producido por la cultura patriarcal: joven, sonriente, lampiño, de expresión seductora y sumisa³⁴. Este eunuco femenino es el resultado de un largo condicionamiento que comienza con el nacimiento, ya que, la civilización reprime la energía e independencia de ambos sexos, pero debido a la discriminación, este proceso afecta más a las niñas. Con máxima expresión en la pubertad, momento en que se exige a las adolescentes la represión de sus impulsos eróticos, la autora señala la necesidad de separar a la mujer de la tradición de la maternidad como único destino, argumentando la necesidad de salir al ámbito público y construir una identidad ejerciendo autonomía.³⁵ Sin embargo, con la llegada del avance tecnológico y los valores occidentales, el antiguo modelo patriarcal de la mujer-madre es re significado. Si bien en las sociedades tradicionales la mujer ocupa espacios únicamente al interior del hogar, relegada a las tareas domésticas y al cuidado de los hijos, la mujer se posiciona como una figura tradicional, amada y respetada.

Incluso, a partir de los aportes del post-estructuralismo, Butler (1990) reactualiza el canon en materia de género y sexualidad, siendo una de las principales exponentes de la teoría *Queer*. Dicha teoría sostiene que los géneros, las identidades sexuales, y las orientaciones sexuales, no están esencialmente inscriptos en la naturaleza humana, sino que, son el resultado de una construcción social y, como tales, son formas que varían en cada persona y en cada sociedad. Por consiguiente, rechaza la clasificación de los individuos en categorías universales y fijas, como: varón, mujer, heterosexual, homosexual, bisexual o transexual; pues, considera que están sujetas a restricciones impuestas por una cultura en la que la heterosexualidad es obligatoria; así como la heteronormatividad y el heteropatriarcado. Esta teoría sostiene que estas categorías son ficticias y esconden un número enorme de motivaciones políticas apoyadas por la sexología. Contra el concepto clásico de género, que parte de la distinción a partir de la "heterosexualidad natural" aceptada como normal (en inglés *straight*, es decir "recto"), contraria a lo "anómalo" (en inglés *queer* o "torcido"); la teoría *queer* afirma que todas las "identidades sexuales" son igualmente anómalas, incluida la heterosexualidad en tanto son resultado de una performatividad. Lejos de ser un hecho natural, el género es un fenómeno producido y reproducido constantemente: caminamos, hablamos, actuamos de maneras que consolidan una cierta impresión. Por consiguiente, sexo y género no son categorías que se comprenden a la luz de la relación entre naturaleza y cultura, como si el sexo fuese solo algo dado

³⁴ Puleo, A. (2005). *Lo personal es político el surgimiento del feminismo radical*. Mujeres en red.

³⁵ Greer, G. (1971). *The female eunuch*. New York: McGraw-Hill.

en la naturaleza y el género solo algo construido a partir de la cultura, sino que ambos son el resultado de una construcción.

Estado del arte:



Collage realizado por la organización “Mujeres que no fueron tapa”; evidenciando un genérico a la hora de representar a las mujeres como tapa de revistas.



Revista La Nación, 23 de abril de 2017



Revista La Nación. 30 de abril de 2017

La representación de la mujer en los medios ha sido estudiada por la organización “Mujeres que no fueron tapa”. Liderado por la abogada y artista Lala Pasquinelli, la organización se especializa en el reconocimiento de tapas, imágenes y artículos desde una perspectiva de género a partir del “hacking” de mensajes que proponen una visión homogénea y poco singular de la mujer, con una pretensión de género totalizante y reducida. Oponiéndose a la creencia que pretende ver a las mujeres como sujetos homogéneos, iguales en la acción y en el pensamiento, la organización desmasifica la imagen promulgada por los medios, dando visibilidad a mujeres en tareas y profesiones diversas, exitosas y enfatizando las particularidades de las mismas.

El proyecto de arte y activismo de la organización utiliza las revistas como una metáfora que muestra una cierta visión cosificada de la mujer y que se evidencia en la forma en que los medios muestran a las mujeres, adentrándose en los espacios que ocupan las mujeres en la sociedad. El proyecto tiene tres

objetivos, desnaturalizar la forma en que los medios y las revistas muestran a las mujeres, la manera en que reproducen una imagen única un estereotipo de una sola mujer posible; a la vez que desnaturalizar la manera en que las propias mujeres se miran, poniendo como eje, la potencia de lo propio y diverso. A su vez, la organización propone hacer visibles a aquellas mujeres que consideran extraordinarias y comunes, que realizan emprendimientos dignos de reconocimiento y que no

son tapa de ninguna revista. Los aportes de este proyecto siguen la línea de los postulados de Beauvoir (1949), en tanto el fin último de la organización es “hackear” los mensajes que los medios construyen,

mensajes que destruyen la singularidad femenina, en tanto construyen una única imagen femenina, homogénea, cosificada y chata.

De acuerdo a lo dicho por Pasquinelli ³⁶, la motivación surge al notar que siete de cada diez tapas de la revista del diario *La Nación* son ocupadas por hombres; con otra particularidad, los hombres que aparecen en las tapas de esas revistas son diversos, distintos visualmente. Hay jóvenes, viejos, gordos, flacos, pelados y con pelo largo; así como también son diversos los intereses que representan: hay cocineros, médicos, deportistas, científicos, artistas. Por el contrario, las mujeres aparecen en la contratapa, responden a un solo tipo: son cuerpos semi desnudos, publicitando marcas de ropa interior.



Revista *Caras*. 15 de agosto del 2017



Collage realizado por la organización "Mujeres que no fueron tapa"

A su vez, cuando en esa misma revista aparecen mujeres en la tapa, el mensaje es homogéneo: mujeres similares en su apariencia y en los intereses que representan. Jóvenes, flacas, con otra proporción de piel en la escena, mujeres relacionadas con el mundo del espectáculo o la moda. Las imágenes referenciadas por Pasquinelli, dan cuenta de un genérico a la hora de representar a las mujeres en los medios: Mujeres jóvenes, con cuerpos dispuestos como objetos para el consumo, irreales, torneados por el *photoshop* o el bisturí (véase collage). Incluso, las imágenes presentan pieles lozanas, cabellos sedosos, y gestos sensuales. No obstante, la idea de homogeneidad no se limita a lo visual de acuerdo con Pasquinelli, sino incluso a nivel de contenido, dado que las mujeres aparecían haciendo referencia únicamente a tres temas: "el amor de un hombre de quien vendrá la felicidad o la desdicha, la maternidad, tener hijos, desear tener hijos, mostrar a los hijos que nacen; y el cuerpo, mantener y preservar una apariencia joven de sus cuerpos, plantear una batalla a la naturaleza como si eso fuera algo valioso (Mujeres que no fueron tapa, 2017).

³⁶ Mujeres que no fueron tapa. (2017). *MQNFT - Mujeres que no fueron tapa*. [online] Available at: <http://mujeresquenofuerontapa.com/> [último acceso 11 Nov. 2017].

A su vez, Pasquinelli nota que dicha representación no se limita a mujeres del espectáculo, sino a mujeres de todo tipo de profesión y ámbito, haciendo referencia a su vestimenta, y ubicándola al interior del espacio doméstico (véase portada Juliana Awada) y Maria Eugenia Vidal.



Revista *Hola!* 9 de noviembre del 2017. “Una Primera Dama *hechizante*. Efecto Juliana: su efecto, su cercanía y su sonrisa *hechizan* al presidente Mauricio Macri y al mundo entero. Le devolvió a la Quinta de Olivos la calidez del hogar, brilla como anfitriona y asegura que no tiene aspiraciones políticas.

En la misma línea, resulta pertinente retomar los aportes de Ríos y Martínez (1997) quienes analizan la relación entre los medios de comunicación y el patronazgo, dando cuenta que la representación de la mujer en los medios está intrínsecamente vinculada a la publicidad (generalmente contratapa de revista, en publicidades de ropa interior), y no a notas/artículos/ que la posicionan como sujeto de interés, condicionando el papel que la mujer ocupa, sobre todo en su análisis de los titulares en relación con la mujer.

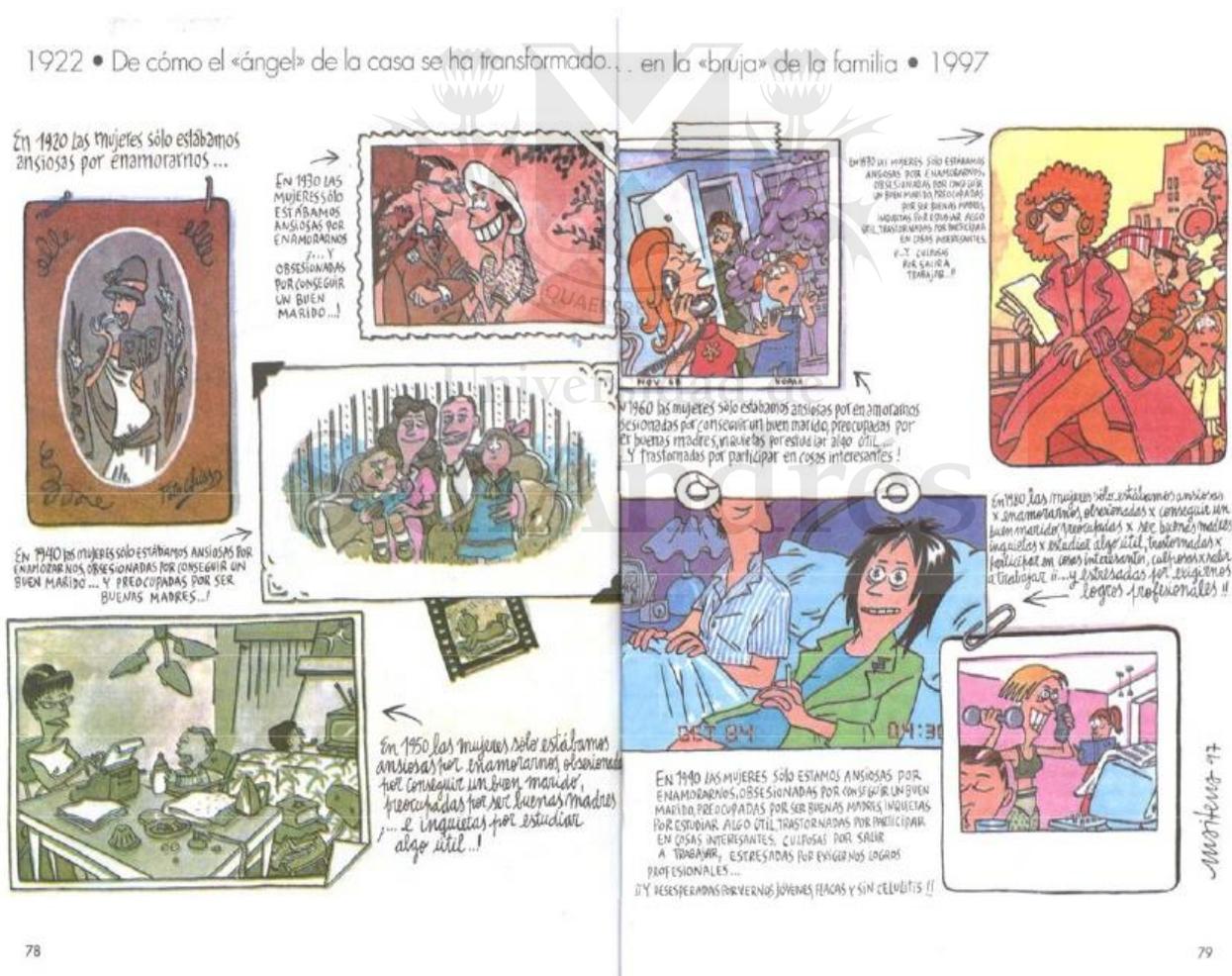
Congruentemente, se retoman los estudios realizados por Lemish y Drob (2002); Palmer y Simon (2005) que señalan que la característica básica de la representación mediática sobre la mujer política es la marginación con la que aparece y su papel casi de intrusa en la política, hasta el punto de que su presencia se «trivializa» al hacer referencia a su vida privada, sus planes domésticos o su estilo a la hora de vestir o su vida sexual. La presente investigación pretende dar cuenta de dicho fenómeno, extendiendo el análisis planteado por los autores (véase portada revista *Caras*, 15). Tomando la portada de la revista *Noticias* del 12 de septiembre del 2012, Peker (2012) analiza la representación



Revista *Noticias* 12 de septiembre del 2012

de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner en una clara posición de exaltación sexual, identificando su goce bajo un presunto autoritarismo y abuso de la cadena nacional y vinculando ese abuso con un goce sexual. De acuerdo a Luciana Peker, la particularidad de la portada asimila el goce con la perversión. Consecuentemente, el goce, como el poder femenino –y no sólo de Cristina Fernández de Kirchner– sino de todas las mujeres, y de Cristina por su condición de mujer, queda asimilado con un abuso y no como un hecho natural. Completamente alejado de una caracterización en función de su actividad política, la portada sensacionalista centra su mensaje en una representación imaginaria, irrespetuosa y provocadora a partir de la desvaloración de la sexualidad femenina asociada al ejercicio del poder. No deja de sorprender la falta de respeto por la investidura presidencial y el morbo que la mirada masculina de *Noticias* posa sobre el cuerpo femenino.

En clave de humor, la historietista Maitena Burundarena, en “De cómo el ángel de la casa se ha transformado... en la bruja de la familia” (2012)³⁷ relata que el empoderamiento de las mujeres en el siglo XX ha consistido en sumar a las tareas profesionales, las domesticas, ilustrando así la condición de mujeres malabarista (Faur). Las nuevas conquistas en materia de feminismo, su accionar en el campo profesional, implica el detrimento de los labores tradicionales al interior del hogar y el cuidado de los hijos. Consecuentemente, la división sexual que suponía en la mujer el rol de la quietud, lo angelical, maternal y silencioso se fue transformando, al punto de que el accionar público de las mismas es contrapuesto con la figura de “bruja” al pretender nuevas ambiciones por fuera de lo doméstico, lo que la puso a competir con el hombre. Sin embargo, la historietista da cuenta de la situación híbrida vivida por las mujeres, en donde incluso su proyección por fuera de lo doméstico implica una cierta culpa por no cumplir con ciertas exigencias patriarcales.



Sumado a esta idea, y puntualmente en el caso argentino, podemos señalar los estudios de Gené *Un mundo feliz: Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo 1946-1955* (2005). En la

³⁷ Maitena. (2012). *Todas las mujeres alteradas*. Barcelona: Random House Mondadori.

sección: madres, enfermeras y votantes, la autora analiza la identidad de un movimiento en torno a la imagen de Eva Perón, identificando que aún la propaganda oficial (generada en favor de la inclusión femenina desde el propio Estado) evidencia un lenguaje patriarcal, y una participación política desde espacios típicamente femeninos, como el asistencialismo y la Fundación Eva Perón. Dicha investigación evidencia que la construcción de estereotipos de la mujer en la política es desarrollada incluso desde los propios partidos políticos, lejos de ser únicamente una cuestión evidente en los medios. Por el contrario, Gomez Escada (2008) analiza cómo la mujer es “masculinizada” a la hora de realizar campañas políticas o discursos oficiales desde los propios partidos. Tomando en consideración la postura, vestimenta y lenguaje de diferentes funcionarias, desarrolla la implícita relación de la política como espacio masculino.

Finalmente, el presente estudio pretende sumarse a la tradición de estudios de género y política a partir de la realización de nuevos aportes, específicos del caso argentino, actualizando el análisis de repertorio iconográfico bajo la temática género y política.

Metodología:

A nivel metodológico, la presente investigación propone un trabajo cualitativo, adentrándose precisamente en los estudios de caso, tomando como fuente principal la revista *Noticias*. La metodología seleccionada pretende analizar el fenómeno de interés a partir de la temática género-política, focalizando en la representación de la mujer política en la tapa de la revista *Noticias*.

Fundada en 1989, la revista *Noticias* es una revista argentina de edición semanal perteneciente a la Editorial Perfil S.A. fundada por Jorge Fontevecchia. Con una participación en el mercado argentino del 27 %, y con una marcada trayectoria orientada en tres pilares: la política, la farándula y la actualidad social, la selección de dicha revista se vio fundamentada por las siguientes razones. En primer lugar, dado que su temática no se orienta al campo de la política exclusivamente, su pluralidad de temas abarca un público sumamente amplio, y por ende, difunden una noción en torno a la imagen femenina de gran alcance. Al apelar a un lector amplio, la construcción de la imagen femenina que realizan resulta sumamente interesante a la hora de estudiar la relación género-política.. Es importante destacar que en dicha revista la imagen toma un rol central, casi protagónico, generando ediciones de gran repercusión. Bajo una filosofía en donde la imagen no es un mero acompañamiento del texto, sino que incluso puede funcionar como el eje central de la noticia, la temática abordada resulta alineada con el perfil de la revista. Con un diseño de imagen que apela a lo emocional, lo satírico y la vanguardia, las imágenes son modificadas digitalmente en cada edición, exacerbando ciertas cuestiones de los personajes que ilustran las portadas.

La presente investigación toma como objeto de análisis la portada de la revista, cuyo objetivo es presentarle al lector el contenido resumido de las noticias que contiene, así como también despertar

el interés de los potenciales consumidores. Por consiguiente, se opta por realizar un análisis de portadas en tanto ésta es la sección que la revista busca destacar por sobre todas las otras, concentrando su mensaje, siendo el primer contacto entre el consumidor y la editorial. Con el objetivo de analizar la representación de la mujer política, un análisis de portada permite ilustrar, de manera condensada, la visión y el mensaje que la revista busca comunicar.

En cuanto al análisis de la portada, se realiza un análisis a partir de sus diversos componentes. En primer lugar, el formato, entendido como el diseño que, número tras número la revista mantiene y con el cual busca diferenciarse del resto de revistas en el mercado, siendo reconocible edición tras edición. En el presente caso, se utiliza la revista *Noticias*, dada la particularidad de su formato y su estrecho vínculo con la imagen satírica. A su vez, se realiza un análisis a partir de la imagen, focalizando en los aspectos elegidos por la revista a la hora de representar a sus protagonistas, y evaluando si existe una diferencia en la representación visual de las mujeres y hombres políticos. Finalmente, se ejecuta un análisis a partir de los titulares principales y secundarios que aparecen en la portada, analizando no sólo el contenido lingüístico sino la tipografía.

En tanto a la selección de portadas, se realizó la siguiente estrategia de muestreo. En primer lugar, se consultó el archivo de *Noticias* del período 2013 y 2017, categorizando la totalidad de tapas producidas cada año de acuerdo a dos criterios: si la figura central era un político, una política (entendidos como persona que se dedica a la política, interviniendo o aspirando a intervenir en el gobierno de un Estado, comunidad o municipio) o un categoría diferente (individuo ajeno al accionar político, grupo de personas con otras profesiones, temáticas ajenas a la política). En segundo lugar, se categorizó a la portada de acuerdo a si la imagen/texto seleccionado en la portada daba cuenta de una condición de género vinculada al mundo privado o emocional³⁸.

Luego de categorizar los 48 ejemplares, de acuerdo a la presencia de una figura política, se realizó un análisis en aquellos casos en donde la figura central correspondía a la categoría mujer u hombre político. En las revistas que cumplían con dicha variable se investigó la presencia de alusiones a la vida privada de los funcionarios/as o su carácter emocional en términos de los postulados de Faur (2006).

Es decir, , el objetivo del muestreo evalúa si dichas representaciones femeninas y masculinas aluden a lo exclusivamente profesional, o si se presentan características atribuibles al espacio privado y el carácter de lo emocional. En términos de Faur (2006), dichas alusiones dan cuenta de una connotación de género femenino al atribuir características emocionales y ligadas a la esfera privada: crianza de los hijos, roles emocionales, vida privada, funciones domésticas, típicas de una estructura patriarcal.

Bajo la hipótesis de que dichas atribuciones son aplicables únicamente a portadas donde la figura política es una mujer, la presente investigación evalúa la existencia de un doble cargo atribuible

³⁸ Consultar anexo para ver la grilla completa

a la mujer política, donde su accionar se divide en el ámbito público y privado, diferenciándose sustancialmente del ámbito exclusivamente público, racional y profesional al cual se asocia al hombre.

Obteniendo como resultado que, evidentemente existe una tendencia a representar a la mujer política bajo un doble cargo, que no se da de igual medida en el caso de los hombres políticos, la presente investigación tomará cuatro categorías objetivas: la familia, la representación del cuerpo femenino, el carácter emocional y la representación lingüística.

La selección de casos dentro del cuerpo está orientada a presentar únicamente aquellos ejemplares icónicos en donde se manifiesta una continuidad con el *contrato social* enunciado por Pateman (1988). Es importante aclarar que la muestra final seleccionada es intencional, dando cuenta de los casos más emblemáticos dentro del marco temporal (1 de enero de 2013-31 de diciembre de 2013- 1 de enero 2017-31 de enero 2017), siendo ésta no extrapolable a otros medios ni países.

Por consiguiente, el presente estudio no pretende minimizar la imagen de la mujer en la política, así como tampoco caer en una visión reduccionista en temática de género y representación, simplemente evaluar el caso puntual de la revista *Noticias* con la temática mujer-política-representación.

Cuerpo:

En términos de Barrancos (2012), debe reconocerse el límite que tiene la noción de ciudadanía en el cuadro de la ‘universalidad’ de derechos que se abrió paso desde fines del siglo XVIII, y su contraste con el significado actual de ciudadanía. Aludiendo a una falacia conceptual en sus comienzos, las mujeres no accedían al ‘universal de ciudadanía’ al no ser consideradas en el sistema representacional político, de la misma manera que inicialmente quedaron apartados los analfabetos y quienes no poseían bienes raíces en la mayoría de nuestras sociedades. Con grandes avances en el siglo XX, se desarrollaron importantes transformaciones que permitieron el ingreso formal de los varones a la ciudadanía sin restricciones junto con la proliferación de los derechos cívicos. A su vez, se derribaron barrera que obstaculizaban el acceso de las mujeres a la esfera “pública” y que las excluían de la educación superior, de las ciencias, del mercado laboral y de la política, incrementando sus derechos cívicos lentamente. De la mano de movimientos feministas de mujeres, se cuestionaron mitos y estereotipos socialmente arraigados, como el que presuponía la inferioridad intelectual de las mujeres respecto de los hombres (Faur, 2017)³⁹. A su vez “se puso sobre el tapete el modo en que las instituciones como la familia, el Estado, las religiones y los medios de comunicación contribuían a perpetuar relaciones entre géneros, asentadas en jerarquías a favor de los hombres, y a invisibilizar los aportes femeninos (Faur, 2017, p.9). La contundencia de los movimientos emancipatorios resultaron

³⁹ Faur, E. (2017). *Mujeres y varones en la Argentina de hoy*. 1st ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Siglo Veintiuno, p.9.

fundamentales para conquistar muchos de los avances que hoy celebramos como un proceso sin retorno, transformando y ampliando la definición de ciudadanía:

“Ya no se trata del vínculo del individuo en relación a derechos y responsabilidades relacionados con el Estado-Nación que restringe la noción a la ciudadanía política, (*tout court*), sino que se refiere al conjunto de derechos que comprenden las dimensiones, civiles, sociales, personalísimas tales como la cuestión de la identidad sexual y los vinculados a la soberanía del cuerpo. Se trata de un amplio espectro que contiene, además de los derechos políticos, los de naturaleza social, cultural, de identidad, de reconocimiento, etc” (Barrancos, 2012, pág.23)⁴⁰

De acuerdo con Barrancos (2012), la persistencia de la incompletud de la ciudadanía femenina tiene su fundamento, pues, en las dificultades para asignar a las mujeres el estatuto de individuos y en imposibilidad consecuente de reunir las esferas públicas y privadas, de reasignarles axiologías y especialmente de transformar los papeles de los varones. A su vez, para Julia Kristeva (1979) la discontinuidad de las esferas que caracterizan se ve relegada a un factor adicional: el tiempo⁴¹. El tiempo es una dimensional social y una herramienta de poder, y las mujeres enfrentan la doble encrucijada de la insaciabilidad del tiempo de la vida doméstica y la insaciabilidad del tiempo de la vida pública cuando está en manos de los varones dedicados a la política.

La familia

En el prototipo de la familia nuclear patriarcal, la división del trabajo por género está muy arraigada: en su rol de padre-marido-proveedores, el hombre adulto es complementado por el de la mujer adulta, esposa-madre-ama de casa. Según este modelo, la madre cuida de los hijos e hijas,



Primo de Rivera, P. (1953). *Guía de la buena esposa*.

quienes en algún momento asistirán a la escuela para finalmente dejar el hogar paterno y establecer sus propias familias (Jelin, 2010). Sin embargo, con los avances en materia de género, dichos patrones culturales se han modificado: la expectativa de que las mujeres deben tener hijos y, en el extremo, la identificación de la feminidad con la maternidad parecería haber cambiado. De acuerdo con Faur (2017), para las mujeres contemporáneas, el trabajo

fuera de casa y la vida familiar se articulan en un continuo sin interrupciones tal como aparece en Maitena (2012). En este sentido, el cuadro de situación actual da cuenta de una transformación

⁴⁰ Barrancos, D. (2012). *Género y Ciudadanía en la Argentina*. *Iberoamericana – Nordic Journal of Latin American and Caribbean Studies*, 41(1-2), p.23.

⁴¹ Kristeva, J. (1979), “*Le temps des femmes*”. *Trente Quatre/Quarante Quatre*. *Cahiers de recherche des sciences des textes et documents*, 5:5-19.

profunda en las relaciones de género dentro y fuera del hogar. Pero, ¿hasta qué punto los cambios objetivos en la participación laboral de las mujeres modificaron también los roles de ambos géneros en el cuidado familiar?

Al observar las tapas de la revista *Noticias* se observan prejuicios culturales frente a las mujeres que “eligen” no ocupar el rol tradicional de madres, siguiendo lo que era norma y expectativa social casi universal hasta hace poco, ya que la idea de “mujer” venía unida indisolublemente a la idea de “madre”.

Tomando como ejemplo el caso de Malena Galmarini, líder política y mujer de Sergio Massa, el ser madre y tener un rol protagónico en la esfera pública, parecería ser noticia y novedad: “Una esposa visceral que manda en casa y pesa en la campaña” (portada 16 de agosto de 2013), como si el ocupar un rol protagónico por fuera de la esfera privada merecería una cierta distinción. Uno se pregunta ¿qué significará ser una esposa visceral?

La idea de mujer como madre, es referida múltiples veces por la revista, casi de manera natural. Sin embargo, el rol maternal al que se asemeja a las candidatas se encuentra fuertemente vinculado con un estereotipo tradicional y patriarcal: protectora, al servicio de, al interior de los espacios domésticos.

Representada como virgen, de forma maternal, encarnando un rol maternal y de cuidado María Eugenia Vidal aparece caracterizada como la virgen María en la portada del 12 de abril del 2017. A la luz de los postulados de Millet (1969), dicha portada ilustra una representación patriarcal entendida como “el conjunto de relaciones y compromisos estructurados de acuerdo con el poder, en virtud de los cuales un grupo de personas queda bajo el control de otro grupo” (Millet, 1969, p.32). Si bien, los avances en materia de género han permitido a la mujer conquistar nuevos espacios al exterior del hogar, rechazando su inscripción en los pactos patriarcales, logrando acceder a nuevos cargos tanto profesionales como intelectuales, difumando su imagen como mujer- madre únicamente (Greer, 1970), la representación de la mujer en la revista *Noticias* se encuentra ligada a sus funciones tradicionales.

Por un lado, la portada del 12 de abril representa textualmente a María Eugenia Vidal como una autoridad política profesional con un marcado poder político y un fuerte poder de decisión: “Cómo se transformó de Heidi en azote de los docentes”, cuestionando la imagen de mujer-madre, para dar lugar a la mujer-profesional. Sin embargo, la representación de la funcionaria en la portada de la revista *Noticias* no da cuenta de este cambio sociocultural y, por el contrario, reproduce un estereotipo de mujer que la ubica junto a la figura masculina tratando temas personales: “gurúes, martirio, vida privada y cambio de look”.



Revista *Noticias* 16 de agosto de 2013



Revista *Noticias* 12 de abril del 2017

De acuerdo con Millet (1969), la familia moderna con sus roles diferenciados para los hombres y las mujeres, tienen un importante papel en la reproducción del sistema patriarcal. Analicemos entonces, la portada de Vidal. Realizando un juego de palabras entre el nombre de la funcionaria y la figura de la Virgen María, la funcionaria encarna la figura religiosa. De acuerdo al Evangelio de Lucas, en la enunciación, el ángel Gabriel visita a la Virgen María y le anuncia que sería madre de Jesús por obra del Espíritu Santo. De forma milagrosa, María queda embarazada de Jesús, al servicio del Señor. Así como la virgen queda relegada al servicio del Señor, María Eugenia Vidal queda relegada a la figura de Mauricio Macri. Alzando en brazos al Presidente, la figura de María Eugenia Vidal aparece al servicio de éste. ¿Qué roles son entonces derivados de su accionar como gobernadora de la provincia de Buenos Aires? ¿Es acaso su poder de decisión libre? ¿O su accionar se encuentra ligado al servicio de una figura masculina? ¿No es precisamente esa disponibilidad de servicio al hombre (presidente) la que la hace una figura angelical?

A su vez, así como el embarazo de la Virgen María aparece como un acto milagroso, sin la voluntad intencional de María, los sucesos políticos comandados por Vidal aparecen de modo similar: “el milagro de un ajuste con apoyo popular”. Consecuentemente, de acuerdo a la revista *Noticias*, no es la estrategia, los logros y la profesión de la funcionaria la que llevan al apoyo popular, sino el carácter milagroso.

Asímismo, resulta interesante analizar cómo se estructura la posición desigual de la mujer mediante las imágenes que consume el electorado. De acuerdo con Gill (2008), las representaciones importan; los análisis feministas de los medios estudian cómo las imágenes y las construcciones culturales están conectadas a patrones de desigualdad, dominación y opresión. Abarcando las disciplinas de la historia del arte, el cine, el periodismo y la sociología, la cultura visual hace referencia a aquel campo que se interesa por los acontecimientos visuales en los que el consumidor busca la información, el significado o el placer conectados con la tecnología visual, entendiendo por tecnología visual cualquier forma de aparato diseñado ya sea para ser observado o para aumentar la visión natural (desde la pintura al óleo hasta la televisión o el internet)⁴². Por consiguiente, la cultura visual da cuenta de un recurso sumamente útil a la hora de estudiar la genealogía, la definición y las funciones de la vida cotidiana posmoderna, basándose en el papel determinante que desempeña la cultura visual en la cultura más amplia a la que pertenece (Mirzoeff, 2009). Vinculado a los aportes de Goffman (1959), la cultura visual ocupa un rol esencial en la construcción de estigmas sociales, dejando entrever un medio social mediante el cual se desarrollan categorías basadas en atributos y creencias sociales. Dichos estigmas construyen una identidad social a partir de la descomposición de una identidad total compleja, desencadenando una identidad a partir de una categorización socialmente construida⁴³.

⁴² Mirzoeff, N. (2009). *An introduction to visual culture*. New York: Routledge.

⁴³ Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, N.Y.: Doubleday.

Aplicado al análisis en cuestión, la imagen de María Eugenia Vidal, vestida como figura religiosa, llevando en sus brazos a Mauricio Macri (representando al niño Jesús) dan cuenta de cómo las representaciones de las mujeres en la cultura visual no dan cuenta de grandes avances en materia de género y política. Representada como mujer “al servicio de”, y no “semejante a”, acompañada por el titular “*Nuestra* señora del modelo”, la imagen da cuenta de una relación de enorme dependencia similar a la retratada por Primo de Rivera en 1953. Si para Mirzoeff (2009), la



Primo de Rivera, P. (1953). *Guía de la buena esposa*

cultura visual se afianza como lugar en donde se crean y discuten los significados, el “alfabetismo visual” que presenta a la mujer política como maternal, al cuidado de los hijos, protectora y tradicional, impediría la reconstrucción de significados que tomen a la mujer política como sujetos independientes.

Continuando con el análisis, la mujer política aparece reiteradas veces vinculadas al deseo de ser madre como titula la revista del 12 de abril del 2013: “El hijo que ella hubiera querido” haciendo referencia al deseo de Cristina Fernández de Kirchner frente a la figura de Andrés Larroque, diputado nacional de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires por el Frente Para la Victoria .

Mientras que la figura masculina es retratada de modo heroico y victorioso bajo el titular “ascendente soldado sin límites ni currículum laboral”, el rostro de Cristina por detrás, orgullosa, es caracterizado como un rostro maternal, atribuyéndole el deseo de ser madre de dicho personaje político (haciendo también referencia a que el hijo de Cristina no tiene el liderazgo político de Larroque). Retomando el análisis a partir de los estudios de cultura visual, la imagen de la portada del 12 de abril del 2013 merece ser analizada. La imagen de Larroque en primera plana, victorioso, a color, contrastan con la figura desdibujada de la funcionaria: monocromática y en un segundo plano. De acuerdo con Puleo (2005), dicha representación deja entrever una construcción social a partir de la socialización del género y el patriarcado. Mientras que el hombre aparece retratado junto con los resortes de poder, como la política y el gobierno, siendo representados a partir de su estatus, las mujeres quedan relegadas a una representación de acuerdo a su rol y temperamento. Reafirmando la creencia de que la cultura visual realzaría aquellos momentos en los que lo visual se pone en entredicho, se debate y se transforma como un lugar siempre desafiante de interacción social y definición en términos de clase, género, identidad sexual y racial (Mirzoeff, 2009), la portada del 12 de abril deja entrever la persistencia de un sistema político en donde la mujer queda representada en un segundo plano, donde incluso al



Revista *Noticias* 12 de abril del 2013.

ocupar el mayor cargo político como líder del Poder Ejecutivo, continúa siendo asimilada con funciones tradicionales como la maternidad.

Por el contrario, la idea de varón no está ligada, en ningún sentido, a la paternidad. Al hablar de sus hijos, los hombres parecen quedar separados de la escena paternal, como parecería quedar evidenciado en las portadas de la revista *Noticias*. En todo el repertorio iconográfico, hay únicamente cuatro portadas que tratan el tema de la figura política masculina en relación con la familia. En la primera de ellas, Daniel Scioli (Portada del 12 de mayo del 2017) es retratado en función del escándalo por el intento de aborto no consentido por su “novia” Gisela Berger, bajo el titular “Escándalo Scioli”, contrarrestando la maternidad como “deseo” en el caso de las portadas femeninas, versus



Revista *Noticias* 12 de mayo del 2017

la paternidad como “escándalo” en el caso masculino. En segundo lugar, se menciona el crítico embarazo de la mujer de Máximo Kirchner bajo el titular: “el complicado embarazo de su mujer”, sin mayores detalles en la portada del 7 de julio del 2013, relegando nuevamente las funciones maternas al sexo femenino. A su vez, al hablar de la funcionalidad de la familia Massa, mientras que Malena Galmarini es retratada como “una esposa visceral que manda en casa y pesa en la campaña”, Sergio Massa es descripto como “el preferido de mamá” sin referencia alguna a su rol como padre, atribuyéndole otras cualidades: “fútbol, celos y candidaturas”. Finalmente, de la portada del 6 de diciembre del 2013 se puede deducir la paternidad de Jorge Capitanich. Sin embargo, no hay alusión alguna a su accionar como padre, dado que el cuidado de sus hijas queda referido a su ex mujer. Incluso, frente a la disputa por el cuidado de sus hijas, las dos figuras son mujeres como indica el titular “la ex esposa versus la tutora de sus hijas”. La portada continúa citando a la ex mujer del funcionario: “esa mujer se apropió de mi familia”, destinando la cuestión de la paternidad a la labor femenina, sin alusión alguna a la figura del funcionario.



Revista *Noticias* 6 de diciembre de 2013

El titular cita la posesión “mi” en la frase atribuida a una de las mujeres, “se apoderó de mi familia”, como si el cuidado de los hijos fuese una cualidad exclusivamente femenina. Sin embargo, dicho recurso es observable nuevamente en la portada del 7 de julio del 2013 bajo el titular: “El hijo de Cristina”, evidenciando la ausencia de una figura masculina que cumpla el rol de padre, si bien su padre lejos de permanecer en el anonimato, es una de las figuras políticas masculinas más nombradas en las portadas de la Revista *Noticias* dentro de la temporalidad seleccionada: Néstor Kirchner.

Parecería ser, que de acuerdo a la representación de la temática familiar en la Revista *Noticias*, el modelo de familia “ideal” o idealizado continúa siendo la familia nuclear, caracterizada por la convivencia de una pareja heterosexual monogámica y sus descendientes, donde la sexualidad, la procreación y la convivencia coinciden en el espacio privado de un hogar conformado por la unión matrimonial. Mientras que las mujeres que ocupan cargos políticos, parecerían no poder separar su rol de funcionarias de su rol de madres, la alusión de la vida familiar de los políticos parecería ser sustancialmente diferente, minimizando las referencias al mínimo del cuidado de los hijos. En términos de Faur (2017) parecería ser que la participación económica y profesional femenina en el mercado ha alcanzado grandes logros, mientras que las prácticas del cuidado y atención de las familias poco se han modificado. En todo caso, las mujeres han agregado tareas, responsabilidades y nuevos mandatos sin haberse desprendido de la histórica responsabilidad del cuidado y atención de los miembros de su hogar como vimos en Maitena (2012).

El cuerpo:

En el contexto de cambio e inclusión que rodearon las primeras décadas del siglo XX, la modernidad, los cambios y las transformaciones que se incorporaban en los ámbitos sociales y culturales dejaban entrever una nueva problemática en torno al cuerpo⁴⁴. “El cuerpo femenino atravesó la ciudad moderna considerada todavía como peligrosa y, en este atravesar, también su cuerpo estuvo marcado por la modernidad de principio de siglo” (Bontempo, 200, p.9). Liberada del corseé para dar lugar a prendas sueltas, dejando entrever cuerpos delgados, estereotipo de belleza máximo, acompañados por rostros maquillados, cuerpos digitalmente modificados, tonos de piel uniformes y una estética rejuvenecedora y adelgazante, el estereotipo del cuerpo femenino se fue moldeando. Así, en vastas zonas de la cultura, se fue construyendo paulatinamente un consenso en torno al ideal del cuerpo de la mujer difundido a repetición a través de la fotografía y la prensa⁴⁵.



Primo de Rivera, P. (1953). *Guía de la buena esposa*

Desde una perspectiva cognitiva y social, Ramírez Barahona (2018) plantea los estereotipos formulados en torno a la apariencia física de la mujer como una operación que adjudica ciertas características a una serie de personas (en este caso las mujeres) por el hecho de pertenecer a un grupo y, en ese sentido, conforma un esquema sintético y necesario para la interacción social. En su dimensión social, el contenido de los estereotipos se nutre de los

⁴⁴ Bontempo, M. (2005). *Para Ti : El cuerpo de la mujer moderna (1922-1928)*.

⁴⁵ Traversa, O. (2007). *Cuerpos de papel II : Figuraciones del cuerpo en la prensa 1940-1970*(Instrumentos (Santiago Arcos Editor) ; 5). Buenos Aires: Santiago Arcos.

estándares culturales y las normas sociales interiorizadas durante los procesos de aprendizaje y socialización de las personas. Aunque existen también los estereotipos positivos, desde esta perspectiva social hay una tendencia a configurar caracterizaciones abusivas, porque se aplican de manera uniforme e inamovible a todas las personas que integran un grupo; extremas, porque se atribuyen de forma radical y exagerada; y resistentes al cambio porque su función es “*legitimar formas de dominación y poder social de un grupo sobre otro*” (Bernárdez Rodal, 2005: 30)⁴⁶

A su vez, en términos de Bontempo (2005), la temática del cuerpo femenino localiza el lugar donde se establecen relaciones de poder simultáneamente. El cuerpo define al hombre y a la mujer, a lo normal y lo anormal, legitima prejuicios sociales y crea cuerpos disciplinados y productivos- los límites de cada uno de ellos, menos impermeables respecto a otros cuerpos, son impuestos por las leyes y el Estado, la medicina, la literatura, la ropa, la moda o la ciudad⁴⁷. Asimismo, todos estos sistemas y dispositivos que construyen al cuerpo socialmente se reflejan claramente en los medios de comunicación⁴⁸.

Las representaciones de los cuerpos de las mujeres políticas en las tapas de la Revista *Noticias* dan cuenta de ciertos estereotipos femeninos y masculinos a la hora de la representación tanto de manera implícita como explícita. Una mirada interdisciplinaria, tomando aportes del campo de la comunicación, los estudios culturales latinoamericanos y la psicología social, nos permite comprender e interpretar las representaciones sociales que crea la Revista *Noticias* sobre las mujeres y cómo estas representaciones reproducen el androcentrismo y el patriarcalismo dominante y se convierten, así, en reproductoras de una mirada reduccionista de las mujeres⁴⁹.

De acuerdo con Bonavitta (2011), los medios de comunicación, son formadores de opiniones, deseos, creencias y representaciones. Pero éstas responden a los intereses del patriarcado dominante. Se estereotipa a las mujeres bajo los prototipos construidos por el androcentrismo, que constituye la adopción que la sociedad ha construido históricamente de un punto de vista central, que pretende homogeneizar a todas las personas bajo los mismos parámetros hegemónicos (Alfarache, 2003)⁵⁰. Un elemento fundamental para demostrar que los estereotipos de mujeres que transmiten los medios de comunicación obedecen a los intereses del patriarcado es el acceso muy limitado de las mujeres a los medios de comunicación y las tecnologías de información, en términos de representación y de empleo (Vega Montiel, 2010)⁵¹. Las imágenes estereotipadas que sobre ellas prevalecen en estas industrias, así

⁴⁶ Asunción, B. (2005). *Cuerpos imaginarios: ¿ exhibición o encubrimiento de las mujeres en la publicidad?*. 1st ed. Madrid: CIC. Cuadernos de información y comunicación

⁴⁷ Mc. Dowell, Linda, *Género, Indentidad y Lugar*. Un Estudio de las Geografías Feministas, Madrid, Ediciones Cátedra, Universidad de Valencia, 1999

⁴⁸ Feher, M. (1990). *Fragments for a history of the human body*. New York, NY: Zone.

⁴⁹ Bonavitta, P. (2011). De estereotipos, violencia y sexismo. Medellín: Universidad de Medellín.

⁵⁰ Alfarache, Á. (2003). *Identidades lésbicas y cultura feminista: una investigación antropológica*. México: UNAM, CEIICH.

⁵¹ Vega Montiel, A. (2010) *La responsabilidad de la televisión mexicana en la erradicación de la violencia de género contra las mujeres y las niñas*. Apuntes de una investigación diagnóstica. Revista Comunicación y Sociedad. Pp. 35-76

como su escasa participación como propietarias y productoras, han sido señaladas como poderosas barreras que dificultan la universalidad de los derechos humanos⁵².



Revista *Noticias*. 27 de octubre de 2017

En una plataforma que dé cuenta de un esquema de poderes desiguales, los medios gráficos parecerían apoyar y asegurar el mantenimiento del poder masculino. En esta línea, la violencia contra mujeres no solo alude a violencia física, psicológica, sexual y económica valiéndose de distintos medios y produciendo distintas consecuencias; sino que trasciende a todas las esferas de la vida (Vega Montiel, 2010). Conjuntamente, constituye un problema estructural que afecta su habilidad

para participar en proyectos de desarrollo, para ejercer su ciudadanía y para realizar sus derechos en democracia (Carrillo, 1992; Lori, 1994).

El presente apartado se concentra en esta idea, dando cuenta de una violencia estructural, reforzando y retroalimentando los asimétricos entretejidos sociales, como es el campo de la política.

Tomando las portadas del período 2013 y 2017, podemos observar que se transmite una mirada patriarcal opresora y de manera naturalizada a la hora de representar los cuerpos de los políticos y políticas. Por un lado, hay una tendencia a representar el cuerpo del hombre político en su función pública: vestido de traje, elegante, con la totalidad de su cuerpo cubierto. Incluso, en su representación satírica, el hombre político es representado como un sujeto de poder, reafirmando dicha



Revista *Noticias*. 21 de diciembre de 2017

idea en la representación corporal.

Tomando el caso del Presidente Mauricio Macri, podemos observar una representación del funcionario como un hombre fuerte y musculoso, extrapolando la idea del éxito en lo profesional al ámbito corporal. Con el titular “los planes de Macri agrandado: Los votos y los jueces federales nutren su mejor momento político. Quiere fortalecer su liderazgo nacional y la reelección en 2019 dejó de ser un rumor”. En la

misma línea, la portada del 21 de diciembre del 2017 toma un escenario diferente: aludiendo a un complicado momento político bajo el titular: “Mauricio Macri en sus horas más tensas: las obsesiones del señor frío”,

acompañado por el texto: “Fue su semana más tensa. Reaccionó con gestos de autoridad y paranoia. Ganó, pero a un alto costo...” la representación del funcionario parecería no ser sustancialmente diferente.

⁵² Vega Montiel, A. (2010) *La responsabilidad de la televisión mexicana en la erradicación de la violencia de género contra las mujeres y las niñas*. Apuntes de una investigación diagnóstica. Revista Comunicación y Sociedad. Pp. 35-76

Representado como una figura de ciencia ficción, con el cuerpo completamente cubierto con una vestimenta de guerrero futurista, su representación es coronada con la presencia de un arma que lo protege. Es decir, parecería ser que sin importar el contexto político, ya sea beneficioso o desfavorable, la figura política masculina es representada, de forma corporal, como una figura de poder. Incluso, en la portada del 2 de agosto del 2013, en donde la figura de Sergio Massa es representada de forma satírica como una mujer, la vinculación con el género femenino género femenino es desde una perspectiva de poder. Representado como Cristina Fernández de Kirchner, la representación corporal transvestida de Massa extrapola un formato de poder: reemplazando a la funcionaria, en su función pública.



Revista *Noticias*. 02 de agosto de 2013

Aplicando el análisis visual cinematográfico de Mulvey (1999) donde la división del trabajo heterosexual en activo-pasivo ha controlado la estructura narrativa, lo mismo aplica al plano gráfico. El cine (institucional) se ha encargado de posicionar y diferenciar la mirada de hombres y mujeres: donde los hombres son los sujetos activos que impulsan la narrativa, mientras que las mujeres son los objetos pasivos y productos del deseo masculino y de una mirada fetichista. La mirada masculina se presenta como una lógica que estructura la cultura visual occidental. Este concepto abarca complejos mecanismos, incluyendo el placer de la mirada voyeurista como prerrogativa exclusivamente masculina; la identificación narcisista con el personaje varón; y el fetichismo, que convierte a la mujer en un objeto inofensivo, de belleza perfecta. De acuerdo con los principios de la ideología dominante y de las estructuras psíquicas que la sostienen, la figura masculina no puede cargar con el peso de la objetivación sexual. Consecuentemente, así como en el cine el hombre aparece como soporte activo de la historia, haciendo que las cosas sucedan, emergiendo como representativo del poder en un sentido adicional: como poseedor de la mirada del espectador, lo mismo parecería suceder en la prensa gráfica a partir de las portadas analizadas. Contrariamente, la mujer parecería aparecer como espectáculo. Mientras que al hombre se le asignan tareas de control como ser perfecto, completo, y controlador (semejantes al análisis de las portadas del 21 de diciembre del 2017 y 27 de octubre del 2017) a la mujer se la posiciona como objeto erótico para la mirada (de allí las tapas en las que las mujeres exhiben su cuerpo semi desnudo). “En contraste con la mujer en tanto ícono, la figura activa masculina reproduce, de la manera más perfecta posible, las denominadas condiciones naturales de la percepción humana (...) El protagonista masculino es libre de organizar la escena, una escena de ilusión espacial en la que aquel articula la mirada y crea la acción” (Mulvey, 1999; p.6). Aplicando la teoría al caso de la revista *Noticias*, la figura masculina tiende a aparecer bajo una representación corporal exagerada, exaltando sus atributos físicos, centrando su imagen en el centro de las portadas como figura central de las mismas, exhibiendo la totalidad de su cuerpo y no fracciones del mismo.

Las representaciones masculinas, parecerían, entonces, dar cuenta de lo que Foucault (1991, p.9-27) adjudicaba como “espacios de poder”, aludiendo a éstos como construcciones constituidas no sólo por macro instituciones sino, especialmente, por una microfísica que desarrolla normas de conducta colectiva, códigos de interrelación o todo un sistema de símbolos que culmina en la articulación de mentalidades y cosmovisiones históricas en las que se asimilan inconscientemente dichas clasificaciones de sujetos y objetos⁵³. En la misma línea, el género constituiría una representación total del sistema social, en tanto lugar en el que se cruzan discursos, creencias y normas sobre lo que la identidad femenina y masculina representa y sobre la relación de poder que prima entre ambos géneros, y que se ha traducido históricamente en la supremacía masculina sobre la subordinación femenina. Esos discursos, estereotipos y creencias se visibilizan en la desigualdad de género que se expresa en la dimensión social, pero también en la económica, la jurídica, la política y la cultural, lo que origina el trato discriminatorio de las mujeres (Flores-Palacios, 1996). Por tanto, la perspectiva de género se formula como “un punto de vista a partir del cual se visualizan los distintos fenómenos de la realidad (científica, académica, social o política), que tiene en cuenta las implicaciones y efectos de las relaciones sociales de poder entre los géneros” (Serret, 2008, p. 15).



Revista *Noticias*. 11 de enero de 2013

Tomemos así, el caso de las mujeres en la política. En el caso de la ex presidenta Cristina Fernández de Kirchner en la portada del 11 de enero del 2013, un escenario político marcado por la tensión no es sinónimo de una representación de ciencia ficción, portando armas, sino de reina malvada. Lejos del traje de hierro, su vestimenta alude a los vestidos y la emulación de los cuentos de hadas de los hermanos Grimm. Emulando la mítica escena en donde la madrastra de Blancanieves le pregunta al espejo quién es la más bella del reino y el espejo responde Blancanieves, la representación ficticia deja entrever una representación estereotipada de la mujer política. Haciendo alusión a la herida narcisista de

la madrastra que manda a matar a Blancanieves para deshacerse de su rival en belleza y ser la única bella del reino. La portada de la revista *Noticias* vuelve a posicionar la temática de la belleza como eje de preocupación para las mujeres. Sin embargo, la imagen que se refleja en el espejo no es la de Blancanieves u otra mujer bonita, sino la de Daniel Scioli que aparece como rival político de Cristina y que lleva a suponer que ella querrá destruirlo por disputar su hegemonía.

Sin embargo, parecería ser que la pregunta que realiza Cristina al mirar al espejo no es acerca de la belleza, sino del poder. Al optar por espacios al exterior de lo doméstico, como es el caso de la política, la mujer queda distanciada de los espacios privados tradicionales donde se encontraba resguardada bajo la compañía de los hijos, maridos o hermanos (Greer). Por consiguiente, el destino

⁵³ Foucault, M.(1991): Espacios de poder, La Piqueta, Madrid.

en los espacios públicos es enmarcado por una condena a la soledad, la inseguridad y la amenaza a la violencia sexual. Aquellas mujeres que optan por una trascendencia en la esfera pública se ven sometidas a una nueva forma de represión al deformar su auténtico erotismo maternal, profundamente diferente al del hombre, para someterse a los dictados del desarrollo capitalista. Por consiguiente, la representación de Cristina Fernández de Kirchner como reina y madrastra puede ser interpretado en función de los postulados de Greer (1970), en tanto su elección de ser una figura de poder pública, y por ende distanciarse del rol tradicional de madre y esposa, queda asemejada a la de una figura malvada.

A su vez, tomando el caso de María Eugenia Vidal, podemos observar un caso de éxito político. Bajo el titular: “Nuestra señora del modelo: esta mujer está blindada. Se endureció y cambio de look. El macrismo quiere clonarla para las elecciones”, podemos analizar la relación entre texto y representación. A diferencia del caso de éxito de Mauricio Macri, María Eugenia Vidal no aparece representada como una mujer empoderada, musculosa, exhibiendo su fuerza (la cual haría alusión de forma metafórica a su presencia política). Por el contrario, su cuerpo es representado en función de una actividad maternal. Completamente tapado, emulando el rol de la Virgen María, sosteniendo al niño Jesús. A su vez, a diferencia del poder que se vincula con la fuerza, el éxito de la funcionaria se asemeja a un milagro. Con el titular: “El milagro del apoyo popular”, adjudicando el éxito no a una



Revista *Noticias*. 12 de abril de 2017.

calidad personal (fuerza, espíritu de liderazgo, inteligencia, estrategia) sino a un factor divino. Incluso, podemos observar que en ambos casos, ya sea de éxito o de tensión política, el cuerpo femenino es representado junto a una figura masculina, particularidad que no se da en el caso masculino. De acuerdo a Muñoz Lopez (1997), en su análisis de la transmisión de valores sexistas a través de los medios de comunicación la valoración de si un individuo es sujeto dominante o subordinado ha tenido su correlación con la taxonomía de lo inferior y dependiente y lo superior e independiente, casi siempre asociado a lo masculino. Ilustrado en la portada del 8 de marzo del 2013



Revista *Noticias*. 12 de abril de 2017.

podemos ver una portada emblemática en función de lo planteado.

Con el titular “La segunda soledad de Cristina”, podemos ver la imagen de la funcionaria bajo un rol político: su conducta corporal da cuenta de un rol de líder, dando órdenes, caminando firmemente. Sin embargo, en colores grises, emulando la corporalidad de fantasmas, la imagen de su difunto marido y del Presidente Chávez la acompañan por detrás, como sombras. Simultáneamente, el titular encabeza: “La segunda

soledad de Cristina” (enfaticando tanto en tamaño tipográfico como en color la palabra soledad). El texto acompaña: “intimidaciones del peor

golpe desde que quedó viuda. La nueva significación del luto y la chance del liderazgo regional”. Ambas portadas reflejan los aportes de Mulvey (1999), en tanto parecería haber dos polos en los modos de representación de la mujer que articulan la diégesis, cada uno de ellos asociado a una mirada. Uno de ellos refiere a la mujer como objeto de la mirada: aislada, llena de glamour, expuesta y sexualizada. El otro, y evidente en los dos casos recientemente analizados, refieren a la mujer a partir de la presencia de una figura masculina.

“A medida que la narración progresa, la mujer se enamorará del principal protagonista masculino y se convertirá en su propiedad, perdiendo sus características exteriores atractivas más evidentes, su sexualidad generalizada, sus connotaciones de *show-girl*; su erotismo se sujetará únicamente a la estrella masculina. A través de la identificación con él, a través de la participación en su poder, el espectador podrá poseerla indirectamente, también.” (Mulvey, 1999; p.7)

Si bien los aportes de Mulvey (1999) están orientados al análisis particular de la cinematografía, el mismo patrón parecería aplicarse al mundo de la imagen en general y al estudio de portadas de la revista Noticias en particular. Frente una representación de carácter político, la mujer (en sus extremos angel bruja) parecería ocupar un rol de intrusa en la política, relegando su accionar bajo una figura masculina. Como es evidente en la portada del 12 de abril del 2017, al aparecer junto a una figura masculina, la mujer ya no ocupa el eje central de la portada, sino que su accionar es indudablemente asociado a un rol subordinado. Aún cuando las figuras masculinas no están presentes desde un plano



Revista Noticias. 27 de septiembre de 2013

terrenal, lo están en su accionar. Indudablemente, la aparición de un doble protagonismo en las portadas, relega a las mujeres un papel antagónico al papel que cumplen cuando éstas aparecen como protagonistas. Al encontrarse solas, sus representaciones tienden a exacerbar sus atributos de *femme fatale*, mientras que su aparición conjunta con una figura masculina le atribuye funcionalidades opuestas: mujer de (15 de febrero del 2013, 8 de marzo del 2013, 16 de agosto del 2013), al servicio de (2 de abril del 2017, 28 de diciembre del 2017) o como madres de (12 de abril del 2013, 14 de junio de 2013, 7 de julio del 2013)

No obstante, la aparición de las mujeres políticas por sí solas, como únicas protagonistas en la portada, emularían la función de las mujeres en el cine, dando lugar a la cosificación de las mismas. Incluso, no es parecería ser aleatorio que las representaciones más provocativas, eróticas y sensuales de la funcionaria Cristina Fernández se den a partir de la muerte de su marido. Véase que siempre que se trata el tema de Cristina Fernández como mujer de Néstor Kirchner, su representación alude a una figura modesta, no provocativa y de perfil bajo (7 de abril del 2017, 28 de julio del 2017, 8 de marzo del 2013). Contrariamente, las representaciones que aluden al período como viuda realizan una representación a partir de mujer-deseo: provocativa, fraccionada, a partir del tratamiento del cuerpo y del estilo personal como temática.

A lo largo del trabajo de archivo dentro del período 2013 y 2017, parecería haber una tendencia a vincular a la mujer con su estética, al punto de que sea dicha temática la protagonista, y no su integridad, fraccionando así también la representación de su cuerpo.

Desde un plano teórico, los aportes de Kate Millet (1969) en su canónica obra *Sexual Politics* podrían ser útiles para explicar el por qué de la representación cosificada de la mujer. De acuerdo con la autora, la elección de la revista *Noticias* de representar a la mujer política de acuerdo a su estética da cuenta de un factor *político* bajo el lema “lo personal es político”. Lejos de ser una razón aleatoria, la autora se detiene en el análisis supra estructural, argumentando que lo personal es político en tanto no se puede aislar la política, el poder de organizar y decidir el destino de una sociedad, de las circunstancias, problemas y conflictos de los individuos que conviven en ella. De acuerdo con la autora, la política ideal excluye la dominación y ordena la sociedad de acuerdo a principios racionales pero, hasta el presente, la política real no ha sido otra cosa que dominación al verse fuertemente vinculada con los valores patriarcales. Millet (1969) afirma que las mujeres son colonizadas por el imperialismo masculino, mediante una colonización interior, viendo en la socialización patriarcal una colonización, y como tal una maniobra ilegítima de dominación, concluyendo que la relación entre los sexos es, pues, política (Puleo, 2005).

Ejemplificando su postura, podemos tomar el caso de Cristina Fernández de Kirchner, en la portada del 27 de septiembre del 2013. Con la parte inferior de su cuerpo como protagonista, la portada presenta la completa ausencia del rostro de la funcionaria, concentrándose en dos pilares: su dieta y terapia. Bajo el titular: “El look Nac and Hot: paso a paso como bajó 10 kilos en cuatro meses” podemos ver como la temática del cuerpo femenino toma la primera plana. En la publicación online de la portada, la revista acompaña:

“se presentó a un acto en Ezeiza luciendo calzas ajustadas o “leggings”, una blusa corta que no llegaba a cubrirle la cadera, unos zapatos de tacos altos y un collar de perlas. El *restyling* presidencial revolvió el avispero político y mediático. Hasta el reaparecido Carlos Reutemann fue obligado a pronunciarse sobre las calzas antes que a definirse sobre su eventual alianza con Sergio Massa: “Le dan un toque juvenil”, opinó el hombre que supo despertar, en su condición de *celebrity* de la Fórmula. A la Presidenta le encanta llamar la atención y que la vean linda y atractiva, tal vez tanto como a cualquier mujer”⁵⁴

Enfocándose en su vestimenta, la nota parece ilustrar de manera explícita la idea planteada: cuerpo por sobre logros políticos bajo la frase de Reutemann. Incluso, y acompañando la idea de fraccionar el cuerpo político, la representación del look de Cristina Fernández parecería fraccionar también la idea de que hay un espacio público para lo mujer y uno privado, y que ambos espacios parecerían no poder fusionarse. El ser coqueta no sólo aparece como una actividad exclusiva del sexo femenino, sino que incluso cuando una mujer es coqueta y además ejerce un rol como líder político, dicha dualidad parecería ser aludida como un logro, o una excepción.

⁵⁴ Díaz, J. (2013). *Secretos del look Nac & Hot de Cristina*. [online] Noticias Perfil. Available at: <http://noticias.perfil.com/2013/09/27/el-look-nac-hot-de-cristina/> [Accessed 27 Mar. 2018].

Mulvey (1999) analiza la forma en la que el cine refleja, revela, e incluso participa en la correcta y socialmente establecida interpretación de la diferencia sexual que controla las imágenes, las formas eróticas de mirar y el espectáculo, examinando como el inconsciente de la sociedad patriarcal ha estructurado la forma cinematográfica. Extrapolando los postulados de Mulvey al presente análisis, resulta pertinente profundizar en las formas en las que se ha desarrollado la manipulación del placer visual. De acuerdo con la autora, en un mundo ordenado por la desigualdad sexual, el placer de mirar se encuentra dividido entre activo/masculino y pasivo/femenino. La mirada masculina determinante proyecta sus fantasías sobre la figura femenina que se organiza de acuerdo con aquélla. En su tradicional papel exhibicionista, las mujeres son a la vez miradas y exhibidas, con su apariencia fuertemente codificada para causar un fuerte impacto visual y erótico por lo que puede decirse que connotan una “ser-mirada-idad” (*to-be-looked-at-ness*). Consecuentemente, la mujer exhibida como objeto sexual es *leit-motif* del espectáculo erótico: “de las *pin-ups* al *strip-tease*, la mujer sostiene la mirada, representa y significa el deseo masculino” (Mulvey, 1999, p.4)



Revista Noticias. 22 de noviembre de 2013

Lejos de ser un caso aislado, la temática desarrollada por Mulvey se repite reiteradas veces: 12 de abril del 2017, 28 de diciembre del 2017, 15 de noviembre de 2013, 22 de noviembre de 2013. No sólo la temática se repite, sino la tendencia a fraccionar el cuerpo de la funcionaria para hacer énfasis en ciertos aspectos de la estética corporal, fenómeno que no ocurre en ninguna portada cuyo protagonista sea un hombre. Los primeros planos de piernas, caderas y cinturas integran el relato de erótico creado por la revista. “Una parte del cuerpo fragmentado destruye el espacio renacentista, la ilusión de profundidad exigida por la narración, trayendo a la pantalla la superficie plana y la calidad de un recortable o ícono en lugar de la verosimilitud” (Mulvey 1999; p.5) Tomando así la portada del 22 de noviembre de 2013, la temática parecería volver a repetirse. Tras un receso en su actividad política por cuestiones de salud, Cristina Fernández vuelve a su accionar como funcionaria. Sin embargo, la representación de la revista se orienta hacia su vida privada, cambios en su estética corporal y vestimenta. Con el titular: “volvió sin luto, con perrito inofensivo y sonrisa zen. Por debajo de la sonrisa se esconde la ferocidad de una mujer dispuesta a todo (...) Ella es una *rockstar*”. Nuevamente, podemos ver que la temática de la vestimenta es un tópico que ocupa la primera plana, incluso cuando el tema a tratar sea el retorno político. Sin embargo, dicho fenómeno parecería ocurrir únicamente en el caso de las mujeres. Nuevamente, no sólo la temática parecería quedar encasillada bajo un enfoque reduccionista, siendo aplicable únicamente a las mujeres, sino que también el reduccionismo se aplica a su figura corporal. Bajo el título de portada: “CFK: el regreso, show caos y tormenta”, la portada del 22 de noviembre de 2013 parecería tener como figura a Cristina Fernández de Kirchner, pero nuevamente, es una parte de su cuerpo la que es representada, y no la totalidad. En

términos de Mulvey (1999), la belleza de la mujer como objeto y el espacio donde aparece se funden, y por consiguiente, pasa a ser un producto perfecto, cuyo cuerpo, estilizado y fragmentado por los primeros planos, se convierte en el contenido y en el directo recipiente de la mirada del espectador.

Dicha disección del cuerpo, así como también el tratamiento de los temas de erotismo, belleza, dan lugar a lo que Matheos de Cabo (2007) denomina cosificación de la mujer en los medios. Retomando el análisis de la portada del 12 de abril del 2017, el texto hace referencia al cuerpo de María Eugenia Vidal del siguiente modo: “El macrismo quiere clonarla para las elecciones” no solo adjudicándole un rol de objeto clonable. La cosificación también se manifiesta en la portada del 27 de diciembre de 2017 en el caso de María Eugenia Vidal. La portada se titula: “El personaje del año”, acompañada por la imagen de la funcionaria. Sería de esperar, que con dicho titular, y tras un año de haber ocupado el cargo de Gobernadora de la provincia de Buenos Aires, la nota está vinculada a sus logros políticos o balance anual. Sin embargo, lejos de una caracterización política, la imagen de la funcionaria vuelve a ser vinculada con un objeto: “Esta mujer está blindada (...) defectos, virtudes y vida privada”.

Finalmente, resulta pertinente adentrarnos nuevamente en la cultura visual como recurso útil a la hora de estudiar la genealogía, la definición y las funciones de la vida cotidiana posmoderna, basándose en el papel determinante que desempeña la cultura visual en la cultura más amplia a la que pertenece (Mirzoeff, 2009). A la hora de analizar la representación de la corporalidad femenina en las portadas de la revista *Noticias*, la cultura visual proporciona un modelo para pensar de modo crítico el mundo de las imágenes que saturan la vida contemporánea de todos los individuos y no solamente las formas más elevadas del arte. A su vez, el feminismo propone o demanda una postura política y ética en torno a la experiencia cultural expandiendo la forma de analizar los roles de género en las experiencias culturales (Jones, 2010). Por consiguiente, ambos modos de pensar, el feminismo y la cultura visual, están impulsados por preocupaciones políticas y se centran principalmente en las formas culturales como información de la experiencia subjetiva. Por consiguiente, la visualidad (las condiciones de cómo vemos y construimos significados de lo que vemos) es una de las claves mediante las cuales el género se inscribe culturalmente en la cultura occidental. Por ende, mientras la cultura visual siga representando a la mujer política en función de sus atributos corporales, su estética y peso, la representación de la mujer política como sujeto independiente y autónomo se encuentra limitada.

Carácter emocional

A lo largo de la presente investigación, se observa un fuerte contraste entre la representación femenina y masculina con respecto a las emociones. Retomando los postulados de Parker (1993) la variable género es un tamiz decisivo a través del cual se construye la comprensión emocional, donde los discursos sobre el género y la emocionalidad tienen una función regulatoria tanto a nivel público

como privado⁵⁵. Si bien diversos autores como Burman (1998), Fischer (2000) y Shields (2000) sostienen que es necesario alejarse de las concepciones fijas y permanentes de la oposición binaria para lograr una historicidad y una deconstrucción genuina de los términos de la diferencia sexual⁵⁶, dicho abordaje no se da en la revista *Noticias*.

De acuerdo a los aportes de Grewal y Salovey (2006), el estereotipo de las mujeres como el sexo más “emocional” aún pervive en la actualidad⁵⁷. Pero, ¿cómo se explican estas diferencias?. El Iluminismo fue clave para definir a los varones como sujetos agraciados por la razón. La Ilustración delineó la idea central de que la razón puede, por sí sola, guiar y controlar nuestras vidas (Seidler, 1994)⁵⁸. Kant se apoyó a su vez en Descartes para definirla como una facultad independiente, que se opone a nuestra naturaleza “animal”. Identificar la masculinidad con la racionalidad fue central en la concepción de la modernidad occidental. En 1772, el gran filósofo Jean-Jacques Rousseau, descendió al mundo de las más precarias presunciones al escribir sobre los sexos: “Cuando la mujer se queja de la injusta desigualdad que en este mundo han puesto los hombres, se equivoca; esa desigualdad no es una institución humana, o al menos no es obra del perjuicio sino de la razón” (Rousseau, 1997:539).⁵⁹ Una vez “demostrado” que hombres y mujeres no están igualmente constituidos, Rousseau estableció que las bases de su educación debían ser diferentes. Había que formar a los varones para que se desempeñaran en la vida pública; a las mujeres para habitar el mundo doméstico, agrandar y servir, sin jamás alterar su sujeción al poder “del padre, primero, y del marido, después”.

Si bien estas premisas son previas a la Revolución Francesa, habiendo transcurrido dos siglos desde entonces, aún subsisten teorías que sostienen diferentes capacidades intelectuales entre varones y mujeres. Consecuentemente, cuando los varones siguen el ideal racionalista, deben suprimir todas aquellas emociones y deseos que no se adecuen a ese parámetro. El hombre, por ende, no debe expresar, sino inhibir. Debe tener certezas protegidas por su “blindaje emocional”: abstenerse de expresar emociones “femeninas” y mostrar resistencia al dolor (Faur, 2004)⁶⁰. Uno de los rasgos que mejor encajan en la identidad típicamente masculina es el control de los sentimientos para dar lugar a un tipo de inteligencia racional sistemática y matemática, dejando por fuera la inteligencia afectiva y social.

En las portadas de la revista *Noticias*, esta idea se confirma. Prácticamente no hay alusiones al carácter emocional de los hombres, a diferencia de las mujeres, quienes aparecen de forma reiterada vinculadas a factores emocionales. En tanto los primeros, las pocas menciones que hay a su vida

⁵⁵ Parker, J., Saklofske, D., & Stough, C. (1993). *Assessing Emotional Intelligence*. Dordrecht: Springer.

⁵⁶ Fischer, A. (2000). *Gender and emotion*. New York, Ny: Cambridge University Press..

Burman, E. (1998). *La deconstrucción de la psicología evolutiva*. Madrid: Visor..

Shields, S. (2002). *Speaking from the heart*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.

⁵⁷ Grewal, D., & Salovey, p. (2006). *Inteligencia emocional*.

⁵⁸ Seidler, V. (1994). *Unreasonable men*. London: Routledge.

⁵⁹ Rousseau, J.-. (1997), *Emilio o la educación*, Madrid, Alianza.

⁶⁰ Faur, E. (2004), *Masculinidades y desarrollo social. Las relaciones de género desde la perspectiva de los hombres*, Bogotá, Unicef- Arango.

emocional se encuentran vinculadas a un perfil emocional racional, reivindicando lo pragmático, sistemático y profesional.

Tomando el caso de la portada del 6 de enero del 2017, podemos ver la figura del político Marcos Peña, bajo el título: “maneja la imagen, el discurso y el marketing oficiales. Sus rivales internos lo tildan de autoritario: nadie habla sin su venía”, asimilando su perfil profesional bajo una personalidad técnica y racional. La misma línea es escogida para representar al Presidente Mauricio Macri en la portada del 25 de agosto del 2017, donde el Presidente es descrito bajo el título: “Qué tiene en la cabeza el Presidente. Su estrategia de poder con vistas a octubre (...) Tiene relato, genera intriga, y exhibe autoridad”, dejando entrever nuevamente una asociación entre carácter público y una personalidad racional. El accionar político del funcionario es representado como una tarea medida, planeada, analizada, y no conducida por la emotividad. En



Revista *Noticias*. 25 de agosto del 2017



Revista *Noticias*. 21 de diciembre del 2017



Revista *Noticias*. 27 de marzo del 2017

tal caso, la presencia de las emociones irían en la misma línea: dureza, profesionalismo, autoridad. En la portada del 21 de diciembre del 2017 la representación emocional del funcionario vuelve a repetirse: a la hora de hablar de sus decisiones políticas, la representación de Macri se vincula con su carácter emocional. Sin embargo, los rasgos seleccionados para describir su accionar son la frialdad y la autoridad. Bajo el titular: “Las obsesiones del señor frío” la caracterización del funcionario es acompañada por una imagen congruente: vestido con un traje de metal de guerrero del futuro, con un arma en mano, afianzando poder y presencia, la imagen acompañaría lo previamente citado. Tomando otro caso, en la portada del 27 de marzo del 2003 Guillermo Moreno es representado a partir de su función política, aludiendo a una descripción profesional y racional desde el plano emocional. El titular que encabeza la portada indica: “Más poder que nunca (...) el cerebro del giro franciscano (...) viveza económica y sensibilidad popular (...) Como diseña una ofensiva final contra bancos, sus cada vez más asombrosos pensamientos”. A su vez, la imagen del funcionario, aunque satírica, vestido como cardenal, con expresión indiferente, refutando cierta idea ajena, darían cuenta de su rol racional, independiente y autónomo.

Sin embargo, en la misma portada, debajo de la representación profesional, racional, y razonada de Guillermo Moreno, aparece una descripción de Cristina Fernández de Kirchner antagónica. A diferencia del caso masculino, el texto alude a una caracterización en función de su

vida personal y emotividad, pero los rasgos destacados a nivel emocional son sustancialmente diferentes. Si bien el titular comienza: “Anticipo CFK íntima: el libro que revela negocio y sentimientos” a diferencia de Moreno, no hay cuestiones de liderazgo político para describir su accionar. Por el contrario, la figura de la ex mandataria es caracterizada a partir de sus sentimientos de la siguiente manera: “La Presidenta cada día confía más en su viveza económica” (la de Moreno). A su vez, la imagen seleccionada, mirando hacia arriba (hacia la figura central de Moreno, con un gesto religioso con sus manos) darían cuenta de la asimetría de poder de decisión que pretendería marcar la revista.

En lo que respecta la esfera laboral, la tendencia general de la revista *Noticias* es la de representar a la mujer desde un perfil tradicionalmente femenino. Lejos de asumir el estilo tradicionalmente identificado como masculino (agresivo, duro, impersonal), aplica las características conversacionales tradicionalmente antagónicas destinadas a las mujeres (un estilo democrático de toma de decisiones, la cortesía positiva, la empatía...). De acuerdo con los aportes de Martínez Hernández (2016), los medios cumplen un rol clave en la construcción de la realidad social a partir de diversos discursos. Uno de estos discursos es el que refiere a la dinámica relacional entre mujeres y hombres, denominado sistema de género ya que atribuye una serie de roles y significaciones identitarias para que los sujetos configuren una masculinidad y una femineidad determinadas. La participación de los medios hace que dicho discurso se someta a estrategias de manipulación para hacerlo atractivo, tanto como mercancía como producto cultural⁶¹.

Este antagonismo en la representación da cuenta de lo que Braudillard y Guillaume (2000) denominaron como la *producción del otro*. De acuerdo a los autores, con la modernidad y los avances en materia de representación de género, la representación de la mujer en los medios comienza a ser delineada como diferencia a falta de poder vivir la alteridad como destino⁶². Esto concierne no solo al cuerpo sino al sexo y a la relación social. Es justamente para escaparse del mundo, del cuerpo y del sexo (el otro sexo) como destino, por lo que se inventa la producción del otro como diferencia. Así sucede con la diferencia sexual: cada sexo tiene sus características anatómicas, psicológicas, con su deseo propio y todas las peripecias insolubles que resultan de esto, incluso la ideología del sexo y del deseo, y la utopía de una diferencia sexual fundadas a la vez en el derecho y la naturaleza (Braudillard, 2000). De acuerdo con Martínez Hernández, el antagonismo de género que difunden los medios a partir de dicha *producción del otro*, por antonomasia hace imposible las relaciones equitativas entre mujeres y hombres. La reproducción de dicha rivalidad exige la exaltación de las características del sujeto masculino por encima de las femeninas. De ahí que cuando una mujer exija el reconocimiento de sus potencialidades, se mire más como una provocación o un ataque al sistema establecido.

⁶¹ Martínez Hernández, A. (2016). El antagonismo de género. [online] Mujeres net. Available at: <http://www.mujeresnet.info/2016/12/el-antagonismo-de-genero.html> [Accessed 16 Apr. 2018].

⁶² Braudillard, J. (2000). *Las figuras de la alteridad*. México: Taurus, pp.11-119.

A la hora de analizar las portadas de la revista Noticias, resulta imposible no notar el antagonismo en lo que respecta la representación emocional de las mujeres con respecto a los hombres. Notando un fuerte patrón bajo tres temáticas recurrentes: la furia y el enojo, las enfermedades psiquiátricas y finalmente emotividad.



Revista *Noticias*. 23 de agosto de 2013



Revista *Noticias*. 11 de enero de 2013

Partiendo de la representación de la furia, se puede notar un patrón en torno a la imagen de la mujer en la política. El análisis de portadas dejar entrever la idea de que la cuestión política trae aparejada el desencadenamiento de la ira femenina. A diferencia de las representaciones masculinas descritas anteriormente, los hombres son caracterizados desde un perfil racional, distante, calculador, mientras que las mujeres son aparejadas a los factores emocionales y temperamentales.

Tomando el caso de Cristina Fernández de Kirchner en la portada del 23 de agosto del 2013, podemos observar la imagen de la funcionaria con un gesto de furia e irritación. Bajo el titular: “Cristina y Magnetto en una campaña fuera de control. Los dos demonios” podemos notar la atribución del carácter temperamental de la funcionaria. Acompañado por un fondo impregnado de llamas de fuego, la imagen aludiría a un exceso temperamental, de ira y furia⁶³. Si bien uno podría argumentar que el factor emocional aplica a ambos personajes, sin hacer especial énfasis en un sexo determinado, la secuencia se repite en múltiples ocasiones. En el

caso de la portada del 11 de enero del 2017, podemos notar una caracterización de la Presidenta en función de su carácter emotivo bajo el titular: “La furia de Cristina”. A su vez, hay una exacerbación de su estado anímico (véase tipografía aumentada en la palabra furia). A medida que el receptor analiza la portada, un nuevo titular señala: “Odio a Scioli y soledad total”, vinculando su estilo político con su carácter emocional, cuyas cualidades son negativas: enfurecida e irritada. Incluso, la imagen seleccionada retrata a la ex mandataria como una reina malvada haciendo alusión a la bruja malvada de Blancanieves, asimilando la función política de Cristina Fernández con el accionar político de la monarca del cuento de los hermanos Grimm, donde el accionar de la reina se encontraba guiado por su carácter temperamental, patológico y maléfico.

⁶³ abc. (2018). *¿De qué color vemos cuando nos enfadamos?*. [online] Available at: <http://www.abc.es/sociedad/20140316/abci-vision-rojo-enfado-201403161722.html> [Accessed 9 Apr. 2018].



Revista *Noticias*. 7 de junio de 2013

producen las marcas del poder en las mujeres. Sin embargo, el enojo y la ira no son atribuidos a cuestiones de personalidad únicamente, sino que estos atributos son trasladados conjuntamente a su accionar político. Es decir, derivado de una personalidad cargada por una fuerza emocional casi destructiva, el accionar político derivado de su gestión resulta una amenaza. Ilustrando dicha cuestión, podemos tomar la portada del 19 de agosto del 2013, observando nuevamente una fuerte correlación entre el accionar político de la presidenta y sus cualidades emocionales. El titular enuncia: “Le quedan 18 meses para pensarse como ex presidenta. De ello dependen su equilibrio emocional y el futuro del país (...) el mayor desvelo de Cristina: ser pasado y como curarse del síndrome de *hybris*”. Evidentemente el poder sin equilibrio emocional, trae aparejado un segundo peligro: el desequilibrio mental.

Descomponiendo el título de esta portada, encontramos la referencia al síndrome de *Hybris*, presunta enfermedad señalada por los neurólogos Owen y Davidson (2009) aplicada a los políticos: “Los políticos víctimas del *hybris* tienen una propensión narcisista a ver la realidad como una arena en la que pueden ejercer el poder y buscar la gloria. Se comportan de manera impulsiva, creen ser infalibles, hablan de sí mismos usando el plural mayestático “nosotros” o en tercera persona, como si fuesen voceros de un “presidente” a quien admiran. Se sienten responsables de un modelo o de una misión histórica, que los pone por sobre la ética que rige para la gente común, pero no para ellos, que

En el caso de la portada del 7 de junio del 2013, la funcionaria vuelve a ser representada en función de su fuerte carácter. Bajo el titular: “Escenas increíbles del miedo a Cristina (...) Está fuera de sí. Les grita a todos” “¿El miedo de los otros se origina en su propio miedo a un futuro en despoder?” podemos notar nuevamente la atribución temperamental a la funcionaria, asemejándola con una fuerte emotividad. Pero además esa ira envejece, avejenta y envilece el rostro de CFK, como marcando lo que

producen las marcas del poder en las mujeres. Sin embargo, el enojo y la

ira no son atribuidos a cuestiones de

personalidad únicamente, sino que estos atributos son trasladados

conjuntamente a su accionar político. Es decir, derivado de una

personalidad cargada por una fuerza emocional casi destructiva, el accionar

político derivado de su gestión resulta una amenaza. Ilustrando dicha

cuestión, podemos tomar la portada del 19 de agosto del 2013, observando

nuevamente una fuerte correlación entre el accionar político de la

presidenta y sus cualidades emocionales. El titular enuncia: “Le quedan 18

meses para pensarse como ex presidenta. De ello dependen su equilibrio

emocional y el futuro del país (...) el mayor desvelo de Cristina: ser

pasado y como curarse del síndrome de *hybris*”. Evidentemente el poder sin equilibrio emocional, trae

aparejado un segundo peligro: el desequilibrio mental.

Universidad de

San Andrés



Revista *Noticias*. 19 de agosto de 2013



Revista *Noticias*. 12 de octubre de 2017.

encarnan la historia»⁶⁴. Vinculando el caso de Cristina Fernández a dicho síndrome, se delinea cierta postura con respecto a las cualidades femeninas a la hora de dedicarse a la política de acuerdo a la revista *Noticias*.

Lejos de ser un caso aislado, la temática es desarrollada nuevamente en la portada del 12 de octubre de 2017. Ya fuera del poder, con una imagen que presenta una caracterización de la líder política con la mirada perdida, y expresión triste, el texto acompaña: “Cristina al límite: furia y soledad (...) cambió los diarios por una sobredosis Netflix”. Nuevamente, el corpus de portadas va delineando un nuevo campo: la carga psiquiátrica. Aludiendo a vocabulario propio del campo de la psiquiatría, bajo la palabra: “sobredosis”, la imagen de la funcionaria es emparejada nuevamente a un perfil marcado por el abuso, la furia, el desequilibrio emocional y temperamental. Sin embargo, la portada refleja un breve resumen de las dos temáticas más utilizadas a nivel emocional para construir el caso de Cristina Fernández de Kirchner como desequilibrada mental.



Revista *Noticias*. 23 de junio de 2013.

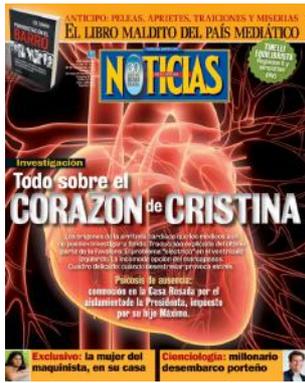
En la portada del 23 de junio del 2013 la funcionaria vuelve a ser asociada a un perfil psiquiátrico. Bajo el titular “Cristinosis: furia en la grieta de un país neurótico” la imagen de mujer política temperamental se asocia al perfil psiquiátrico construido por la revista. Modificando la palabra neurosis (grupo de enfermedades de trastornos nerviosos y alteraciones emocionales) por “Cristinosis”, incorporando el nombre de la funcionaria, la portada sienta las bases para pensar el accionar político guiado por los impulsos emocionales y nerviosos. A su vez, nuevamente el comportamiento de la ex mandataria deriva en un accionar político en la misma línea: “histeria financiera”, “país neurótico”, etc. Incluso, la imagen escogida para la portada en cuestión se posiciona en línea con lo mencionado al ser caracterizada con una mirada perdida, con un exceso de maquillaje que vulgariza el rostro y enfatiza la furia.

Lejos de ser una temática aislada, en la portada del 10 de febrero del 2017 podemos notar nuevamente un emparejamiento entre la temática psiquiátrica y el accionar político de una candidata. En el titular “Locuras del Cristina Show” podemos notar nuevamente un vocabulario ligado a la psiquiatría: “La estrategia de jugar al límite su papel de perseguida (...) brote híper histriónico”.



Revista *Noticias*. 10 de febrero de 2017.

⁶⁴ Perfil, E. (2018). [online] Perfil.com. Available at: <http://www.perfil.com/columnistas/hybris-la-enfermedad-del-poder-ii-0922-0012.phtml> [Accessed 9 Apr. 2018].



Revista *Noticias*. 25 de febrero de 2013.



Revista *Noticias*. 15 de noviembre de 2013

Frente a esta situación de inestabilidad emocional, la cual no aparece en ningún caso masculino en el período seleccionado, podemos notar como lejos de ser una característica aplicada a la funcionaria como individuo, dicha alusión es trasladada al plano político. Frente a los problemas de salud cardíacos, y no psiquiátricos, que fuerzan a la funcionaria a ausentarse del plano político por un tiempo, la representación de la revista *Noticias* encabeza: “Psicosis de ausencia.

Comoción en la Casa Rosada por la ausencia de la Presidenta”. Definido como un término genérico utilizado en psicoanálisis y psiquiatría para referirse a un estado mental descrito como una escisión o pérdida de contacto con la realidad⁶⁵, la ausencia política de la funcionaria es aludida como tal, ampliando el archivo de referencias psiquiátricas vinculadas a la representación negativa de la funcionaria.

Sin embargo, es interesante como la persistencia de un lenguaje psiquiátrico sirve para caracterizar toda la ejecución política de la presidenta. Tras su regreso al escenario político, las repercusiones elegidas por la revista vuelven a ser las ya descritas: su vida privada, su apariencia física y su carecer emocional. En este caso, tomando la portada del 27 de septiembre del 2013 el titular acompaña: ““El look Nac and Hot. Nueva dieta, nueva terapia, nueva Cristina Fernández de Kirchner”. Lejos de tratar sus nuevas metas políticas luego de su receso, la portada vuelve a la temática en cuestión: “Últimas novedades del trastorno bipolar”. Ahora, desde un vocabulario explícito, la psicosis, el síndrome de *hybris* y sus “brotos” son patologías de una psicosis maníaco-depresiva del trastorno de la bipolaridad. Refiriendo a un conjunto de trastornos del ánimo que se caracterizan por fluctuaciones notorias en el humor, el pensamiento, el comportamiento, la energía y la capacidad de realizar actividades de la vida diaria⁶⁶, la persona afectada por este trastorno alterna su estado de ánimo entre la manía o hipomanía—fase de alegría, exaltación, euforia y grandiosidad— y la depresión, con tristeza, inhibición e ideas de muerte. La portada, a su vez, cumple un segundo rol: la promoción del libro “*La cabeza de Cristina*” escrito por José Antonio Díaz, descrito como: “El libro sobre los secretos psíquicos y existenciales de la Presidenta”. Sin embargo, frente a una portada que trata el tema de la salud mental, la imagen seleccionada únicamente permite visualizar el tronco inferior de la presidenta, enfocando sus piernas y su cintura, sin mostrar su cara. Si bien se mencionan graves trastornos de la personalidad, el foco está puesto en su nuevo look “*Nac and hot*”, en cómo logró bajar 10 kilos en cuatro meses, pero con la ausencia total del rostro de la funcionaria.

⁶⁵ Tsuang, M. (2000). *Toward Reformulating the Diagnosis of Schizophrenia*. American Journal of Psychiatry.

⁶⁶ Trastorno Bipolar. (2009). *Enciclopedia médica en español*.



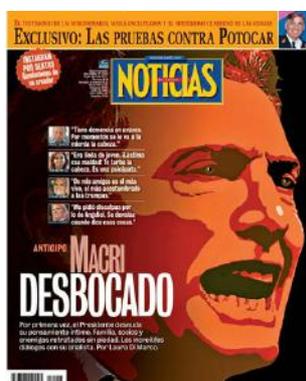
Revista *Noticias*. 22 de noviembre de 2013

La temática de recuperación es tratada nuevamente en la portada del 15 de noviembre del 2013 bajo el titular: “Vuelve mística: tuvo miedo. Se deprimió ante la sensación de finitud. Le ordenaron ejercicios de meditación. Parte médico completo”. Lejos de tratar su accionar político, el foco está puesto en la vida privada de la funcionaria y en sus atributos emocionales. Es decir, se le adjudica a una figura del espacio público una lectura de su espacio privado, su vida personal y su estado anímico Sin

embargo, la portada acompaña: “Qué es el *mindfulness*: el método para “simplificar la mente” y “ver la realidad tal cual es””. Con la imagen de la funcionaria en primera plana, la temática tratada en los últimos ejemplares de la revista refuerza lo patológico que hay en CFK como la imposibilidad de ver la realidad tal cual es.

La edición siguiente, con fecha del 22 de noviembre del 2013, repite la misma estrategia: enfocar en la vida privada de la funcionaria, su cambio de look y sus “trastornos mentales”. Bajo el titular: “volvió sin luto, con perrito inofensivo y sonrisa zen. Por debajo de la sonrisa se esconde la ferocidad de una mujer dispuesta a todo (...) Ella es una *rockstar*” Volvemos a notar una correlación entre el ámbito privado y el ámbito público a la hora de representar a la Presidente. Incluso, la lectura facial del perro alterada por el Photoshop resulta interesante. ¿Cuál es el motivo de la caracterización del perro como un animal feroz? ¿Acaso insinuar que el perro hereda de su dueña la furia y el carácter temperamental? ¿O mismo implicando que Cristina Fernández es una perra (entendido como insulto coloquial)?

A su vez, nuevamente se mencionan cuestiones psiquiátricas: “antidepresivos en el sanatorio”, continuando con el repertorio del lenguaje psiquiátrico adjudicado a su persona. Nuevamente, si bien el texto introduce: ““CFK: el regreso, show caos y tormenta”, no solo hay una minimización? de su nombre como tal, sino de su persona, ya que no es su rostro el que aparece, apenas visible, sino el de su nueva adquisición: un perro.



Revista *Noticias*. 28 de abril de 2017.

Finalmente, cerrando la presente sección, resulta imprescindible señalar la portada del 28 de abril del 2017. La portada elige como protagonista al Presidente Mauricio Macri. Bajo el titular “Macri desbocado”, el texto de la portada acompaña: “El libro de Laura Di Marco con las confesiones más inesperadas del Presidente. La demencia senil de su padre, las sesiones con su psiquiatra y su relación con el budismo”. Frente a este titular sensacionalista, original por ser el único en tratar cuestiones emocionales ligadas a lo psicológico en un funcionario hombre en el período seleccionado, sería de esperar encontrar representaciones del funcionario similares a las previamente descriptas. Sin embargo, lejos de

indagar en las sesiones con su psiquiatra, y las cuestiones que darían sustento a la elección del Presidente como protagonista de la portada, el tema vuelve a desviarse a las mujeres. Con la imagen de dos mujeres vinculadas a la política en el costado izquierdo de la edición, el texto cita al mandatario, acompañando la imagen de Cristina Fernández de Kirchner: “Era linda de joven. Lástima esa maldad! Te turba la cabeza, es una psicópata.”. Resulta curioso analizar, entonces, como frente a una portada que parecería tener como objetivo centrarse en las particularidades de Macri, y en su relación con su psiquiatra, el texto se desvía a las mujeres, caracterizándolas a ellas mismas como las “psicópatas”. En el caso de la caracterización de Elisa Carrió, la revista cita al funcionario: “ Me pidió disculpas por lo de Angelici. Se devalúa cuando dice esas cosas”, dejando entrever nuevamente una cosificación de la mujer, como objeto devaluado. Incluso, resulta interesante notar como la caracterización de sus colegas es puramente emocional y no profesional ya que no hay ningún tipo de alusión al accionar político de sus pares, simplemente cuestiones emocionales o de personalidad. Finalmente, podemos notar como incluso cuando se habla del espacio privado y emocional del candidato, la atribución de lo emocional está relacionado una vez más con las mujeres.

Carácter lingüístico



Revista *Noticias*. 14 de junio de 2013

El lenguaje es la forma de comunicación entre las personas y al mismo tiempo, el dispositivo utilizado para representar la realidad. También es un elemento evolutivo donde se van añadiendo conceptos nuevos o suprimiendo los que caen en desuso. Es normal, por ello, que el lenguaje casi siempre vaya por detrás o no avance a la misma velocidad que lo hace nuestra sociedad (Mateos de Cabo, 2007). Los medios de comunicación tienen la labor de poder influir en esta cuestión porque son

instrumentos que sirven para ir construyendo una sociedad compuesta por hombres y mujeres en una proporción similar si hablamos del caso nacional. Por ello, tal y como señalan Batch et al. (2000), es importante tener en cuenta que existen diferencias entre el género masculino y femenino.

Consecuentemente, resulta interesante concentrarse en la denominación de las/los líderes políticas/os. Si bien se podría pensar que es por motivos de ahorro en lo que al uso de palabras se refiere, parecería haber una marcada diferencia a la hora de referirse a diferentes líderes políticos/as, generando una percepción de la realidad proyectada por éstos (Mateos de Cabo, 2007). A la hora de analizar el corpus del período seleccionado nos encontramos con la aparición de mujeres anónimas, sin identificar o, incluso casos en donde aparecen citadas, suelen mencionarse, en función de su estatus familiar, -sin que aparezca el nombre completo de la mujer-, o bien sólo por el parentesco, que se les atribuye con personajes masculinos conocidos, ya sea como la esposa, hermana, compañera, o

viuda de, una circunstancia que en raras ocasiones ocurre con los hombres (Mateos de Cabo, 2007). Citando un ejemplo, en la edición del 14 de junio del 2013, Malena Galmarini, esposa de Sergio Massa, no es referida por su nombre completo, siquiera por su nombre de pila, aún así cuando también ella ejerce un rol político como Secretaria de Política Sanitaria y Desarrollo Humano del partido de Tigra sino bajo la palabra “la esposa”.



Revista *Noticias* 30 de junio de 2017

Tomando el caso de Cristina Fernández de Kirchner, podemos observar múltiples veces la alusión a su accionar bajo la abreviación “CFK”, tomando las iniciales no solo de su nombre y apellido, sino la inicial de su apellido de casada. Dicha referencia puede ser observada en la portada del 30 de junio del 2017 bajo el título: “El Durán Barba de la nueva CFK”, contraponiendo el nombre completo del hombre con la abreviación de nombre de la funcionaria. Si bien podría pensarse que la abreviación se da por la extensión del nombre de la funcionaria, lo curioso es que no se abrevie el nombre de los funcionarios hombres de gran extensión, sino únicamente el de las mujeres. Incluso, en caso de ser abreviados, los funcionarios hombres aparecen referidos en función de sus apellidos. La alusión al tratamiento por apellidos se da en casi la totalidad de casos masculinos analizados: Mauricio Macri tratado como “Macri” (portadas: 28 de abril de 2017, 7 de junio del 2017, 25 de agosto de 2017, 29 de septiembre de 2017, 27 de octubre de 2017, 21 de diciembre de 2017); Daniel Scioli tratado como “Scioli” (12 de mayo del 2017, 11 de enero de 2013), Néstor Kirchner referido como “Kirchner” (28 de julio del 2017), Guillermo Moreno citado como “Moreno” (24 de marzo de 2013), Jorge Capitanich aludido como “Capitanich” (6 de diciembre de 2013), Sergio Massa señalado como “Massa” (14 de junio de 2013, 16 de agosto del 2013), Andrés Larroque aludido como “Larroque” (12 de abril del 2013).

Sin embargo, el caso femenino resulta sustancialmente diferente. Tomando el caso de Cristina Fernández de Kirchner, podemos ver como en las ediciones del 11 de enero de 2013, 15 de febrero de 2013, 8 de marzo de 2013, 7 de junio de 2013, 11 de octubre de 2013 y 12 de octubre de 2017 su tratamiento se reduce a “Cristina” o simplemente CFK.

A modo de conclusión, resulta evidente reconocer el papel protagónico que juega el lenguaje en la revista *Noticias*, contribuyendo a la evidente carga ideológica que acompaña a cada una de las portadas analizadas. Retomando una vez más la influencia de la cultura visual en la formación de nuestra visión del mundo, la lengua es un poderoso creador de conciencia. Sin embargo, el uso reduccionista empleado para referir a las mujeres políticas en los medios da cuenta la utilización de lo masculino como genérico, dando cuenta de una iconografía que establece el “ser hombre como norma” (Gill, 2008). De acuerdo a Villareal (2015), al utilizar el masculino como universal se le está otorgando al hombre la categoría de sujeto social, mientras se niega la existencia a las mujeres y su

individualidad. El género masculino es el referente y el femenino se diluye en él, vinculado siempre a temáticas como la maternidad, la afectividad, la sexualidad, etc.

Resultados:

Tras un análisis descriptivo en torno a las principales temáticas tratadas en la revista *Noticias*, resulta pertinente encuadrar dicho análisis en el marco de una investigación cuantitativa, con el fin de otorgar un respaldo analítico a la temática analizada. Por consiguiente, la presente sección ilustra aquellos resultados obtenidos tras haber trabajado en el archivo de la revista sobre un total de 103 revista analizadas (correspondientes a una revista por semana durante dos años).

Sobre un total de 103 portadas analizadas, en 40 aparece una figura política ya sea como figura principal o secundaria (sin discriminar por sexo). Sin embargo, mientras que hay una alusión a una figura masculina 21 veces, hay una mayor preponderancia de portadas con mujeres políticas como protagonistas. Dichas cifras, sin embargo, connotan una simetría de poder en lo que respecta la política, donde no hay una mayor preeminencia de un sexo por sobre el otro en materia de participación política. No obstante, dicho resultado es congruente con los escenarios políticos en los cuales se desarrolló la temporalidad seleccionada: siendo Mauricio Macri (figura masculina) el Presidente en el período 2017, y Cristina Fernández de Kichner la persona a cargo del Poder Ejecutivo a lo largo del 2013. Asimismo, ambas presidencias cuentan con un/a vicepresidente del sexo opuesto (Amado Boudou en el 2013 y Gabriela Micchetti en el 2017), así como también sus Gobernadores de la provincia de Buenos Aires: Daniel Scioli en el primer caso, y María Eugenia Vidal en el segundo.

Dicha simetría a su vez, está presente a la hora de analizar la cantidad de portadas, discriminadas por sexo, en donde se tratan temas políticos, siendo 16 en ambos casos sobre un total de 28 revistas, ya que hay portadas en donde aparecen tanto hombres como mujeres. Para realizar dicho conteo, se registraron aquellas portadas en donde las temáticas a tratar hacían referencias a cuestiones políticas: eventos, votaciones, propuestas, políticas públicas, etc. Sin embargo, hay portadas en donde la temática política es acompañada por una alusión a la vida privada, al carácter emocional del funcionario/a.

Por consiguiente, se analizó a su vez la cantidad de portadas en donde había algún tipo de alusión a la vida privada de los funcionarios, obteniendo como resultado 19. A la hora de analizar la vida privada de los funcionarios, nos concentramos en aquellos textos o imágenes que den cuenta de cuestiones ajenas a la política, vinculadas a aspectos personales de los funcionarios: sus familias, vacaciones, vida sexual, apariencia física, estilos de vida, etc. En dicha categoría, mientras que

únicamente 8 portadas tienen una figura masculina como referente, 14 portadas ilustran el caso femenino. En la misma línea, a la hora de analizar las aquellas portadas en donde se representa al funcionario/a en función de su carácter emocional (entendido como atributos de su personalidad, temperamento, sensibilidad, etc.) sobre un total de 25 portadas, únicamente 5 tienen como protagonistas o figuras secundarias a los hombres, mientras que 21 de ellas tienen como protagonistas a funcionarias mujeres.

Finalmente, resulta pertinente analizar aquellos casos en donde se da una caracterización en función de un doble atributo: vida privada y carácter emocional. Dichos casos se dan únicamente en 11 portadas, en donde la totalidad de protagonistas eran mujeres.

Para una mayor comprensión, la presente investigación cuenta con un anexo en donde se puede ver detalladamente el análisis de cada una de las portadas en cuestión, así como también su categorización según los aspectos mencionados.

	Mixto	Hombres políticos involucrados en la portada	Mujeres políticas involucradas en la portada
Total de portadas analizadas	103		
Total de Portadas donde aparezcan políticos/as	40	21	29
Total de revistas donde se tratan temas políticos	28	16	16
Total de revistas donde se haga alusión a vida privada	19	8	14
Total de revistas donde se haga alusión al carácter emocional	25	5	21

Alusión al carácter político y vida privada	10	2	8
Alusión a carácter político y emocional	20	4	16
Alusión al carácter emocional y vida privada	11	0	11

Limitaciones:

Es importante señalar los límites del presente análisis, en donde los resultados no buscan extrapolar conclusiones a factores macro de la representación de género político en los medios, sino simplemente analizar el caso particular de la revista *Noticias*, siendo los resultados no extrapolables a otros medios ni países.

Por consiguiente, el presente estudio no pretende reducir la imagen de la mujer en la política a la representación de la revista *Noticias*, simplemente evaluar la temática mujer-política-representación. A su vez, es importante señalar que, al tratarse de un estudio de caso descriptivo, la categorización de los resultados en categorías definidas como la vida privada o el rol emocional, puede resultar, en ciertos casos, un tanto ambigua. Sin embargo, los resultados obtenidos reflejan, de modo introductorio, y a partir de una muestra pequeña, la situación desigual en materia de representación de género en el caso de la revista *Noticias*. Si bien no se puede hablar de resultados totalizantes, ya que únicamente se realizó un análisis a partir de dos años, dada la marcada diferencia entre los resultados de las políticas mujeres y los hombres, sería de esperar que, al analizar el totalidad de portadas realizadas, los resultados no sean sustancialmente diversos.

Conclusión:

A partir de lo expuesto en la presente tesis de graduación, dicha sección se propone trazar las principales conclusiones del abordaje desarrollado.

En primer lugar, no hay una diferencia tajante en la visualización que otorga la revista *Noticias* frente a la diferencia de género, en tanto las cifras que aluden a la cantidad de portadas cuyos protagonistas son hombres o mujeres se encuentran balanceadas, inclinándose, incluso, por las

mujeres. Por consiguiente, dicho medio no refleja una polarización de las mujeres políticas como sujetos presentes en los medios, al otorgarles incluso más visibilidad que a los hombres.

Sin embargo, hay, de forma marcada, una gran diferencia en torno a que aspectos son elegidos por la revista *Noticias* a la hora de referirse a una política mujer frente a un colega masculino. En otras palabras, la principal diferencia no recae en la frecuencia de aparición de las funcionarias, sino en su valoración por fuera de la agenda política.

La presente investigación reconoce la representación masculina ligada, prácticamente en su mayoría, a asuntos exclusivamente políticos. Contrariamente, lejos de ser representadas bajo la temática política, las mujeres son caracterizadas en función a tres ejes diferentes. En primer lugar, su vida privada, haciendo especial hincapié en su función de madres y esposas, conectando su imagen con su función reproductiva. En segundo lugar, el tratamiento de las mujeres políticas a partir de su imagen estética, dedicando portadas a la apariencia física, cambios corporales y su elección de vestimenta, al punto de suprimir la imagen de la visual como ser humano íntegro, para dar lugar a una imagen fraccionada de la misma, visualizando únicamente su aspecto físico. Eligiendo representar una imagen parcial de las funcionarias, invisibilizando sus rostros, pero dando principal importancia a sus piernas y caderas, parecería haber una cierta cosificación de las mujeres en la política. Por último, un tercer grupo de portadas, donde la idea central radica sobre aspectos psicológicos de las mujeres, asemejándolas, incluso, con patologías psiquiátricas. Las portadas pertenecientes al tercer grupo delinean una línea causal marcada: a partir de la ocupación de un cargo público y la autoridad que dicho cargo otorga, las funcionarias incorporarían dicha autoridad, ejerciéndola al punto de desestabilizar su cordura mental, desatando así múltiples trastornos.

Incluso, la relación asimétrica en lo que respecta a la representación en función de una agenda pública también se da a nivel lingüístico. Mientras que los hombres que aparecen en la portada, lo hacen bajo sus nombres y apellidos correspondientes, así como también sus cargos y partidos a los que pertenecen, las mujeres tienden a ser reducidas únicamente a su nombre de pila, o incluso a una abreviación a partir de sus iniciales, rebajando su estatus y relevancia.

Consecuentemente, es posible afianzar que el binomio mujer/política concurre diferentes percepciones sociales y atribuciones políticas por cuestión de género, que sesgan el sistema político y la producción e interpretación mediática de la revista *Noticias* con estereotipos que están presentes en la reproducción de sus portadas. Imposibilitando la representación de la mujer en la política bajo el mismo tratamiento que los hombres, el accionar de las mujeres, lejos de ser referido como un accionar público es referenciado en términos de lo que Faur (2006) denominó como una matriz de división

sexual tradicional; otorgando a los hombres los confines del accionar público y racionales de la sociedad, y relegando a las mujeres a la esfera de lo privado y lo emocional.

Si bien dicho trabajo de investigación no cuenta con el análisis suficiente para afirmar la existencia de una mayor dificultad de las mujeres por sobre los hombres al acceso a los cargos políticos, si puede afirmar que, en el caso de la revista *Noticias*, la desigual cobertura mediática que reciben las mujeres políticas sobre los hombres, construye una imagen estereotipada de lo femenino en política. Incluso, la totalidad de las portadas analizadas, carecen de elementos críticos y de cuestionamientos respecto de los estereotipos de género, invisibilizando y naturalizando dichos estereotipos. Por consiguiente, resulta pertinente señalar el marcado sesgo en la cobertura de la revista *Noticias*, en tanto el género de las mujeres en la política tiende a predominar frente al tratamiento neutral de los hombres. Inclusive, se percibe una reducción del cargo profesional de las mujeres al mínimo, ligando la imagen de dichas funcionarias a su cuestión de género y las construcciones sociales que se desligan del mismo, manteniendo el estereotipo de belleza y enfatizando informaciones que tienen que ver más con situaciones familiares o cotidianas.

Consecuentemente, el tratamiento de las mujeres en la política como un activo político autónomo, concentrando las portadas en un foco exclusivamente político queda relegado a una excepcionalidad. Incluso, se observa una fuerte tendencia a retratar a las políticas femeninas a partir de su conexión con una figura masculina, de la que resulta dependiente.

A partir de lo señalado, la presente investigación busca sentar las bases para futuros estudios, bajo el interrogante acerca de si dicha representación estereotipada resulta en una desventaja para el liderazgo político a ocupar roles tradicionalmente masculinos asociados a la política. El sistema mediático generado por la revista *Noticias* sigue delimitando a las mujeres por fuera del *cuarto propio* de la política, asignándoles aquellas representaciones estrechamente vinculadas con un componente patriarcal sobre el cual la igualdad de presencia y participación política quedan relegadas y cuestionadas. Parecería ser, entonces, que el acceso de las mujeres al *cuarto propio* de la política, solo será posible en tanto la revista *Noticias*, junto con la totalidad de medios, aspiren a una comunicación post patriarcal cuyo inicio parta de una representación no sexista de las mujeres en los diferentes medios de información y comunicación. En términos de Moi (2008), si bien los hechos biológicos, no permiten deshacernos del sexo, ciertamente podemos esperar producir sociedades que multipliquen o eliminen el género como construcción social desigual anclada en prácticas patriarcales a partir de la lógica de negar que la biología justifique las normas sociales.

Finalmente, la presente investigación afirma la persistencia de una representación estereotipada en torno a los polos mujer ángel-bruja, reconociendo en la revista *Noticias* una

caracterización alineada a los extremos que, lejos de ser inocente, se asienta al interior de una agenda política propia, asimilando el rol político de las mujeres a un rol tradicional.

Anexo:

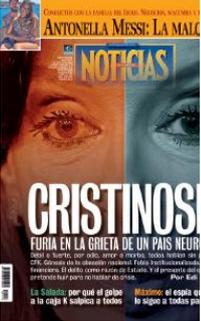
Análisis de portadas año 2017:

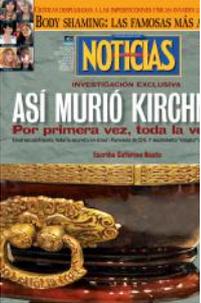
Fecha	Hombre	Mujer	No corresponde	Alusión a la política	Alusión a vida privada	Alusión a carácter emocional	Descripción	Portada
6 de enero de 2017	Marcos Peña			X		X	Descripción profesional: “maneja la imagen, el discurso y el marketing oficiales. Sus rivales internos lo tildan de autoritario: nadie habla sin su venia”. Su carácter emocional esta vinculado a una figura fuerte, con presencia. Vinculación al entre lo emocional y lo racional. Alusión a su carácter público	
13 de enero de 2017			Marcelo Tinelli					
20 de enero de 2017			Flia. Yabrán					
27 de enero de 2017			Silvia Majdalani					
3 de febrero de 2017			Mitha Legrand					
10 de febrero de 2017		Cristina Fernández de Kirchner				X	Exacerbación del carácter emocional: las “locuras del show”. Caracterización de lo emocional con la locura, con el “brote”. Representación de la locura como estrategia: “la estrategia de jugar al límite su papel de perseguida”.	

17 de febrero de 2017	Mauricio Macri			X	X		<p>Alusión a su vida privada pero ligada a su función de empresario, no doméstico. La caracterización de su espacio privado se vincula con su accionar público y racional como CEO. La razón de su vinculación con su vida privada, está orientada a la caracterización de su accionar como político: "Mauricio Macri en el laberinto del Gobierno de los CEO".</p> <p>La elección de la imagen da cuenta de un líder político serio, con fondo completamente negro, otorgándole mayor importancia al contenido escrito.</p>	
24 de febrero de 2017	Juan Domingo Perón			X			<p>Revisión histórica: vínculo entre Perón, Montoneros y la Triple A. No hay una alusión por fuera de su accionar político. Portada orientada a un relato histórico: "Escribe Marcelo Larraquy, mayor <i>best-seller</i> sobre los años de plomo", Imagen: la imagen seleccionada alude a una caracterización de Perón como líder político, vestido como general.</p>	
3 de marzo de 2017			Juez Nisman					
10 de marzo de 2017			Isela Constantini					
17 de marzo de 2017			Indio Solari					
23 de marzo de 2017			Marcelo Mindlin					
31 de marzo de 2017			Marihuana					

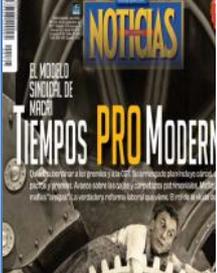
7 de abril de 2017		Cristina Fernández de Kirchner		X			Cristina Fernández: Corrupción política. Representación de la funcionara sin alusión a su vida privada. La portada tiene como único objetivo recompilar los motivos por los cuales se procesaría a la familia Kirchner. La imagen presenta a la funcionaria en su rol maternal, pero tendría sentido en tanto la acusación es a la familia como genérico: “Asociación ilícita K: La verdad sobre el entramado de negociados por el que procesaron a Cristina, Máximo y Florencia Kirchner.	
12 de abril de 2017	Mauricio Macri	María Eugenia Vidal		X	X	X	<p>Representación de la funcionaria aludiendo tanto a su vida privada (“Gurues, martirio y vida privada”, cambio de look) como a su carácter emocional: “Esta blindada. Se endureció y cambio de look. El macrismo quiere clonarla para las elecciones. Cómo se transformó de Heidi en azote de los docentes”.</p> <p>El texto realizaría una cosificación de la funcionaria como objeto clonable, si bien el fin de la palabra es metafórico. Nuevamente se la cosifica bajo la frase: “ Es la joya del macrismo”</p> <p>Caracterización de la funcionaria como la Virgen María: alusión a la maternidad. La elección de la imagen podría abrir las puertas a una interpretación más profunda en torno a lo que significa ser representada como virgen: pura, milagrosa”. Parecería haber un vínculo entre la caracterización de la funcionara como virgen y el carácter “milagroso” de sus logros político: “ el milagro de un ajuste con apoyo popular”</p> <p>Vinculación entre su rol profesional con lo emocional.</p>	
21 de abril del 2007			cine					

28 de abril de 2017	Mauricio Macri	Cristina Fernández de Kirchner Elisa Carrió				X	<p>Alusión del funcionario y su carácter emocional. “El libro de Laura Di Marco con las confesiones más inesperadas del Presidente. La demencia senil de su padre, las sesiones con su psiquiatra y su relación con el budismo”</p> <p>Si bien se menciona la asistencia a la psiquiatra, no hay ningún tipo de descripción de los motivos. Sin embargo, la representación de las mujeres, no es igual. La caracterización de la ex mandataria figura: “Era linda de joven. Lástima esa maldad! Te turba la cabeza, es una psicópata. La caracterización de Elisa Carrió: “ Me pidió disculpas por lo de Angelici. Se devalúa cuando dice esas cosas”. Nuevamente, cosificación de la mujer, como objeto devaluable. Tajante contradicción: la tapa parece aludir a la vida privada del Presidente, y su asistencia al analista. Sin embargo, la caracterización emocional está adjudicada mediante adjetivos únicamente a las mujeres: maldad, psicópata. A su vez, la caracterización de sus colegas es puramente emocional y no profesional. No hay ningún tipo de alusión al accionar político de sus pares. Incluso cuando se habla del espacio privado y emocional del candidato, la atribución de lo emocional está adjudicado a las mujeres.</p>	
5 de mayo de 2017			Flia. Moyano					
12 de mayo de 2017	Daniel Scioli				X		<p>Completa caracterización del líder en función de su vida privada: “Infidelidad, embarazo en la tercera edad, e intento de aborto. La última caricatura del increíble relato kirchnerista. Habla su ex novia.”</p> <p>Sin embargo, no hay alusión a u carácter emocional del candidato. Nuevamente, la emoción esta adjudicada a su ex mujer: “Karina Rabolini: La</p>	

							angustia secreta de la Primera Dama que no fue". Vinculación entre lo emocional y lo doméstico: la angustia es secreta, al interior, no en el espacio público.	
19 de mayo de 2017			Hebe de Bonafini					
26 de mayo del 2017			Durán Barba					
2 de junio de 2017			Jorge Rodríguez					
9 de junio de 2017			Caso Ducler					
16 de junio de 2017			Hernestina Herrera					
23 de junio de 2017		Cristina Fernández de Kirchner		X		X	<p>Representación del accionar político de la ex mandataria como una neurosis: "Cristinosis: furia en la grito de un país neurótico". Caracterización del accionar político como una "enfermedad". Si bien el presente estudio no pretende indagar en cuestiones de afinidad política, parecería ser que la portada deriva del accionar político de la figura, a quien le atribuye una neurosis, síntomas congruentes: "histeria financiera", "país neurótico"</p> <p>La imagen escogida para la portada en cuestión parecería ir en línea con lo mencionado: imagen de la ex mandataria con una mirada perdida, mal maquillada.</p> <p>Contraposición entre figura femenina, a la cual se le aplica una carácter emocional para hablar de política (neurosis) frente a la masculina: "el Presidente Macri intenta huir para no hablar de la crisis".</p>	

30 de junio de 2017		Cristina Fernández de Kirchner	Vinicio Albarado		X	X	<p>Si bien la portada focaliza en la figura masculina de Albarado, la presente investigación se concentra en la mención de Cristina Fernández de Kirchner, quien aparece vinculada a un cambio de look: “cambio la estética de la escena”</p> <p>El asesoramiento de la Presidenta pasa por el look, un cambio en el tono, y reversión de la imagen. “Dime con quien peleas y te diré quien debes ser”</p>	
7 de julio de 2017	Mauricio Macri			X			<p>Si bien la imagen alude a una escena matrimonial satírica, se habla de una estrategia profesional entre el Presidente y el CEO Héctor Magnetto. No hay alusión al carácter emocional ni a la vida privada del candidato por fuera del retrato profesional</p>	
14 de julio de 2017			Ciencia					
21 de julio de 2017			Operación polaquito					
28 de julio de 2017	Néstor Kirchner	Cristina Fernández de Kirchner			X		<p>Se habla de la vida privada pero haciendo alusión a su muerte. No hay connotación de género, simplemente una revisión de sucesos.</p> <p>En tanto a la figura de la Presidenta, tras la muerte de su marido su gestión es caracterizada como un “nacimiento mágico del cristinismo”.</p>	
4 de agosto de 2017		Cristina Fernández de Kirchner		X			<p>Relato estrictamente político acerca del escenario político y financiero del país frente al liderazgo de Cristina Fernández. Lo que resulta curioso es que la propia revista deba aclarar: “sin mitos ni manipulaciones, cuáles son los riesgos objetivos frente a las próximas elecciones”</p>	
11 de agosto de 2017			La patria embrutecida					

17 de agosto de 2017		Cristina Fernández de Kirchner		X		X	<p>Si bien la portada alude a una representación política, la imagen y el titular parecerían otorgar cierta connotación emocional al echo político: “todos la miran como a una derrotada. Cristina queda aislada, cuestionada por el Peronismo y señalada por la justicia”.</p> <p>Frente al presunto fin político de la candidata (de acuerdo con los titulares) la revista decide incorporar la imagen de dos mujeres políticas: María Eugenia Vidal y Elisa Carrió, las cuales acompaña con el siguiente titular: “La guerra entre las Amazonas políticas”. En la versión online de la portada, el video que promociona el número periodístico detalla acerca de las estrategias elegidas por las tres mujeres para sus respectivas campañas. Sin embargo, lo que se analiza es: vestimenta, la emotividad (“ambas eligieron ser mujeres contenedoras y tiernas. Lloraron, se emocionaron, dejaron su cuerpo fuera besado y manoseado. Fueron dulces y sonrientes”). En el caso de Cristina Fernández es caracterizada como: “la virgen conductora de los humildes” haciendo nuevamente referencia al rol maternal.</p>	
25 de agosto de 2017	Mauricio Macri			X		X	<p>Comparación de Macri con Perón. Alusión a su carácter emocional pero desde una perspectiva profesional: “Qué tiene en la cabeza el Presidente. Su estrategia de poder con vistas a octubre” “Tiene relato, genera intriga, y exhibe autoridad”. Asociación entre carácter público y racional. El accionar político es representado como una tarea medida, planeada, analizada, y no conducida por la emotividad. En tal caso, la presencia de las emociones irían en la misma línea: dureza,</p>	
01 de septiembre			Kinucha Mitre					

7 de septiembre de 2017		Patricia Bullrich		X	X		<p>Relato de su vida privada pero con vínculo político: “La ministra se hacía llamar “Carolina Serrano” en la guerrilla. Documentos y fotos inéditos: llegó a copar un buque inglés en Montevideo, por la fuerza, en plena democracia”.</p> <p>Las pocas menciones que hay a su vida privada tienen que ver con la crítica política que se plantea en la revista. No hay alusión a una representación de género de acuerdo a los postulados de Faur (2005). Por el contrario, se la caracteriza como una mujer fuerte, “guerrera”, participativa. Incluso, la elección de ambas fotografías dan cuenta de dicha idea: véase vestimenta militar.</p>	
15 de septiembre			Caso Maldonado					
22 de septiembre de 2017			Caso Nisman					
29 de septiembre	Mauricio Macri			X			<p>Relato profesional: “El modelo sindical de Macri: el plan del Gobierno para avanzar sobre los gremios y consolidar su propia CGT”. Nuevamente el accionar político es presentado como una tarea racional, medida. La elección de la imagen, con Mauricio Macri ajustando máquinas, parecerían dar cuenta dicha idea la cual el texto acompaña (en su versión <i>online</i>): “quiere subordinar a los gremio y subordinar a la CGT. El plan incluye cárcel, amenazas, pactos y premios. El pragmático toma y daca del poder”</p>	
6 de octubre del 2017			La dieta neutrigenómica					

12 de octubre de 2017		Cristina Fernández de Kirchner			X	X	Representación de la política aludiendo tanto a su vida privada como a su carácter emocional. “Cristina al límite: furia y soledad”: La imagen escogida presenta una caracterización de la funcionara con la mirada perdida, de expresión triste. A su vez, el texto acompaña: “cambio los diarios por una sobredosis Netflix” “Su fantasía de pasar a la historia como Yrigoyen”. Parecería haber un patrón en torno a la imagen de la ex Presidente y las cargas emocionales y psiquiátricas que acompañan prácticamente la totalidad de portadas en las que aparece.	
20 de octubre de 2017			Caso Maldonado					
27 de octubre de 2017	Mauricio Macri			X			Tapa con contenido exclusivamente político: revelar la agenda política que viene tras el triunfo de Cambiemos. Sin embargo, la representación del Presidente revela una marcada connotación: como hombre musculoso, exhibiendo un cuerpo desnudo y marcado. El texto acompaña: “Macri recargado: los votos y los jueces federales nutren su mejor momento político”. Nuevamente, las pocas alusiones a su carácter emocional se encuentran ligados a una figura política profesional: “quiere fortalecer su liderazgo nacional”.	
3 de noviembre de 2017			Vidas tumberas					
10 de noviembre de 2017			Nicolás Caputo					
17 de noviembre			Justicia Perra: La trastienda promiscua de Comodoro Py					
24 de noviembre			Submarino San Juan					

de 2017								
1 de diciembre de 2017			El verdadero peligro Mapuche					
8 de diciembre de 2017			Traición a la Patria: Bonadio					
14 de diciembre de 2017			Sobredosis de prevención: cuando la medicina enferma y mata					
21 de diciembre de 2017	Mauricio Macri			X		X	<p>La representación del funcionario para hablar de sus decisiones políticas vienen asociadas a una alusión a su carácter emocional. Sin embargo, los rasgos seleccionados para describir su accionar son: la frialdad y la autoridad. El texto acompaña bajo el titular: “Las obsesiones del señor frío”. A su vez, la caracterización de su imagen, vestido con un traje de guerrero del futuro, con un arma en mano, acompañarían la descripción anterior, dando cuenta de un accionar político marcado por las decisiones y la fuerza.</p>	
28 de diciembre de 2017		María Eugenia Vidal		X		X	<p>La tapa pretende referir a María Eugenia Vidal como el personaje del año. Sin embargo, el texto escogido es: “Blindada. Tiene votos, mejor imagen que el Presidente, los grandes medios a favor. Y, ahora, más fondos. Defectos, virtudes y secretos de una presidenciable PRO en territorio peronista” . El titular casi no da cuenta de los logros políticos que la colocarían como “el personaje del año”, por el contrario, si mencionan su personalidad: “Es cierto que puteo, pero no grito”</p> <p>Nuevamente se refieren a la funcionaria mediante la cosificación, como objeto blindado. Aparece una vinculación entre el accionar político y la vida privada, aludiendo a lo emocional por sobre lo político: “defectos, virtudes</p>	

							y vida privada”	
--	--	--	--	--	--	--	-----------------	--

Análisis de portadas 2013:

Fecha	Hombre	Mujer	No corresponde	Alusión a la política	Alusión a vida privada	Alusión a carácter emocional	Descripción	Portada
4 de enero de 2013			Lanata, Longobardi, Gelblung, González Oro					
11 de enero de 2013	Daniel Scioli	Cristina Fernández de Kirchner		X		X	Caracterización de la Presidenta en función de su carácter emotivo: “La furia de Cristina”. Exacerbación de su estado anímico (véase tipografía aumentada en la palabra furia). El titular señala: “odio a Scioli y soledad total” Su función política es representada en función de su carácter emocional, cuyas cualidades son negativas: enfurecida, malvada, irritada. La imagen seleccionada la retrata como una reina malvada (alusión a la bruja malvada de Blancanieves)	
18 de enero de 2013			Ricardo Darín					
25 de enero de 2013			Silvia D'auro					
8 de febrero de 2013			Florencia Kirchner					

15 de febrero de 2013		Cristina Fernández Kirchner			X	X	<p>Portada dedicada exclusivamente a la vida privada de la Presidenta en su cumpleaños: El titular encabeza: “hormonas, luto, planes y estrés”. Nuevamente, alusión a su carácter emocional. En lo que respecta la vida privada de la funcionaria, se habla de los roles de género que cumple en su intimidad: “El lugar de Néstor (esposa) y su rol de hermana” “Ganas de ser abuela”. A su vez, se habla de su vida amorosa y sexual: “Lucha contra la soledad” “Sexo: los 60 como la mejor edad para liberarse”. No parecería haber ninguna implicancia de su rol político. Vinculación con el espacio privado y emocional.</p>	
22 de febrero de 2013			Marcelo Tinelli					
1 de marzo de 2013			Cristobal López					
8 de marzo de 2013	Néstor Kirchner	Cristina Fernández Kirchner		X	X	X	<p>Alusión a su vida íntima: El titular encabeza: “La segunda soledad de Cristina, enfatizando tanto en tamaño tipográfico como en color la palabra soledad. El texto acompaña: “intimidades del peor golpe desde que quedó viuda. La nueva significación del luto y la chance del liderazgo regional”. La imagen seleccionada da cuenta de la idea planteada en el enunciado: Cristina camina, retratada en su función de líder (pose señalando con el dedo, simulando una orden), mientras que es acompañada por el espíritu de su marido y Chávez. Nuevamente vínculo entre su rol político y sus características emotivas.</p>	
15 de marzo de 2013			Papa Francisco					

21 de marzo de 2013		Cristina Fernández de Kirchner		X	X	X	<p>No parecería haber ninguna alusión a un echo político, aunque la portada deja entrever un presunta estrategia política. Sin embargo, la caracterización de la Presidenta vuelve a verse condicionada por su vida privada, describiendo los sucesos como un “brote místico”. Parecería haber un patrón en el vocabulario empleado para hacer referencia a la funcionaria ligado con el vocabulario psicológico y psiquiátrico. En este caso: brote.</p>	
27 de marzo de 2013	Guillermo Moreno	Cristina Fernández de Kirchner		X		X	<p>Guillermo Moreno es representado a partir de su función política, aludiendo a una descripción profesional y racional. El titular que encabeza la portada indica: “más poder que nunca” “el cerebro del giro franciscano” “viveza económica y sensibilidad popular” “Como diseña una ofensiva final contra bancos” “sus cada vez más asombrosos pensamientos”. La imagen del funcionario como cardenal, con la expresión indiferente, refutando cierta idea, darían cuenta de su rol racional, independiente.</p> <p>Cristina Fernández de Kirchner: su caracterización es en función de su vida personal. Bajo el titular “Anticipo CFK íntima: el libro que revela negocio y sentimientos” podemos notar nuevamente una alusión a su vida emocional. A diferencia de Moreno, no hay cuestiones de liderazgo político para describir su accionar. Por el contrario, es caracterizada de la siguiente manera: “La Presidenta cada día confía mas en su viveza económica (la de Moreno). La imagen seleccionada, mirando hacia arriba (la figura central de Moreno, con un gesto religioso) darían cuenta de la asimetría de poder de decisión que pretendería ilustrar la revista.</p>	

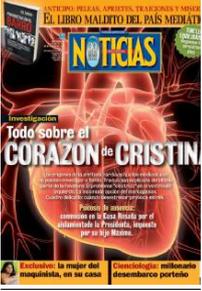
5 de abril de 2013			Inundaciones					
12 de abril de 2013	Andrés Larroque	Cristina Fernández de Kirchner		X	X		<p>Portada con enfoque político. Sin embargo, amplia diferencia en el tratamiento de ambos protagonistas.</p> <p>Larroque: Con una expresión de líder, Larroque es presentado como “ el ascendente soldado sin límites ni currículum laboral”. Es decir, si bien hay un reconocimiento de la ausencia de un currículum laboral por parte de la figura masculina, su caracterización es antagónica: con una imagen con presencia, el texto acompaña “El hijo que ella hubiera querido” “verdadero jefe de La Cámpora”</p> <p>Fernández: Representada a partir de su figura de madre. “El hijo que ELLA hubiera querido”. Ausencia de su nombre, simplemente utilización de un pronombre personal.</p>	
19 de abril de 2013			Lázaro Báez					
26 de abril de 2013			Jorge Lanata					
3 de mayo de 2013			Martín Báez, Leonardo Fariña					
10 de mayo de 2013			Miriam Quiroga					
20 de mayo de 2013			Salud mental					
24 de mayo de 2013			Sara Stewart Brown					
31 de mayo de 2013			Marcelo Tinelli					

7 de junio de 2013		Cristina Fernández de Kirchner Juliana Di Tulio		X		X	<p>Representación de un cuadro político a partir de las funciones emocionales de la funcionaria. El texto señala: “Escenas increíbles del miedo a Cristina” “Está fuera de sí. Les grita a todos” “¿El miedo de los otros se origina en su propio miedo a un futuro en despoder?”</p> <p>Nuevamente vínculo entre su función política y su rol emocional. La imagen seleccionada da cuenta de una expresión enojada, de furia.</p> <p>Juliana di Tulio: descripción de la funcionaria en función de su accionar en el congreso bajo el titular: “Perfil Hot”.</p>	
14 de junio de 2013	Sergio Massa	Malena Galmarini		X		X	<p>Representación de un cuadro político. Si bien al intendente se lo acusa de actividades ilícitas, no hay ninguna connotación de su emotividad o carácter. Por el contrario, su mujer, figura secundaria en la tapa, ya que la edición se encuentra orientada entre el Gobierno y el Intendente de Tigre, si aparece retratada en función de su carácter emocional y privado como madre: “La esposa: Odia a Cristina y teme que lastimen a la familia”.</p> <p>Nuevamente atribución temperamental de las emociones de las mujeres.</p>	
19 de junio de 2013			Caso Ángeles Rawson					
1 de julio del 2013			Karina Rabolini				.	
7 de julio del 2013	Máximo Kirchner	Cristina Fernández de Kirchner				X	<p>Si bien la portada está orientada a dar cuenta del exilio de Máximo en la Quinta de Olivos, no parecería haber alusión a su vida privada ni emocional: no se describen los motivos de su reclusión, su situación, etc. Por el contrario, si se habla de su mujer, representada</p>	

							en su función de madre: “El complicado embarazo de su mujer”. A su vez, hay alusión a Cristina como figura de madre, y no política. Sin embargo, la referencia a Máximo se realiza bajo el titular “el hijo de Cristina”, generando la ausencia de la figura paterna, cuando su padre también fue una figura pública que ocupó el mismo cargo que su madre. Nuevamente atribución al rol emocional de la Presidenta: “Su madre le reprocha que la dejó sola en plena campaña”	
12 de julio de 2013			El odio					
19 de julio de 2013			Papa Francisco					
26 de julio de 2013			Luis Hilario Scolari					
2 de agosto de 2013	Sergio Massa			X			Representación del funcionario como Cristina Fernández de Kirchner (imagen). Sin embargo, en cuanto al contenido de la nota, no encontramos ninguna alusión a su vida privada o emocional, únicamente datos políticos, a diferencia de las representaciones de Cristina. En este caso, el texto indica: “cómo piensa y quién es el verdadero Sergio Massa. Es la esperanza del Peronismo opositor”.	
9 de agosto de 2013		Cristina Fernández de Kirchner		X		X	Si bien la nota está enfocada en las próximas elecciones, parecería no poder despegar el accionar político de la funcionaria con sus cualidades emocionales. “Le quedan 18 meses para pensarse como ex presidenta. De ello dependen su equilibrio emocional y el futuro del país (...) el mayor desvelo de Cristina: ser	

						<p>pasado y como curarse del síndrome de <i>hybris</i>” Nuevamente, vinculación entre lo emocional de las funcionarias femeninas con el vocabulario psiquiátrico. Imagen: alusión al carácter emotivo de la funcionaria <i>Hybris</i>: presunta enfermedad señalada por los neurólogos Owen y Davidson (2009) aplicada a los políticos: ““Los políticos víctimas del <i>hybris</i> tienen una propensión narcisista a ver la realidad como una arena en la que pueden ejercer el poder y buscar la gloria”. Se comportan de manera impulsiva, creen ser infalibles, hablan de sí mismos usando el plural mayestático “nosotros” o en tercera persona, como si fuesen voceros de un “presidente” a quien admiran. Se sienten responsables de un modelo o de una misión histórica, que los pone por sobre la ética que rige para la gente común, pero no para ellos, que encarnan la historia”.</p>	
16 de agosto de 2013	Sergio Massa	Malena Galmarini		X		<p>Alusión a la vida privada de la familia política: “La nueva familia del poder (por dentro)”</p> <p>Malena Galmarini: “Una esposa vicersal que manda en casa y pesa en la campaña”(atribución del espacio doméstico)</p> <p>Sergio Massa: “Es el preferido de mamá”. El rol asignado a los hombres no es doméstico, sino “fútbol, celos y candidaturas” es decir, profesional (vinculación con espacio racional) si bien hay atribución a lo emocional, no implica un adjetivo de debilidad.</p>	

23 de agosto de 2013		Cristina Fernández de Kirchner	Héctor Magnetto	X		X	Representación de ambos personajes en relación al carácter emocional: “Cristina y Magnetto en una campaña fuera de control. Los dos demonios”. Nuevamente representación de la figura política femenina con un alto valor temperamental: “La guerra Gobierno- Clarín ya no reconoce límites” Nuevamente, la elección de la imagen da cuenta de una escena de furia, de enojo, con el fondo colorado (atribución a lo diabólico, a lo temperamental y agresivo)	
30 de agosto de 2013			Fernando Burlando					
6 de septiembre de 2013			Horacio Quiroga					
13 de septiembre de 2013			Jorge Lanata					
20 de septiembre de 2013			Astrología					
27 de septiembre de 2013		Cristina Fernández de Kirchner			X	X	Completa caracterización de la funcionaria en función de su vida privada y emocional. La portada se titula: “El look Nac and Hot. Nueva dieta, nueva terapia, nueva Cristina Fernández de Kirchner”. Parecería ser que su “nueva” versión no es en función de sus logros políticos o pretensiones, sino de su look y emotividad. A su vez, la portada señala: “paso a paso, como bajó 10 kilos en cuatro meses. Últimas novedades del trastorno bipolar”. Nuevamente, alusión entre su carácter profesional y el lenguaje psiquiátrico: terapia, bipolaridad, secretos psíquicos. Por debajo, la	

							imagen de un libro con el título: “La cabeza de Cristina” es acompañado por el título: “El libro sobre los secretos psíquicos y existenciales de la Presidenta”. Nuevamente podemos ver una cosificación de la mujer, y un enfoque en su cuerpo exclusivamente: no hay presencia de su rostro, únicamente de su cuerpo. El fondo de color rosado parecería ir acorde a la representación estereotipada de la portada.	
4 de octubre de 2013			Eduardo Feinmann					
11 de octubre de 2013		Cristina Fernández Kirchner		X			Descripción de la salud de la funcionaria. Si bien no hay ninguna alusión a su labor política, tampoco hay una connotación de género, simplemente una descripción médica: “El golpe tal cual fue, los verdaderos orígenes de la arritmia, medicamentos”	
18 de octubre de 2013			Caso Carbandi					
25 de octubre de 2013		Cristina Fernández Kirchner		X	X		Continuidad del factor médico: detalles de cuestiones de salud. No hay una asociación con el género femenino, simplemente una descripción de datos médicos: “los orígenes de la arritmia cardíaca (...)traducción explicada del último parte de la Favalaro”. Nuevamente, asociación entre la Presidenta y el lenguaje psiquiátrico: “Psicosis de ausencia. Conmoción en la Casa Rosada por la ausencia de la Presidenta”.	
1 de noviembre de 2013			Plan Clarín					
8 de noviembre			Jorge Lanata					

re de 2013								
15 de noviembre de 2013		Cristina Fernández Kirchner			X	X	<p>No parecería haber ninguna referencia a su actividad político, únicamente su vida privada y estado de salud mental. Con el titular: “Vuelve mística: tuvo miedo. Se deprimió ante la sensación de finitud. Le ordenaron ejercicios de meditación. Parte médico completo”. Nuevamente, se le adjudica a una figura del espacio público una reseña de su espacio privado, su vida personal y su estado anímico. A su vez, la portada señala: “Qué es el <i>mindfulness</i>: el método para “simplificar la mente” y “ver la realidad tal cual es”. Nuevamente, asociación con un estado mental psiquiátrico (imposibilidad de ver la realidad tal cual es)</p>	
22 de noviembre de 2013		Cristina Fernández Kirchner	X	X	X	<p>Tras un receso por cuestiones de salud, Cristina Fernández vuelve a su accionar. Sin embargo, la representación de la revista se orienta hacia su vida privada y cambios de look. Con el titular: “volvió sin luto, con perrito inofensivo y sonrisa zen. Por debajo de la sonrisa se esconde la ferocidad de una mujer dispuesta a todo” “Ella es una <i>rockstar</i>” Volvemos a notar una correlación entre el ámbito privado y el ámbito público a la hora de representar a la Presidente. A su vez, nuevamente se mencionan cuestiones psiquiátricas: “antidepresivos en el sanatorio”. Ironía en la imagen: El título de la portada es: “CFK: el regreso, show caos y tormenta” y sin embargo, su rostro no aparece en la portada, sino la de su perro.</p>		
29 de		Ricardo						

noviembre de 2013			Fort					
6 de diciembre de 2013	Jorge Capitanich			X	X		Descripción de infancia y trayectoria política del funcionario: "Presidente Coqui. La historia secreta de Capitanich". Sin embargo, aparecen menciones a su vida privada, su infancia, su formación y un conflicto entre su ex esposa y la tutora de sus hijas. Vinculo entre espacio público y privado	
13 de diciembre de 2013			Argentina saqueada					
20 de diciembre de 2013			Papa Francisco					
27 de diciembre de 2013		Cristina Fernández de Kirchner		X	X	X	La portada lleva el título: "La reina está desnuda (secretos de una ausencia inquietante). A CFK la dan por curada, pero se reclusó en el Sur. Su voz de alarma por los casos Lázaro y Boudou: "Nos quieren ver presos". Se agota el efecto Capitanich y Milani deshace el progresismo K. El renovado factor Máximo". Si bien el enfoque del número periodístico está puesto en una cuestión política, vemos, casi como patrón, una alusión a su salud mental y vida privada. Parecería no haber separación entre su vida privada y emocional de su función como mandataria. Imagen: representación de la funcionaria desnuda.	

Bibliografía:

- Alfarache, Á. (2003). *Identidades lésbicas y cultura feminista: una investigación antropológica*. México: UNAM, CEIICH.
- Amorós, C. (1990). *El feminismo: senda no transitada de la Ilustración*. 1st ed. Isegoria, pp.139-150.
- Amoros, C. (2005) *Historia de la teoría feminista. De la Ilustración a la globalización*. Minerva,.
- Amoros, C. (2007). *10 palabras clave sobre mujer*. Estella (Navarra): Verbo Divino.
- Asunción, B. (2005). *Cuerpos imaginarios: ¿ exhibición o encubrimiento de las mujeres en la publicidad?*. 1st ed. Madrid: CIC. Cuadernos de información y comunicación
- Barrancos, D. (2012). *Género y Ciudadanía en la Argentina*. *Iberoamericana – Nordic Journal of Latin American and Caribbean Studies*, 41(1-2), p.23.
- Beltrán, E., Maquieira, V., Álvarez, S. and Sánchez, C. (2008). *Feminismos, debates teóricos contemporáneos*. 2nd ed. Alianza Editorial.
- Bertúa, P. (2012). *La cámara en el umbral de lo sensible*. Buenos Aires: Biblos.
- Bonavitta, P. (2011). *De estereotipos, violencia y sexismo*. Medellín: Universidad de Medellín.
- Bontempo, M. (2005). *Para Ti : El cuerpo de la mujer moderna (1922-1928)*.
- Bourdieu, P., Hernández Rodríguez, A. and Montesinos, R. (1998). *La masculinidad*. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.
- Bourdieu, Pierre, *Distinction: A social Critique of the judgement of Taste*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 1984.
- Braudillard, J. (2000). *Las figuras de la alteridad*. México: Taurus, pp.11-119.
- Burman, E. (1998). *La deconstrucción de la psicología evolutiva*. Madrid: Visor.
- Butler, J. (2012). *Subjects of desire*. New York: Columbia University Press.
- Chafe, W. (1979). *Women and equality*. Oxford: Oxford University Press.
- De Beauvoir, S. (1949). *El segundo sexo*. Buenos Aires: Siglo XX.
- De Beauvoir, S., & Schreiber, S. (1975). *Why I am a feminist*. <https://www.youtube.com/watch?v=9LYx5T1yhqU>.
- De Miguel, A. (2011). *Los feminismos a través de la Historia*. 1st ed. Santander, España: Demófilo.
- Díaz, J. (2013). *Secretos del look Nac & Hot de Cristina*. [online] Noticias Perfil. Available at: <http://noticias.perfil.com/2013/09/27/el-look-nac-hot-de-cristina/> [Accessed 27 Mar. 2018].
- Faur, E. (2004), *Masculinidades y desarrollo social. Las relaciones de género desde la perspectiva de los hombres*, Bogotá, Unicef- Arango.
- Faur, E. (2017). *Mujeres y varones en la Argentina de hoy*. 1st ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Siglo Veintiuno, p.9.
- Feher, M. (1990). *Fragments for a history of the human body*. New York, NY: Zone.
- Firestone, S. (2015). *The dialectic of sex*. London: Verso.
- Fischer, A. (2000). *Gender and emotion*. New York, Ny: Cambridge University Press..
- Foucault, M.(1991): *Espacios de poder*, La Piqueta, Madrid.
- Freedman, E. (2003). *No Turning Back : The History of Feminism and the Future of Women*. Ballantine Books
- George, R. (1943). *Do the Job He Left Behind*. [Póster de guerra] Wilmington: Audiovisual Collections and Digital Initiatives Department, Hagley Museum and Library.
- Gill, R. (2015). *Gender and the media*. [Place of publication not identified]: Polity Press
- Giordano, V. (2003). *La mujer según el código civil en Argentina, Brasil y Uruguay*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, N.Y.: Doubleday.

- Greer, G. (1971). *The female eunuch*. New York: McGraw-Hill.
- Greewal, D., & salovey, p. (2006). *Inteligencia emocional*.
- Hegel, G. (2007). Fenomenología del espíritu. Valenica: Fondo de la cultura económica.
- Hennessee, J., & Nicholson, J. (1972). *NOW says TV commercials insult women*. [New York]: [New York Times].
- Hinojosa, M. (2009). Argentina's Women: Don't Cry For Us. *Women & Politics around the world*.
- Howard Miller, J. (1942). *Homefront, World War II Rosie the Riveter*. Westinghouse Electric Corporation.
- Humm, M. (1990). *Diccionario de la teoría feminista*. Columbia: Prensa universitaria de Ohio, p.278.
- Johnson, M. (2007). *Jane sexes it up*. Brantford, Ont.: W. Ross MacDonald School Resource Services Library.
- Kristeva, J. (1979), "Le temps des femmes". *Trente Quatre/Quarante Quatre. Cahiers de recherche des sciences des textes et documents*, 5:5-19.
- Martínez Hernández, A. (2016). El antagonismo de género. [online] Mujeres net. Available at: <http://www.mujeresnet.info/2016/12/el-antagonismo-de-genero.html> [Accessed 16 Apr. 2018].
- Mc. Dowell, Linda, *Género, Indentidad y Lugar*. Un Estudio de las Geografías Feministas, Madrid, Ediciones Cátedra, Universidad de Valencia, 1999
- Mirzoeff, N. (2009). *An introduction to visual culture*. New York: Routledge.
- Mitchell, W.J.T., *Picture Theory*, Chicago, Illinois, Chicago University Press, 1994.
- Moi, T. (2008). *What is a woman?*. Oxford: Oxford University Press.
- Moreno Sardá, A. (2008). *De qué hablamos cuando hablamos del hombre*. Barcelona: Icaria.
- Mulvey, L., Rose, R., & Lewis, M. *Visual pleasure and narrative cinema* (1975).
- Parker, J., Saklofske, D., & Stough, C. (1993). *Assessing Emotional Intelligence*. Dordrecht: Springer.
- Parsons, T., & Bales, R. (1955). *Family, Socialization and Interaction Process*. Nueva York: The Free Press.
- Pateman, C. (1998). *El contrato social fraternal*. Polity Press.
- Puleo, A. (2005). *Lo personal es político. El surgimiento del feminismo radical*. Mujeres en red. Recuperado 24 April 2018, a partir de http://webfacil.tinet.cat/usuaris/ronafo/Alicia_H._Puleo_El_surgimiento_del_feminismo_radical_con_notas_20151107001436.pdf [Accessed 25 Feb. 2018].
- Rousseau, J.-. (1997), *Emilio o la educación*, Madrid, Alianza.
- Ruth, B. (2004). *Separate Roads to Feminism: Black, Chicana, and White Feminist Movements in America's Second Wave*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Seidler, V. (1994). *Unreasonable men*. London: Routledge.
- Seoane, M., & Muleiro, V. (2001). *El dictador* (p. 215). Buenos Aires: Sudamericana.
- Sheridan, H. (2006). *Rosie the Riveter: Real Women Workers in World War II*. Biblioteca del Congreso de Estados Unidos.
- Shields, S. (2002). *Speaking from the heart*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.
- Tong, R. (1989). *Feminist thought*. London [etc.]: Unwin Hyman.
- Trastorno Bipolar. (2009). *Enciclopedia médica en español*.
- Traversa, O. (2007). *Cuerpos de papel II : Figuraciones del cuerpo en la prensa 1940-1970*(Instrumentos (Santiago Arcos Editor) ; 5). Buenos Aires: Santiago Arcos.
- Tsuang, M. (2000). *Toward Reformulating the Diagnosis of Schizophrenia*. *American Journal of Psychiatry*.
- Valcárcel, A. (2001). *La memoria colectiva y los retos del feminismo*. Santiago: Naciones Unidas, CEPAL, Unidad Mujer y Desarrollo.

- Vega Montiel, A. (2010) *.La responsabilidad de la televisión mexicana en la erradicación de la violencia de género contra las mujeres y las niñas.* Apuntes de una investigación diagnóstica. Revista Comunicación y Sociedad. Pp. 35-76



Universidad de
San Andrés