

LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER POLÍTICA EN LA PRENSA ARGENTINA. UN ANÁLISIS DE LAS TAPAS DE LA REVISTA NOTICIAS



Silvana Elías

Docente e investigadora del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (UNS-CONICET), Bahía Blanca, Rca. Argentina.

selias@uns.edu.ar



Delfina Ferracutti

Alumna avanzada de la Licenciatura en Comunicación, Universidad de San Andrés, Buenos Aires, Rca. Argentina.

dferracutti@udes.edu.ar

Resumen

Este trabajo indaga acerca de la participación política femenina en Argentina mediante el análisis de una selección de tapas de la Revista Noticias de los últimos diez años para problematizar sobre la cobertura mediática de las mujeres políticas. Aunque el país haya sido pionero en la sanción de una ley sobre cuotas de participación política y haya tenido una presidenta electa dos mandatos, aún falta un gran camino para que haya equidad de género en la esfera política.

Palabras clave: mujeres políticas; cobertura mediática; Revista Noticias.

Abstract

This work investigates about women's political participation in Argentina through the analysis of a selection of covers of the magazine Noticias of the last ten years to discuss about media coverage of women politicians. Although the country has been a pioneer in the enactment of a law on political participation quotas and has had a two terms elected President feminine, it is still a long way to ensure gender equality in the political sphere.

Keywords: political women; media coverage; Magazine Noticias.

I. INTRODUCCIÓN

“Lo que importa es el reconocimiento de sí, la adquisición de nuevas sensibilidades y sentimientos sobre la propia existencia, el salto formidable de dejar el sometimiento y conquistar, con la autonomía, planos de mayor dignidad”.

Dora Barrancos.

Desde los primeros reclamos modernos por el reconocimiento de las mujeres como ciudadanas –esbozados durante la Ilustración y la Revolución Francesa– y, tomando como evento clave el inicio del movimiento sufragista, han pasado alrededor de dos siglos de luchas varias en pos de la igualdad de género. Si bien las mujeres han adquirido numerosos derechos civiles y sociopolíticos, la igualdad todavía no ha sido materializada en nuestra sociedad, especialmente si consideramos que en 2018 en Argentina hubo 281 víctimas de femicidio confirmadas¹ (Defensor del Pueblo, 2018).

En el presente trabajo, se indagará acerca de la participación política femenina en Argentina y se analizarán algunas tapas de la *Revista Noticias* para problematizar sobre la cobertura mediática de las mujeres políticas. Aunque el país haya sido pionero en la sanción de una ley sobre cuotas de participación política y haya tenido una presidenta electa dos mandatos, aún falta un gran camino para que haya equidad de género en la esfera política. Esto es fundamentalmente cierto si tenemos en cuenta que para las elecciones Primarias, Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (PASO) 2019, de las diez listas que se presentan es posible encontrar solo una precandidata a presidenta (Manuela Castañeira, Nuevo Más) y tres precandidatas a vicepresidenta (Cristina Fernández de Kirchner, Frente de Todos; Romina del Plá, FIT; y Cynthia Hotton, Frente Nos)².

El artículo se organiza de la siguiente manera. Luego de esta introducción se comienza con el rol de las mujeres en la política analizando los orígenes y evolución del voto femenino en Argentina. Seguidamente se plantea la participación de las mujeres en la política desde el año 1976 hasta la fecha. En la cuarta sección se problematiza sobre el rol de los medios de comunicación en las sociedades mediatizadas y se analiza como caso de estudio la representación de la mujer política en la prensa mediante la observación de cinco tapas de la *Revista Noticias*. Finalmente se presentan las reflexiones finales.

1 Véase: Informe Final del Observatorio de Femicidios del Defensor del Pueblo De la Nación, en: http://www.dpn.gob.ar/documentos/Informe_ObservatorioFemicidios_Anuales2018.pdf

2 Véase Diario Clarín (s.f.): “Candidatos elecciones 2019” y Diario Clarín (03/07/2019).

II. MUJERES Y POLÍTICA:

EL VOTO FEMENINO EN ARGENTINA

En Argentina, el reclamo por el sufragio femenino se puede insertar dentro de la llamada “primera ola” feminista. Como postula De Miguel (2007), el capitalismo cambió las relaciones entre los sexos, incorporando de forma masiva a las mujeres al trabajo industrial. Sin embargo, dentro de la aristocracia y la burguesía (la clase social ascendente), las mujeres quedaron relegadas al hogar, espacio que se convirtió en un símbolo del estatus y el éxito laboral del hombre. Así, se configuró la diferencia sexual, a la que Pollock refiere “como una estructura social que posiciona a los sujetos masculinos y femeninos de manera asimétrica en relación con el lenguaje, el poder económico y social, y la significación” (2013: 120-121). Basándose en esta diferencia, durante la modernidad se organizó a hombres y mujeres alrededor de la distinción de las esferas pública/privada. El hombre tenía el libre albedrío de elegir su profesión, transitar la ciudad, dedicarse a la vida pública y ejercer su sexualidad sin restricciones, mientras que la mujer quedó recluida en el espacio privado, lugar de la domesticidad y la maternidad. Ser mujer antes del siglo XX significaba, para la mayoría de la sociedad, renunciar a la educación o al acceso a las profesiones liberales y, principalmente, estar subordinada a una figura masculina, sea un marido o un padre.

En este contexto, la reivindicación principal fue conseguir el derecho al sufragio. Desde una visión estratégica, la adquisición del voto permitiría llegar al parlamento y desde allí, avanzar hacia el resto de las esferas sociales en pos de lograr un cambio legislativo y sancionar nuevas políticas institucionales. Además, según De Miguel (2007: 4): “el voto era un medio de unir a mujeres de opiniones políticas muy diferentes. Su movimiento era de carácter interclasista, pues consideraban que todas las mujeres sufrían en cuanto mujeres, e independientemente de su clase social, discriminaciones semejantes”. De esta forma, el derecho al sufragio para las mujeres se decretó en algunos países de Europa, Asia y América del Norte entre las décadas de 1910 y 1920, hasta que manera progresiva se masificó hacia el resto del mundo³.

En Argentina, las mujeres recién pudieron votar con la sanción de la ley 13.010⁴ de sufragio femenino, sancionada el 9 de septiembre de 1947, durante el primer gobierno de Juan D. Perón. En este contexto, Palermo (2012) sostiene que el tardío reconocimiento de los derechos políticos de las mujeres en el país, se debió

3 Véase Diario La Nación(s/f.) “El voto femenino en el mundo”.

4 Véase Ley del voto femenino en: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-13010-47353/texto>

a una serie de factores: en primer lugar, se consideraba que desde su constitución biológica las mujeres tenían aptitudes para la maternidad y la domesticidad, siendo incapaces de llevar a cabo una tarea racional como ejercer el voto. En segundo lugar, en Argentina, en un principio no existían organizaciones femeninas con presencia fuerte en el espacio público, algo que fue cambiando con los años pero que les imposibilitaba hacer escuchar sus reclamos en materia de derechos y políticas públicas. En tercer lugar, el mismo autor señala que la historia de los derechos políticos femeninos se intersecta con la historia de las ideas y partidos que controlaron gran parte de la vida política del siglo XX. Es aquí donde sitúa su análisis y procede a estudiar los discursos parlamentarios enunciados por los legisladores durante los años veinte y treinta, para así entender los principales pensamientos de la época relacionados con los derechos políticos femeninos.

La historiadora explica que desde el año 1919 hubo seis proyectos presentados por distintos partidos para legalizar el sufragio femenino. Los principales argumentos esgrimidos por los legisladores (en su mayoría radicales) durante estos años fueron, en general, fundamentaciones que se inscriben bajo el llamado feminismo maternalista, que básicamente exaltaba las capacidades asociadas al sexo femenino como necesarias para moralizar la política y favorecer reformas más cercanas a la salud, la familia y la educación de aquellos más vulnerables. Estos argumentos buscaban disipar los temores de los conservadores que creían que la inclusión femenina en el voto traería acarreados el desorden tanto en la familia como en lo social.

Otra estrategia de los legisladores fue resaltar la labor de las organizaciones del feminismo local, asociando la lucha con la cuestión social y “mejorar” la construcción de la identidad nacional. Sin embargo, no existía consenso entre los representantes parlamentarios dado que algunos no consideraban que se debía igualar la participación de las mujeres con la de los hombres, es decir, expandir el alcance de la ley Sáenz Peña, sino que se debía limitar el acceso femenino. Uno de esos límites podía ser la edad: como las mujeres eran consideradas como más “irracionales” o “inmaduras” debían votar siendo cuatro años mayores que los hombres. Otro argumento era que debían ser más educadas que los hombres: solo deberían tener acceso aquellas mujeres que sabían leer y escribir o incluso aquellas que posean títulos secundarios o universitarios. También, un grupo de conservadores a finales de la década de los veinte presentaron un proyecto que, aparte de exigir la condición de alfabetas, entendía al voto femenino como optativo.

El Partido Socialista fue el primero en presentar un proyecto igualitario en 1929, acorde a los principios de la socialdemocracia europea y basándose en las ideas del feminismo de la igualdad. Este seguía las ideas de J. S. Mill y defendía las capacidades intelectuales de las mujeres mientras que reclamaba por la equidad civil y política de los géneros. La propuesta del senador Mario Bravo, además, consideraba como inconstitucional la discriminación política de la mujer y que la sanción serviría para fortalecer el Parlamento y la ley electoral, dándole al Congreso mayor representatividad. A pesar de ello no se logró el consenso y la sanción del sufragio femenino debió esperar algunos años más.

Una vez que el peronismo se alza en el poder, la figura de Evita emerge como central en la política de justicia social de Perón, especialmente, por su labor al frente de la fundación que llevaba su nombre, dedicada a la protección de mujeres y niños. Los legisladores peronistas, explica Palermo (2012), tuvieron que esforzarse en destacar el papel de Eva como referente en la lucha del sufragio femenino. La decisión de incorporar mujeres en forma plena a la comunidad política nacional se inscribe en la intención del peronismo de asociar la democracia a la justicia social. Si se quería lograr una “democracia integral”, era condición obligatoria la inclusión de las mujeres en la política. Palermo (2012) explica que no fue una jugada ingenua y que intentaba acallar a las críticas del peronismo que se oponían al verticalismo y a la limitación de las “credenciales democráticas”.

En definitiva, el peronismo conceptualizaba a la mujer nuevamente desde el feminismo maternalista, como una representante de la familia, como portadora de los intereses y valores de la domesticidad. Cuando se aludía a la “mujer del pueblo” como símbolo de un buen ciudadano, se glorificaba la feminidad popular y se invertían las tradicionales jerarquías de la comunidad política. Si antes se colocaba en la cima de esa jerarquía al hombre culto y moderado, el peronismo situaba ahora a esa mujer con sensibilidad e intuición y sin mayores conocimientos que el esfuerzo de su trabajo doméstico y el compromiso con la comunidad.

Como indica Barrancos (2014), la primera experiencia del sufragio femenino en Argentina fue en 1951 con una participación masiva que ratificó al peronismo. Con la figura de Eva a la cabeza, las representantes mujeres alcanzaron cerca del 30% de los votos en las dos cámaras del Congreso. Sin embargo, con la sucesión de golpes de estado a partir de 1955 y los cortos períodos democráticos que sucedieron en el medio, casi no hubo representación femenina en los escaños

parlamentarios. Igualmente, es notorio destacar que María Estela Martínez de Perón fue la primera mujer en la historia mundial en asumir la presidencia de un país republicano. Desde 1973, Martínez de Perón se desempeñaba como vicepresidenta de su esposo, J. D. Perón. Al fallecer este, en julio de 1974, la presidencia quedó bajo su mando; rol que ejercería hasta el golpe militar de 1976.

III. MUJERES Y POLÍTICA: DE 1976 AL PRESENTE

Entre 1976 y 1983, Argentina vivió la dictadura cívico-militar más represiva, autoritaria y violenta de su historia, con miles de personas detenidas desaparecidas, perseguidas y exiliadas. Quienes se enfrentaron con más fuerza al Proceso de Reorganización Nacional fue un grupo de mujeres, conocidas como Madres de Plaza de Mayo, que abogaban por la aparición con vida de los detenidos desaparecidos, para luego sancionar y enjuiciar a los responsables de delitos de lesa humanidad. Durante la dictadura, para Feijoó (1994), la única meta legítima de las mujeres acosadas por la injusticia, la represión y el miedo fue una variante de las “tres K” alemanas. En términos de la autora, “*Kinder, Küche, Kirche (niños, cocina e iglesia) hubiese sido un buen lema para definir qué comportamiento esperaba la dictadura de parte de las mujeres*” (p. 323).

Retomando a Barrancos (2014), el retorno de la democracia significó la reanudación de los reclamos del feminismo en Argentina. Esta vez los reclamos estaban inspirados por la “segunda ola” feminista que, a partir de los años ’60 en EE. UU. y Europa, había buscado profundizar las transformaciones sociales. De esta forma, la segunda ola abogó por el uso de pastillas anticonceptivas para controlar la natalidad, luchó en contra de la violencia doméstica y el acoso sexual, defendió el acceso igualitario de la mujer al campo laboral como también la igualdad en materia de derechos y deberes matrimoniales.

Así, dentro de la nueva agenda feminista, se destacaron dos temas clave: la violencia doméstica y el reconocimiento político. En este trabajo se hará hincapié sobre el segundo tema, planteado por diferentes militantes de partidos políticos que “*propusieron alterar las reglas de juego de sus fuerzas solicitando el reconocimiento pleno, el derecho a obtener cargos partidarios y lugares en la representación parlamentaria*” (Barrancos, 2014: 10).

Siguiendo a Marx, Caminotti y Borner (2006) hacia 1990, la presencia femenina en las Cámaras altas de la región latinoamericana era de 5%, mientras que en las Cámaras bajas rondaba el 9%. Frente a este panorama –que demostró la existencia de barreras de naturaleza

estructural que obstaculizaban una participación equitativa en el ejercicio del poder político– y gracias a un clima internacional proclive a la promoción de una mayor igualdad entre los géneros⁵ se logró, a fines del siglo XX, “*la adopción de cuotas para candidaturas a cargos legislativos en una decena de países de la región*” (Marx et al., 2006: 61-62).

En el caso argentino, en 1991 el país fue el primero en el mundo que incluyó una cuota mínima del 30% de las candidaturas femeninas en su legislación electoral, gracias a la aprobación de la Ley 24.012 (Marx, Caminotti y Borner, 2008). Siguiendo a Bedin (2016) antes de la ley, entre 1983 y 1991, el porcentaje de mujeres en las cámaras osciló entre un 4 y un 8%. De acuerdo con datos del Observatorio Político Electoral (2018), después de la correcta aplicación de la ley de cupo, los resultados fueron contundentes. En la Cámara de Diputados, la representación fue de un 14% en 1993, llegando al 30% en 2001. En las elecciones de 2015, el 34% de la Cámara estaba compuesto por mujeres. En el Senado también se registró un abismal cambio: antes de la ley las mujeres ocupaban solo un 5% de las bancas. Por la reforma constitucional de 1994, los senadores comenzaron a ser elegidos de forma directa. Así, con la primera elección bajo este formato en 2001, se alcanzó un 37% de senadoras mujeres. Para el bienio 2017-2019, la participación de mujeres en el Congreso Nacional es la siguiente: la Cámara baja se conforma por 99 mujeres (38,5% del total) y la Cámara alta posee 30 senadoras, es decir, una participación del 41,6% del total. Como se puede observar, a nivel nacional la participación en los últimos años ha cumplido con la cuota establecida por la Ley 24.012. No obstante, en algunas legislaturas provinciales todavía no se ha alcanzado la cuota mínima. A modo de ejemplo, para 2019 el Senado de Catamarca está compuesto únicamente por hombres y en Santa Fe hay una única senadora.

Cabe destacar que, de acuerdo con el Observatorio Político Electoral (2018), en noviembre 2017 se promulgó la Ley 27.412 de Paridad de Género en Ámbitos de Representación Política. Dicha ley regirá a partir de las elecciones de renovación parcial de ambas cámaras en 2019 y exige un 50% de candidatas mujeres de forma intercalada. Se modifica el artículo 60 bis del Código Electoral Nacional y en su Artículo 1 se lee:

Requisitos para la oficialización de las listas. Las listas de candidatos/as que se presenten para la elección

5 Según Bedin (2016), a partir de los años 90 se comienza a debatir a nivel mundial la necesidad de incorporar más mujeres a la representación política. En sus palabras, “a principio de los años 80 la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) propuso como uno de sus principales objetivos la incorporación de la mujer a la esfera pública y también a las actividades de gobierno” (p. 39).

de senadores/as nacionales, diputados/as nacionales y parlamentarios/as del Mercosur deben integrarse ubicando de manera intercalada a mujeres y varones desde el/la primer/a candidato/a titular hasta el/la último/a candidato/a suplente.⁶

Se puede ver entonces que hay todavía un largo camino a futuro para lograr la paridad legislativa. Es importante señalar que el cupo femenino no solo aumenta el acceso de las mujeres a las bancas legislativas, sino que también posibilita la ampliación de la agenda parlamentaria, dado que permite la incorporación de temas que antes estaban desatendidos con un poder legislativo mayoritariamente masculino. Incluir mujeres en el proceso de deliberación y decisión facilitó añadir perspectivas sociales que a lo largo de la historia han sido vetadas del debate público. Además, se logra feminizar la agenda legislativa, dado que se incorporan miradas y preocupaciones que derivan de la experiencia social de las mujeres (Caminotti, 2013; Observatorio Político Electoral, 2018). De esta manera, si bien ha habido avances en materia de políticas de género en el país⁷, todavía existe un largo camino para lograr la igualdad en materia política, comenzando por la correcta aplicación de la Ley de Paridad de Género.

En relación con el poder ejecutivo de las provincias nacionales, únicamente once han ocupado el cargo de gobernadora, contemplando todas las posibilidades para acceder al cargo (elecciones, renunciaciones de gobernador, interinatos e interventoras federales). La primera gobernadora de la historia argentina fue Cristina Fernández de Kirchner en 1990 por la provincia de Santa Cruz. El máximo número de gobernadoras mujeres en simultáneo fue cinco en diciembre de 2015⁸, cuando gobernaban Lucía Corpacci (Catamarca), Claudia Ledesma Abdala de Zamora (Santiago del Estero), Rosana Bertone (Tierras del Fuego), Alicia Kirchner (Santa Cruz) y María Eugenia Vidal (Buenos Aires).

En cuanto a la Presidencia de la Nación, en 2007 Cristina Fernández de Kirchner se convirtió en la primera mujer en ser electa para el cargo. Sobre dicha elección cabe recordar que en el mano a mano se la luego pre-

sidenta electa se enfrentó a otra candidata, la líder de la Coalición Cívica-ARI y entonces diputada de Chaco, Elisa Carrió. Entre ambas concentraron un 70% de los votos. En 2011, Fernández fue reelecta en primera vuelta con más del 50% de los votos y con el principal conglomerado de medios de comunicación del país en su contra (Grupo Clarín). Durante sus ocho años de gobierno llegó a haber cuatro mujeres en los catorce ministerios y una participación en cargos de cerca del 25% si consideramos secretarías y subsecretarías (Bedin, 2016).

Por último, en las últimas elecciones presidenciales de 2015 se consagró como vicepresidenta Gabriela Michetti, quien además de ser la primera mujer en ser electa vicepresidenta desde la recuperación de la democracia, es discapacitada. En términos de Lister (2007), dentro de los estudios sobre ciudadanía no se suele incluir la perspectiva de las personas discapacitadas, incluso dentro de la teoría feminista. Es necesario entonces, adoptar una postura interseccional a la hora de estudiar la participación política de las mujeres para consolidar una democracia y unas instituciones más representativas.

IV. ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LAS SOCIEDADES MEDIATIZADAS

Siguiendo a Luchessi y Rodríguez (2007), para Bourdieu (1999) el poder simbólico es un poder invisible cuyo ejercicio no es posible sin la complicidad de quienes no quieren saber que lo sufren e incluso que lo ejercen. A lo largo de la historia se producen disputas en la arena de la cultura para detentar el poder y apropiarse del sentido en una sociedad. El campo político según Bourdieu (1998: 64) es *“el lugar en el que se generan, en la concurrencia entre los agentes que se hallan involucrados en él, productos políticos, programas, análisis, comentarios, conceptos, acontecimientos, entre los cuales los ciudadanos comunes, reducidos al estatus de ‘consumidores’, deben escoger”*. De esta forma, aceptar acríticamente el rol de los ciudadanos como consumidores implica que lo político se torna producto y que el poder se desplaza a otras áreas de la hegemonía que buscan detentarlo (Luchessi y Rodríguez, 2007).

En este contexto, los medios no son meros reproductores de la realidad, sino que son una arena en la que la hegemonía lucha por acumular poder. Los grupos mediáticos son actores claves en el funcionamiento social que no solo producen, sino que puján por imponer sus propias representaciones (Bourdieu, 1988; Luchessi y Rodríguez, 2007). En las sociedades mediatizadas, pueden pensarse los medios como vehículos que circulan información necesaria para la ciudada-

6 Véase Ley 27.412 en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/ley_27412_paridad_de_genero_en_ambitos_de_representacion_politica.pdf

7 A modo de ejemplo (aparte de las leyes ya mencionadas) podemos citar, por ejemplo, la Ley 24.417 de Protección contra la violencia familiar, la Ley 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, la Ley 24.828 de Incorporación de las amas de casa al sistema integrado de jubilaciones y pensiones, la Ley 25.674 de Cupo sindical femenino, la Ley 26.150 Programa Nacional de Educación Nacional, la Ley 26.743 de Identidad de Género. La lista completa de políticas provinciales, nacionales e internacionales puede encontrarse en el sitio web del Observatorio de Políticas de Género del Senado de la Provincia de Buenos Aires.

8 Véase Diario La Voz (2015).

nía y se relacionan triangularmente con el poder político y la ciudadanía. No obstante, en la actualidad con el debilitamiento de las instituciones y el sistema político sumado al rol de la ciudadanía como consumidora, el poder simbólico de los medios aumenta de forma exponencial (Verón, 1993; Luchessi y Rodríguez, 2007).

En este sentido, los medios de comunicación en la sociedad argentina tienen la capacidad de visibilizar cuestiones relacionadas al género, las políticas de género y las mujeres políticas, pero también tienen las herramientas de ir más allá. Tal como manifiesta Reguillo (1998), en la relación entre comunicación y derechos humanos no se debe solo visibilizar a las minorías y brindarles acceso a los circuitos de comunicación masiva, sino que se debe *“re-pensar la comunicación no en sí misma, sino en relación con los deseos y con los proyectos que son su motor”* (p. 18). Además, indica la autora que el mejor antídoto desde la comunicación estriba en:

la posibilidad de intervenir directamente en la ruptura de las representaciones asumidas como ‘orden natural’ y develar así el disfrazamiento simbólico que construye a ciertos actores y ciertos espacios para representar acciones que se rechazan, convirtiendo la desigualdad estructural en un problema de diferenciación cultural (p.20)

Entonces, para garantizar una democratización del espacio público se debe abrir un debate que, en condiciones de igualdad, sitúe los proyectos sociales en disputa, desde una perspectiva cultural (Reguillo, 1998). No obstante, como se planteará a continuación, los medios tradicionales han sido mayoritariamente incapaces de comprender los cambios culturales que se están gestando en los últimos años en relación con el feminismo, las políticas de género y las mujeres políticas.

V. REPRESENTACIÓN DE LA MUJER POLÍTICA EN LA PRENSA: EL CASO DE LA REVISTA NOTICIAS

En este apartado se analizará la cobertura de cinco tapas –cuatro de la ex presidenta y actual precandidata a vicepresidenta, Cristina Fernández, y una de la actual gobernadora de la provincia de Buenos Aires y precandidata para su elección, María Eugenia Vidal– de la *Revista Noticias*⁹. Asimismo, se realizará un contraste con tres tapas de la misma revista sobre el actual presidente Mauricio Macri.

Según Cháneton (1994) en Isoardi (2007), esta clase de análisis es relevante dado que permite visibilizar los

discursos sociales vinculados con el género. Estas representaciones se insertan en la incesante producción social del sentido, proceso al que Verón (1993) ha planteado bajo el nombre de semiosis social entendiéndola como una red significativa infinita. Respecto al género, refiere a la construcción sociohistórica de las significaciones relacionadas con la feminidad/masculinidad, que están cargadas de una fuerza y orientación diversas, aunque en su significación domina una estructura patriarcal (Isoardi, 2007). En definitiva, los discursos sociales, que en este caso están insertos en los medios de comunicación y su entramado complejo de relaciones son los que producen las significaciones referidas a la feminidad/masculinidad.

En el caso de las tapas de las revistas, estas como dispositivo, son un producto singular dado que son el primer contacto que tiene el público con la publicación. No solo deben diferenciarse de otras competidoras, sino que debe estar en sintonía con el imaginario de sus destinatarios para así reforzar la identidad editorial de la revista (Traversa, 2005; Traversa, 2009). En el sitio web de la editorial Perfil se define a la *Revista Noticias* como *“la mayor news magazine de la lengua española y la revista de alta gama más vendida en la Argentina. Independencia, objetividad y profundidad son los valores que fortalecen la fidelidad de sus lectores”*. Teniendo estos valores presentes se procederá a indagar sobre las tapas ya mencionadas. El corpus seleccionado va desde los años 2011 al 2019 y se hará hincapié en el ethos de mujer política/hombre político que presenta la revista.

Como características en común todas las tapas son fotomontajes, realizadas con un software de edición. Es decir, no son la fotografía mimética que representa la realidad, sino que intervienen imágenes y montan la cara de las y los políticos en imágenes preexistentes. Esta operación sobre las imágenes entra en conflicto con el valor de la objetividad que pretende la revista, especialmente si contemplamos que *Noticias* se introduce como una publicación de noticias verídicas, a diferencia de revistas que ejercen la sátira o parodia desde la creación de noticias falsas, como es el caso de la revista Barcelona.

En primer lugar, se analizarán dos tapas de Cristina Fernández: *“El goce de Cristina”* del 7 de septiembre de 2012 (ver Fig. I) y *“La reina está desnuda”* del 27 de diciembre de 2013 (ver Fig. II). La primera tapa es la única del corpus que se distingue por ser una ilustración en lugar de una imagen intervenida y se muestra a la entonces presidenta en una pose que simula estar teniendo un orgasmo. Se puede leer que Fernández *“se muestra cada día más desenfadada, sensual y hasta procaz”* y además la revista se pregunta *“por qué el*

9 La revista de circulación semanal pertenece a la Editorial Perfil y fue fundada por Jorge Fontevecchia en 1989.

Fig. I: Revista Noticias. “El goce de Cristina” (2012).



ejercicio del poder y el contacto con la masa actúan como factores erotizantes”. Por último, en el margen inferior izquierdo se expresa “Cómico prohibido: el polémico video hot de la Presidenta”. De forma similar, la segunda tapa muestra una imagen de Fernández desnuda, en una pose erótica. En estas dos publicaciones *Noticias*, una revista informativa y con pretensión de seriedad, imita a las revistas para hombres como *Hombre* o *Playboy* Argentina.

En el otro extremo, se encuentran otras dos tapas con mandatarias argentinas en las que representan a vír-

Fig. II: Revista Noticias. “La reina está desnuda” (2013).



genes dando de amamantar a bebés, siendo estos últimos personificados por políticos hombres. El recurso que es empleado para lograr los diseños de tapa es el pastiche, operación artística posmoderna, que en este caso se realizó sobre cuadros renacentistas. La primera tapa se titula “Nuestra señora del modelo” del 12 de abril de 2017 (ver Fig. III). En ella se representa, sobre el cuadro de Leonardo da Vinci *Virgen con el Niño y flores* (1478-82) a Vidal como la virgen y a Macri como niño. Por su parte, la tapa “Los Cristinos” del 13 de junio de 2019 (ver Fig. IV), tiene a Cristina Fernández como *madonna* amamantando, y a Alberto Fernández

Fig. III: Revista Noticias. “Nuestra Señora del Modelo” (2017)



Fig. IV: Revista Noticias. “Los Cristinos” (2019).



y a Sergio Massa como niños. Dicha tapa fue realizada mediante la intervención de una obra, también de Leonardo Da Vinci, *Madonna Litta* (c. 1490) sobre la cual se agregó otro bebé. Frente a la indignación y el rechazo que causó la última tapa, la editora ejecutiva de la revista, Alejandra Daiha, publicó una nota de opinión en el sitio web de *Noticias* el 21 de junio titulada “Alerta editores: La sátira política no es para mujeres” en la que se puede leer “*el feminismo bobo exige protección simbólica extra para nosotras, según se desprende de la nueva polémica por la tapa de NOTICIAS*” (Revista Noticias, 21/07/2019). Para Daiha, “*la suma de dogmatismo político y feminismo bobo está generando un híbrido con capacidad de licuar los objetivos más nobles*”.

Otra representación que remite a representaciones de la mujer extemporáneas, es la tapa titulada “El pacto (Para que Cristina no Vuelva Nunca Más)” del 17 de diciembre de 2015 (ver Fig. V) que ilustra a la ex presidenta como una bruja, riendo de manera desquiciada, mientras es quemada en la hoguera por políticos hombres. Esta tapa, además, remite a la persecución y al asesinato de mujeres en la Edad Media. En esta época, las hechiceras eran acusadas de atentar contra la potencia sexual de los hombres, la capacidad reproductora de las mujeres, y de trabajar por el exterminio de la fe. Al estar desprovistas de cualquier tipo de protección, que únicamente poseían las reinas o aquellas mujeres nobles con un buen estatus social y económico, terminaron muertas en la hoguera (Maffía, 2007). De todas formas, la quema de mujeres no es un tema del pasado, ya que según el Observatorio de Femicidios del Defensor del Pueblo De la Nación (2018), el año pasado hubo 21 víctimas de femicidio que fueron quemadas.

Fig. V: Revista Noticias. “El Pacto (Para que Cristina no Vuelva Nunca Más)” (2015).



Por último, en el tratamiento de políticos hombres por parte de la *Revista Noticias*, como se puede observar en algunas de las tapas de Mauricio Macri (ver Fig.VI a VIII), también se encuentran casos de ridiculización a mujeres (Macri embarazado, reforzando el estereotipo maternal) y mujeres trans/travestis (Macri travestido por su “giro feminista”) y también la comparación de la relación entre EE. UU. y Argentina como una pareja gay (Macri besando a Obama por su “relación pasional y conflictiva”).

Fig. VI. Revista Noticias. “Yo, el mejor de todas” (2017).



Fig. VII: Revista Noticias. “Oposición in vitro” (2011).



Fig. VIII: Revista Noticias. “El fin de los 70” (2016).



VI. REFLEXIONES FINALES

A modo de reflexión, y luego de la observación y análisis de las imágenes de cinco tapas de la *Revista Noticias*, se puede concluir que esta publicación como medio masivo de comunicación y formador de opinión de sus lectores, naturaliza el machismo que existe en la sociedad argentina. A modo de ejemplo, basta solo con recordar que la ex presidenta Cristina Fernández recibía y recibe por algunas de sus actitudes los apodos de “yegua”, “loca” o “soberbia”, cuando a ningún hombre político se lo nombra con un mote similar por mostrar las mismas actitudes.

Estas estigmatizaciones las retoma la revista de la editorial Perfil desde sus tapas, que además son el primer contacto que tiene el lector con el medio. *Revista Noticias* ejerce violencia simbólica contra las mujeres políticas argentinas al hipersexualizarlas, representarlas como brujas histéricas o vírgenes maternas, a la vez que ridiculiza también a minorías vulnerables como la comunidad trans. Si bien obviamente existe la libertad de expresión, amparada en especial por el artículo 13 de la Constitución Nacional, resulta sumamente contradictorio el hecho de que la revista se piense a sí misma como “objetiva” cuando ya desde el primer contacto con el lector se incita a la confrontación y a la “chicana”. En consecuencia, al tratarse de la revista de mayor circulación del género informativo en Argentina, debería ser más responsable en la representación de las líderes políticas, o si se trata de una decisión editorial a largo plazo, como parecería serlo, al menos aceptar que sus contenidos son “humor político” en lugar de apelar a una falsa ilusión de objetividad.

Afortunadamente, hubo varios medios digitales como también usuarios en redes sociales que repudiaron las tapas de *Noticias*¹⁰. Más allá de las ideologías o banderas políticas, es importante que como sociedad se denuncien estos casos para evitar su normalización, caso contrario, los medios tradicionales seguirán reproduciendo estereotipos que condenan a las mujeres al silencio, a la reclusión al espacio privado y a las labores domésticas o maternas.

Al mismo tiempo en los últimos años, gracias a la expansión de Internet, el auge de los medios digitales y el establecimiento de las redes sociales como nuevos espacios de producción de sentido, han comenzado a circular nuevas ideas de ciudadanía, más inclusivas y con perspectiva de género. Basta con observar la labor de colectivos como Ni Una Menos y la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto, Legal, Seguro y Gratuito que en los últimos años han crecido de forma

exponencial al estar presentes en redes sociales y al usar estas herramientas para convocar individuos al espacio público.

A pesar de que todavía no han logrado una participación política equitativa, a futuro y teniendo en cuenta la Ley de Paridad de Género, progresivamente las mujeres van a apropiarse cada vez más de los espacios públicos y políticos. Sería deseable que medios de circulación masiva como la *Revista Noticias* se adapten al cambio social, cultural y político que está atravesando y que parece ser irreversible.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barrancos, D. (2014): "Los caminos del feminismo en la Argentina: historia y derivas". *Voces en el Fénix*, 32: 6-13.
- Bedin, P. (2016): "La representación política de las mujeres en Argentina. Un análisis de proyectos legislativos, debates y campañas paritaristas". *Studia politicae*, (39): 31-64.
- Bourdieu, P. (1999). *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba.
- Bourdieu, P. (1988/1981): "Describir y prescribir. Notas sobre las condiciones de posibilidad y los límites de la eficacia política". *Actes de la recherche en sciences sociales*, 38(1): 69-73.
- Caminotti, M. (2013): "La representación política de las mujeres en el período democrático". *Revista SAAP. Publicación de Ciencia Política de la Sociedad Argentina de Análisis Político*, 7(2): 329-337.
- Châneton, J. (1994): "Las relaciones peligrosas: prensa y política de género". *Travesías*, Año 2, n° 2.
- De Miguel, A. (2007): *Los feminismos a través de la historia. Capítulo II. Feminismo Moderno*. Recuperado el 09/07/19 de: http://hum.unne.edu.ar/generoysex/seminario1/s1_02.pdf
- Feijó, M. (1994): "La trampa del afecto: mujer y democracia en Argentina". En M. León (comp.): *Mujeres y participación política: avances y desafíos en América Latina* (pp.319-347). Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Isoardi, M. E. (2007): "Chicas de tapa. Análisis de la representación de las mujeres en los medios de comunicación". *Documento de Trabajo n° 194*, Universidad de Belgrano. Recuperado de: http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/194_isoardi.pdf
- Lister, R. (2007): "Inclusive citizenship: Realizing the potential". *Citizenship studies*, 11(1): 49-61.
- Luchessi, L. y Rodríguez, M. G. (2007): *Fronteras globales: cultura, política y medios de comunicación*. Buenos Aires: La Crujía.
- Maffía, D. (2007): "Epistemología feminista: La subversión semiótica de las mujeres en la ciencia". *Revista venezolana de estudios de la mujer*, 12(28): 63-98.
- Marx, J.; Borner, J. y Caminotti, M. (2006): "Cuotas de género y acceso femenino al Parlamento: los casos de Argentina y Brasil en perspectiva comparada". *Política. Revista de Ciencia Política*, 46: 61-81.
- Marx, J.; Caminotti, M. y Borner, J. (2008): "¿En pie de igualdad? Quince años de cupo femenino en Argentina". En M. Ríos Tobar (ed.): *Mujer y política. El impacto de las cuotas de género en América Latina* (pp. 99-127). Santiago: Catalonia.
- Palermo, S. (2012): *Los derechos políticos de la mujer. Los proyectos y debates parlamentarios 1916-1955*. Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Pollock, G. (2013): *Visión y diferencia: feminismo, feminidad e historias del arte*. Buenos Aires: Fiordo.
- Reguillo, R. (1998): "Un malestar invisible: derechos humanos y comunicación". *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación* (64): 18-23.
- Traversa, O. (2005): "Las tapas de los periódicos como dispositivo: Una discusión crítica". *Encrucijadas*, 33. Universidad de Buenos Aires.
- Traversa, O. (2009): "Por qué y cómo estudiar las tapas de las revistas: el papel de la noción de dispositivo". *Figuraciones*, (5), s.p.
- Verón, E. (1993): *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

10 Véase, por ejemplo, Código Plural (2019) o NotiTDF (2019).

OTRAS FUENTES CONSULTADAS

Código plural (2019): "Repudio a la tapa de noticias de los Cristinos". Recuperado el 10/07/19 de: <https://www.codigoplural.com.ar/post/repudio-a-la-tapa-de-noticias-de-los-cristinos>

Defensor del Pueblo (2018): *Informe Final del Observatorio de Femicidios*. Recuperado el 10/07/2019 de: http://www.dpn.gob.ar/documentos/Informe_ObservatorioFemicidios_Anuar2018.pdf

Diario Clarín (2019): "Finalmente serán diez los precandidatos presidenciales". Recuperado el 9/07/2019 de: https://www.clarin.com/politica/finalmente-precandidatos-presidenciales_0_rTlgT688.html

Diario La Nación (s/f. a): "Candidatos elecciones 2019". Recuperado el 11/07/19 de: <https://www.lanacion.com.ar/politica/todas-listas-candidatos-presidente-gobernador-buenos-aires-nid2260288>

Diario La Nación (s/f. b): "El voto femenino en el mundo". Recuperado el 9/07/2019 de: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/el-voto-femenino-en-el-mundo-nid2129981>

Diario La Voz (2015): "Desde diciembre habrá cinco mujeres gobernadoras en el país". Recuperado el 11/07/2019 de: <https://www.lavoz.com.ar/politica/desde-diciembre-habra-cinco-mujeres-gobernadoras-en-el-pais>

Editorial Perfil (s/f): Recuperado el 11/07/2019 de: https://www.perfil.com/static/docs/brochure_perfil.pdf

Gobierno Argentino (1947): *Ley n° 13.010: Ley del voto femenino*. Recuperado el 10/07/2019 de: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-13010-47353/texto>

Gobierno Argentino (2017): *Ley n° 27.412. Paridad de género en ámbitos de representación política*. Recuperado el 10/07/2019 de: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/ley_27412_paridad_de_genero_en_ambitos_de_representacion_politica.pdf

NotiTDF (2019): "Repudio e indignación por tapa de la Revista Noticias". Recuperado el 11/07/2019 de: <https://www.notitdf.com/noticias/leer/33778-repudio-indignacion-por-tapa-revista-noticias.html>

Observatorio de Género del Senado de la provincia de Buenos Aires. Recuperado el 10/07/19 de: <https://observatoriogenero.senado-ba.gov.ar/>

Revista Noticias. (2019). "Alerta editores: la sátira política no es para mujeres". Recuperado el 11/07/19 de: <https://noticias.perfil.com/2019/06/21/alerta-editores-la-satira-politica-no-es-para-mujeres/>

Observatorio Político Electoral (2018): " Participación política de las mujeres". Recuperado el 10/07/2019 de: <https://www.argentina.gob.ar/interior/observatorioelectoral/analisis/mujeres>