



Universidad
Nacional
de Córdoba



FCC
Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias de la Comunicación

BIBLIOTECA OSCAR GARAT

**DESAFIANDO LA JERARQUÍA:
EL DISCURSO MEDIÁTICO EN TORNO A LAS MUJERES POLÍTICAS**

Un análisis de la construcción discursiva de la revista Noticias sobre Cristina Fernández y María

Eugenia Vidal

Marjorie Isabel Cabrera

Emilse Jimena Gomez

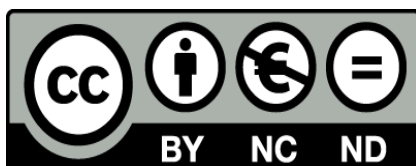
Lara Constanza Villanueva

Cita sugerida del Trabajo Final:

Cabrera, Marjorie Isabel; Gomez, Emilse Jimena; Villanueva, Lara Constanza. (2023). "Desafiando la jerarquía: El discurso mediático en torno a las mujeres políticas. Un análisis de la construcción discursiva de la revista Noticias sobre Cristina Fernández y María Eugenia Vidal". Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba (inérita). Disponible en Repositorio Digital Universitario

Licencia:

Creative Commons Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional





DESAFIANDO LA JERARQUÍA: EL DISCURSO MEDIÁTICO EN TORNO A LAS MUJERES POLÍTICAS

Un análisis de la construcción discursiva de la revista Noticias sobre Cristina Fernández y María Eugenia Vidal





FCC
Facultad de Ciencias
de la Comunicación



Universidad
Nacional
de Córdoba

Universidad Nacional de Córdoba

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Licenciatura en Comunicación Social

Trabajo Final de Grado

**DESAFIANDO LA JERARQUÍA:
EL DISCURSO MEDIÁTICO EN TORNO A LAS
MUJERES POLÍTICAS**

*Un análisis de la construcción discursiva de la revista Noticias sobre
Cristina Fernández y María Eugenia Vidal*

Autoras:

CABRERA, Marjorie Isabel

GOMEZ, Emilse Jimena

VILLANUEVA, Lara Constanza

Directora:

ANGELELLI, María Belén

Codirectora:

GRZINCICH, Claudia Guadalupe

2023

Abstract

A través de la lucha de los movimientos feministas, las mujeres han ingresado al espacio político a partir de la adquisición de una serie de derechos que les permitieron ocupar cargos en la representación pública. Este ingreso ha encontrado, y todavía encuentra, barreras y obstáculos debido al diferencial de poder y prestigio que instala el régimen jerárquico de género, el cual le asigna un heredero natural al espacio público, y por consiguiente al político: un sujeto masculino con atributos determinados. De este modo, cuando las mujeres ingresan al espacio público deben lidiar con diversas modalidades de violencia, las cuales buscan disciplinarlas para que cumplan el rol que históricamente el capitalismo les ha asignado: la reproducción y el mantenimiento de la fuerza de trabajo y el cultivo de la belleza. En los últimos años, la violencia de género se ha instalado en la agenda social y mediática argentina a partir del surgimiento en el año 2015 de la acción colectiva Ni Una Menos, manifestación en donde los “femicidios” y la “Violencia de Género” configuraron el campo conflictivo de la movilización en tanto problemática estructural.

En este marco, el presente trabajo de investigación propone indagar la construcción discursiva de las portadas de la revista Noticias, semanario de Editorial Perfil que ofrece información, análisis y opiniones sobre temas políticos y sociales, atendiendo al tratamiento en torno a dos mujeres políticas: Cristina Fernández y María Eugenia Vidal, quienes han logrado a lo largo de sus carreras posicionarse como grandes figuras de liderazgo dentro de partidos de diferente orientación, ocupando altos cargos en la jerarquía política argentina e instaurándose como unas de las primeras personas no masculinas en alcanzar estos puestos. El objetivo es reconocer las rupturas, continuidades y transformaciones en la producción de sentido sobre ambas mandatarias, prestando especial atención al cambio contextual que ingresa con la acción colectiva NUM, período que también corresponde al cambio de gobierno entre los partidos de ambas políticas.

Para tal motivo, se seleccionaron dos portadas pertenecientes a cada mandataria en donde se encontraron similitudes para llevar a cabo la comparación. Posteriormente se describieron y analizaron las condiciones sociales de producción discursiva, las

particularidades del discurso de la prensa gráfica y el contrato de lectura, complementando la propuesta metodológica de Eliseo Verón (2004) con la de Catherine Kerbrat-Orecchioni (1997).

Los fundamentos teóricos sobre los que se asentó este trabajo consideran los aportes de Verón (1987) con su Teoría de los Discursos Sociales, en la cual plantea a la sociosemiótica como una herramienta provechosa para abordar la producción discursiva. A su vez, se tomaron las contribuciones teóricas de Rita Segato (2010), Esther Pineda (2021), Silvia Federici (2004) y Blanca Olivia Peña Molina (2004) para comprender el eje género en la problemática; como así también se tuvieron en cuenta los estudios que conectan la esfera política y los procesos de comunicación llevados a cabo por Sergio Caletti (2007), Martín Becerra y Guillermo Mastrini (2017).

Agradecimientos

Quisiéramos expresar nuestro profundo agradecimiento a las personas que hicieron posible el éxito de esta tesis. En primer lugar, queremos agradecer a nuestras familias, quienes han sido un apoyo constante durante todo el proceso y han compartido con nosotras sus ánimos y consejos. Agradecemos también a la Universidad Nacional de Córdoba, con todo su cuerpo docente y no-docente, por brindarnos la oportunidad de estudiar en esta prestigiosa institución y por todo el conocimiento que hemos adquirido aquí.

También queremos agradecer a las directoras de tesis, Belén y Claudia, por su paciencia y dedicación en guiarnos en este camino, su sabiduría y orientación nos han ayudado a convertir nuestras ideas en un trabajo de investigación sólido y significativo. A las autoras y autores que, con sus aportes, nos brindaron nuevas perspectivas y lecturas enriquecedoras para poder realizar este proyecto. A Juli Sz por hacer brillar nuestra investigación con su talento y creatividad. La magia de sus ilustraciones ha dado vida a las palabras de esta tesis, convirtiendo lo abstracto en algo tangible.

No podemos olvidar agradecer a los movimientos feministas, que nos inspiraron y nos motivaron a seguir adelante en esta tarea.

Por último, agradecemos a nuestros amigos y amigas, quienes nos acompañaron durante estos largos años de estudio. Cada uno de ustedes ha dejado una huella en nuestra formación profesional y personal. No podríamos haber llegado hasta aquí sin su ayuda, su apoyo y su compañía en los momentos difíciles.

Gracias a todas y a todos por haber sido parte de este proyecto y por haberlo hecho posible. Sin su ayuda, no hubiera sido posible llegar a este punto. Este logro es un esfuerzo colectivo y estamos felices de haberlo compartido con ustedes.

Índice

Introducción	8
Estado del arte	14
Marco teórico y conceptual	17
Parte I	18
1.1.1 El género, campo de poder...	18
1.1.2 Violencia: la argamasa que sostiene la estructura	20
1.1.3 Los cánones de belleza como método de disciplinamiento...	21
1.1.4 División sexual del trabajo: producción y reproducción...	23
1.1.5 Lo público, espacio de realización del sujeto universal...	25
Parte II	29
1.2.1 Las tecnologías de comunicación y su relación con la esfera política...	29
1.2.2 La actualidad y el acontecimiento como construcciones mediáticas...	32
Parte III	34
1.3.1 La producción social de sentido y su materialidad en el discurso...	34
Diseño metodológico	37
2.1 Las condiciones sociales de producción discursiva...	40
2.2 Las particularidades del discurso de la prensa escrita...	40
2.3 El contrato de lectura...	43
Capítulo 1: Las coordenadas socio-históricas como condicionamientos en la	

producción discursiva	45
3.1 Noticias, revista política de Editorial Perfil...	46
3.1.1 Noticias a lo largo de los gobiernos...	49
3.2 Mujeres líderes en la esfera política...	56
3.2.1 Cristina Fernández, segunda mujer en llegar a la presidencia...	57
3.2.2 María Eugenia Vidal, primera mujer gobernadora de la provincia de Buenos Aires.	62
3.3 Un colectivo femenino de protesta: Ni Una Menos...	66
Capítulo 2: La construcción discursiva en torno a las mujeres políticas: análisis de los recursos de la prensa gráfica	71
4.1 Cristina Fernández...	72
4.1.1 El nuevo sexo del Gobierno...	73
4.1.2 Cristina Fernández de Kirchner: personaje del año...	76
4.2 María Eugenia Vidal	79
4.2.1 La maldición de Heidi	79
4.2.2 María Eugenia Vidal: personaje del año blindada...	84
4.3 Mujeres políticas: análisis de los sentidos configurados en la revista Noticias...	87
4.3.1 Fernández y Vidal en la estructura jerárquica de género...	87
4.3.2 El mandato de belleza en las mujeres políticas...	89
4.3.3 Las mujeres en la esfera política.	90

Capítulo 3: El proceso de enunciación y el contrato de lectura	93
5.1 El fotomontaje como recurso interpretativo...	94
5.2 La modalización en el discurso verdadero...	95
Conclusiones finales	99
Referencias bibliográficas	106
Anexo	111

NOTICIAS

Cristina Fernández de Kirchner
PERSONAJE del AÑO por James Neilson

INTRODUCCIÓN

El verdadero PLAN V de Vidal

LA REINVENCIÓN de VIDAL

ENÓMENO PAMPITA: CÓMO REVERTIR EL DRAMA

María Eugenia Vidal
PERSONAJE del AÑO
LINDAD

de votos, la
on imagen, los
ritos a favor
hora, más
dos. Secretos,
mas y delicias
a Jefa PRO en
na peronista.
cierto que
so, pero no
o. Me enfoca
F, coniosa.

Comer sano N°5: las recetas del verano
El poder, de vacaciones: Toto Caputo se fue a Punta

AMBIOS, DESACENTROS, MARKETING Y BUZZWORDS POLITICAS.

LA HISTORIA NO CONTADA DE SERRAT-SABINA

NOTICIAS

CRISTINA FERNÁNDEZ DE KIRCHNER
EL NUEVO SEXO DEL GOBIERNO

Cómo se preparan las diseñadoras, maquilladoras y estilistas que la asesoran. Por qué el retroceso de sus fotografías es ya una cuestión de Estado. De los modales en Mar del Plata a los ocho volúmenes de ropa que lleva en sus viajes. Cómo imprime la gestión su sensibilidad femenina.

Y la increíble foto de una Cristina a cara lavada que enloquece al Gobierno

Dalasso: la nueva vida del viudo a un año del crimen
Carrío: su verdadera contabilidad. Futuro político y crisis en el ARI



- La oculta realidad de Kirchner en la vida
- Si mata por un crimen más que por la
- Desconfianza en la policía y direcciones
- Quién la contiene los consejos de Mar
- La política "alargada" con los intentos
- Formando una mujer que sigue el labo

MINERAS EN LA RIOJA

QUE CAMBIA CON LA MODIFICACIÓN DE LA LEY DE MINERÍA

ARGENTINA EN LUMAS LEY DE BOSQUES "YA"

Introducción

El género se constituye como una de las estructuras edificantes más fundamentales de la experiencia humana. Este orden distribuye valores y roles en las personas a través de estereotipos, los cuales establecen relaciones de poder y posiciones relativas, formando una escala jerárquica articulada con otros campos como la clase, la raza, la etnia y la nación entre otros (Segato, 2010).

Siguiendo a Rita Segato (2016), la fase colonial moderna del capitalismo¹ ha instalado en Latinoamérica un régimen de género binario y opresivo basado en diferencias anatómicas reproductivas, el cual privilegia lo masculino e inferioriza a lo femenino, subordinado a las mujeres a las labores de reproducción (Federici, 2004), y a la preocupación por los cánones de belleza (Pineda, 2021). De esta manera, en las sociedades modernas se desarrolló una masculinización del espacio público y una feminización del espacio doméstico, captando el patriarcado al espacio político.

Este espacio en la mayoría de los países latinoamericanos se articuló sobre el sistema democrático, el cual se basa en la igualdad política y en la representación como medio de realización de la voluntad popular. A pesar de sus principios, el gobierno político fue reservado para una élite determinada, compuesta por personas con características relacionadas a la masculinidad, la blanquitud, la posesión de recursos económicos y la heterosexualidad, dejando durante muchos años fuera a las mujeres de este círculo de poder.

¹ Al estudiar la colonialidad en la época moderna, Segato (2016) explica que esta fase extrema y apocalíptica del capital encuentra su camino para la acumulación en rapiñar, desplazar, desarraigar, esclavizar y explotar al máximo a nivel global. Para ello es crucial reducir la empatía humana, la compasión, los vínculos, el arraigo local y comunitario y entrenar a las personas para que consigan ejecutar, tolerar y convivir con actos de crueldad cotidianos. Esta nueva fase responde al proyecto histórico del capital, el cual

desarraiga, globaliza los mercados, rasga y deshilacha los tejidos comunitarios donde todavía existen, se ensaña con sus jirones resistentes, nulifica las marcas espaciales y puntos de referencia de cuño tradicional sagrado que obstaculizan la captura de los terrenos por el referente universal monetario y mercantil, impone la transformación de oikonomías de producción doméstica y circuitos de mercadeo local y regional en una única economía global, introduce el consumo como meta antagónica por excelencia y disrumpe con respecto a las formas de felicidad relacionales y pautadas por la reciprocidad de la vida comunitaria. (Segato, 2016, p. 99)

De esta forma, en el mundo ya en 2015 el 1% de sus habitantes alcanzó a concentrar en sus manos más riqueza que el restante 99% (Segato, 2016).

Gracias a las luchas de los movimientos feministas, las mujeres fueron adquiriendo derechos, entre ellos los políticos, incorporándose poco a poco en la representación pública. De esta manera, actualmente se pueden encontrar figuras femeninas en los cargos políticos. Aun así, este desenvolvimiento se ve entorpecido, en muchos casos, por el ejercicio de la violencia machista, motivada por todo aquello que desestabiliza el orden de prestigio y poder que impone el patriarcado colonial moderno.

En los últimos años, la violencia de género ha adquirido, como problemática estructural, una gran visibilidad gracias al activismo. En Argentina, en 2015 tuvo lugar la acción colectiva conocida como #NiUnaMenos (NUM), la cual se articula como una manifestación que contribuye a condensar un reclamo y una dominancia discursiva sobre los femicidios y la violencia de género, instalando la problemática en la agenda social y mediática (Angelelli, 2018).

La visibilidad que ha adquirido el reclamo por la violencia de género se encuentra atravesada por el proceso de mediatización que desarrollan las sociedades, en donde los medios masivos y las nuevas tecnologías de información juegan un rol central en la reproducción de lo real a través de la construcción de acontecimientos, los cuales producen sentidos que circulan a través de discursos (Verón, 2004). En este régimen, los medios de comunicación ocupan un lugar importante en la construcción del espacio público, cristalizando dialogicidades, gramáticas determinadas por condicionamientos socio-históricos complejos (Caletti, 2000).

En la actualidad, el desacople que existe entre el espacio público y la esfera política por la intromisión de los intereses privados en los asuntos de la vida colectiva impone una lógica de la seducción que sustituye a la lógica de la razón, la cual genera una gramática mediática apoyada en la emocionalidad, el sensacionalismo, el escándalo y la narrativización (Caletti, 2000).

En este marco, el trabajo de investigación que aquí se presenta consiste en un estudio descriptivo y comparativo de la construcción discursiva de las portadas de la revista

Noticias², semanario de contenido político de gran trayectoria en el mercado argentino, en torno a dos mujeres políticas pertenecientes a partidos opositores: Cristina Fernández³, segunda mujer en ocupar el cargo de presidenta de la Nación Argentina (2007-2015) y María Eugenia Vidal⁴, primera mujer gobernadora de la provincia de Buenos Aires (2015-2019). El objetivo general que guía el trabajo consiste en reconocer las rupturas, continuidades y transformaciones en la producción de sentido de estas portadas sobre ambas mandatarias, prestando especial atención al cambio contextual que ingresa con la acción colectiva NUM, período que también corresponde al cambio de gobierno entre los partidos de ambas políticas.

A partir de esto se desprenden los siguientes objetivos específicos:

- Reconstruir los marcos socio-históricos de los discursos de la revista Noticias sobre Cristina Fernández y María Eugenia Vidal para rastrear las condiciones de producción que dejan huellas en el producto mediático.
- Describir y comparar los sentidos atribuidos a estas mujeres políticas por parte de la revista Noticias a partir de las particularidades del discurso de la prensa gráfica, analizando la utilización de la imagen, los titulares y la relación entre ambos.
- Caracterizar el contrato de lectura que elabora Noticias por medio de sus discursos, atendiendo a las modalidades de enunciación (específicamente a la imagen del

² Noticias, aunque más precisamente “Noticias de la Semana”, es un semanario perteneciente a Editorial Perfil, empresa argentina especializada en la producción de revistas. Se trata de una revista del tipo “actualidad” de carácter comercial y tirada nacional cuyo sumario si bien contempla temas de interés general, presenta cierto posicionamiento hacia el tratamiento de contenidos políticos. Se caracteriza por una singular presentación de los contenidos en las tapas, ya que desde hace tres décadas utiliza el fotomontaje como recurso para generar en sus portadas un efecto editorializador y de impacto (Muttoni, 2015).

³ Cristina Fernández nació en La Plata en 1953. Se recibió de abogada en la Universidad Nacional de La Plata donde inició su militancia en el Partido Peronista. Antes de llegar a la presidencia, se desempeñó como diputada, primero de la provincia de Santa Cruz por Río Gallegos (1989-1995) y luego diputada de la Nación Argentina por Santa Cruz (1997-2001). También fue Senadora de la Nación Argentina por Santa Cruz (1995-1997 y 2001-2005) y por la provincia de Buenos Aires (2005-2007).

⁴ María Eugenia Vidal nació en 1973 en Buenos Aires. Estudió ciencias políticas y relaciones internacionales en la Universidad Católica Argentina. Su militancia comenzó en la Fundación Creer y Crecer y en el Grupo Sophia, un think tank fundado por Horacio Rodríguez Larreta. Su carrera política comenzó con el PRO en 2007 cuando fue electa como legisladora porteña, función que dejó de ejercer para ser Ministra de Desarrollo Social. Luego, en 2011 asumió como Vice jefa de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. En 2013 se convirtió en la Gobernadora de la provincia de Buenos Aires.

enunciador, la relación que asume éste con el contenido que expresa y la imagen y vínculo que forja con el enunciatario).

En este marco, el aporte comunicacional fundamental de la presente investigación es el entrecruzamiento teórico metodológico de los estudios sociosemióticos y de la comunicación con los de género, para comprender cómo el discurso de la revista Noticias en sus portadas produce sentidos sobre dos mujeres políticas pertenecientes a partidos opositores, prestando especial atención al cambio contextual que ingresa con NUM.

En primer lugar, para comprender el eje género se acudió a los aportes teóricos de Rita Segato (2010), a partir de la conceptualización que propone de esta estructura y destacando el rol de la violencia en su mantenimiento. Asimismo, se especificó sobre el concepto de cánones de belleza desde los aportes de Esther Pineda (2021) y complementando esto, se recurrió al trabajo de Silvia Federici (2004) para dar cuenta del rol que cumplen las mujeres en el régimen capitalista a partir de la división sexual del trabajo.

Vinculando todos estos conceptos con el escenario de actuación de las dos mujeres a analizar, se describe el espacio público en relación a la esfera política, a través de los estudios de Sergio Caletti (2007) y Blanca Olivia Peña Molina (2004). Posteriormente, se retoma a Segato (2016) para comprender en qué condiciones las mujeres habitan los espacios políticos.

En segundo lugar y retomando el enfoque propuesto, se procede a describir las conexiones entre dos de los ejes principales del problema a analizar: la esfera política y los procesos de comunicación. A partir del estudio del espacio público llevado a cabo por Caletti (2007) se describe el papel que cumplen los medios masivos de comunicación y se explica a través de las palabras de Eliseo Verón (2004) el proceso de mediatización que inauguran estos dispositivos. Asimismo, retomando a Caletti (2007) se da cuenta de las gramáticas actuales que se condensan en los medios de comunicación y a través de los aportes de Martín Becerra y Guillermo Mastrini (2017) se describe al sector propietario de esta industria. También, resultó necesario especificar sobre el producto de esta industria, el acontecimiento y la actualidad, a partir de las formulaciones teóricas de Verón (1987).

Para terminar de definir los conceptos que se abordan en el trabajo se acudió a la Teoría de los Discursos Sociales, elaborada por Eliseo Verón, quien plantea a la Sociosemiótica como una herramienta provechosa para abordar los discursos.

Una vez presentado esto, se procede a plantear la metodología empleada para abordar el análisis, dando cuenta del diseño, la construcción del corpus y las conceptualizaciones que estructuran el método a seguir. De esta manera, se precisa sobre las condiciones de producción discursiva, las particularidades del discurso de la prensa gráfica y el contrato de lectura, complementando la propuesta metodológica de Verón (2004) con la de Catherine Kerbrat-Orecchioni (1997).

Comenzando con el análisis, el capítulo 1 reconstruye los marcos socio-históricos de los discursos a los fines de abordar las huellas que dejan el contexto político y sociocultural en la particularidad de Noticias.

Constituye el capítulo 2 una descripción y comparación de los sentidos atribuidos a Cristina Fernández y María Eugenia Vidal a partir del análisis e interpretación de las particularidades de la prensa gráfica. Para ello se toma en cuenta la utilización de la titulación, la imagen y la relación entre ambos.

En el capítulo 3 se identifica el contrato de lectura que elabora Noticias por medio de sus discursos, atendiendo a las modalidades de enunciación y buscando identificar así la relación entre el medio, el contenido y sus lectores.

Finalmente, se exponen las conclusiones generales del trabajo final surgidas del estudio empírico, articulando y comparando los resultados de las instancias de análisis a la luz de la teoría de la comunicación, de los discursos sociales y de los estudios de género. De esta manera, se responde al objetivo general de reconocer las rupturas, transformaciones y continuidades en la producción de sentido de las portadas de la revista Noticias sobre Cristina Fernández y María Eugenia Vidal, atendiendo al cambio contextual que ingresa con la acción colectiva Ni Una Menos.

Estado del arte

En relación al área de interés del presente trabajo, se encontraron algunas investigaciones que articulan: género, política, medios de comunicación y sociosemiótica. Si bien se revisaron numerosos trabajos de investigación que indagan temáticas o problemáticas vinculadas a algunos de estos temas, sólo en tres se encontraron relaciones entre estos tópicos y la problemática a tratar.

En primer lugar, resulta interesante el trabajo “Medios, multimodalidad, género y política: Cristina Fernández de Kirchner en Noticias” (Pérez y Aymá, 2017) de la Universidad Nacional de Quilmes. La investigación indaga qué recursos semióticos utiliza la revista Noticias para construir la imagen de Cristina Fernández en sus portadas, en pos de analizar qué significados se construyen y (re)producen a partir de esos recursos, con particular énfasis en aquellos vinculados a las representaciones e identidades genéricas.

El trabajo utiliza como criterio para la selección del corpus el segundo mandato de Cristina Fernández (2011-2015), concluyendo que dentro de las portadas se construyen ciertos tópicos que recorren el período relacionados a su salud mental, sus relaciones personales y familiares, sus emociones y su sexualidad, en forma de representaciones narrativas y conceptuales en torno a los atributos de Fernández centrados en la soledad, la intimidad, la superficialidad y la banalidad. De esta manera, se reproducen y refuerzan estereotipos de género hegemónicos en tanto contribuyen a la representación de una mujer pasional, irracional y erotizada, valores que entran en contradicción con los discursos hegemónicos masculinistas asociados al liderazgo político, anulando de esta manera a Fernández como sujeto y actor político. Si bien este trabajo resulta similar a la presente investigación, no abarca la construcción discursiva en torno a María Eugenia Vidal con el objetivo de comparar cómo los contextos diferentes dejan huellas en los discursos, condicionando la producción de sentido sobre estas dos mandatarias.

En segundo lugar, resulta interesante la investigación “Imagen, política y género. Los retratos de Cristina Fernández y Mauricio Macri en las tapas de Noticias” (Ayma, 2020), continuación del estudio anterior en el cual se indagan los usos de la imagen en la construcción de ambas figuras presidenciales con el objetivo de observar las

representaciones de identidades y estereotipos de género. A lo largo del trabajo se analizan los recursos visuales utilizados en la construcción de ambas figuras para concluir que en el caso de Cristina Fernández se encuentran alusiones a estereotipos de género utilizadas para el descrédito, relativos a la sexualización, la salud mental frágil, los desbordes, la locura y la soledad; mientras que, en el caso de Mauricio Macri se lo configura de manera positiva, mostrando a una persona natural y racional, en posición de poder y con manejo de la situación. De esta manera el estudio demuestra que la revista Noticias insiste en recolocar a cada participante en su lugar, de acuerdo a las posiciones canónicas asignadas para hombres y mujeres, mediante el señalamiento sancionatorio de los corrimientos posibles. De este modo, el estudio brinda un gran aporte, pero se diferencia del presente al analizar una figura masculina, y no otra femenina, a la vez que se enfoca solo en los recursos visuales y pasa por alto los demás recursos y los condicionamientos que el contexto imprime a los discursos.

Por último, un gran aporte es la tesis “Portadas de alto impacto: la estrategia de la revista Noticias para editorializar a través de fotomontajes” (Muttoni, 2015) de la Universidad del Salvador, un análisis del discurso aplicado a tapas de la revista Noticias sobre las figuras presidenciales Carlos Menem, Fernando de la Rúa, Néstor Kirchner y Cristina Fernández. El trabajo propuso conocer y revelar la relación que la revista llegó a establecer con cada mandatario/a, a fin de comprender mejor las representaciones que se hicieron de ellos a través de los fotomontajes. El análisis permitió afirmar que Noticias utiliza el recurso del fotomontaje en sus portadas para generar un efecto editorializador de impacto, que se ve recrudecido o suavizado según la relación del medio con cada personaje o tema tratado. De esta manera, el estudio demuestra que los vínculos más tensos que vivió la revista fueron los que se tendieron con Carlos Menem, Néstor Kirchner y Cristina Fernández.

Estas investigaciones ayudaron a esclarecer y comprender el tema que se aborda en este trabajo, brindando enriquecedores aportes. De acuerdo a este recorrido se puede sostener que el discurso de la revista Noticias construye sentidos sobre Cristina Fernández asociados a estereotipos femeninos valorados negativamente en relación a los discursos hegemónicos sobre el liderazgo y el género. Este tratamiento mediático, a su vez, es

influenciado por los vínculos que establece la editorial con cada gobierno, funcionando como condicionantes en la producción de los discursos.



NOTICIAS

Cristina Fernández de Kirchner
PERSONAJE
del AÑO por James Neilson

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

istillof

El verdadero PLAN V de Vidal

LA REINVENCIÓN de VIDAL

EL FENÓMENO PAMPITA: CÓMO REVERTIR EL DRAMA

LAS MEJORES DEL 2011

PERSONAJE DEL AÑO LINDA

de votos, la imagen, los fillos a favor... hora, más... dos. Secretos... as y defectos... Jefa PRO en... ra peronista... olento que... co, pero no... Me enojo...", confiesa.

Comer sano N°9: las recetas del verano El poder, de vacaciones: Toto Caputo se fue a Punta

POST-KIRCHNERISMO

EL GRUPO CELEBRA VENTAJAS POST SABBATELLI. NUEVOS REC... CLARÍN DE FIESTA: MAGNETTO VOLVIÓ A SON...

LA HISTORIA NO CONTADA DE S...

NOTICIAS TURISMO

CRISTINA REVOLUCIÓN ESTÉTICA Y PROMOCIÓN

EL NUEVO SEXO DEL GOBIERNO

Cómo se preparan los diseñadores, maquilladoras y estilistas que la asesoran. Por qué el retoque de sus fotografías es ya una cuestión de Estado. De las ocasiones en que Nadar a las ocho voló de noche que lleva en sus viajes. Cómo incorporará la gestión su sensibilidad femenina.

Y la increíble foto de una Cristina a cara lavada que enloquece al Gobierno

Dalmasso: la nueva vida del viludo a un año del crimen

Carrizo: su verdadera contabilidad Futuro político y crisis en el ARI

NOTICIA
8 TIPS DE MODA PARA GANAR ESTAS ELECCIONES

NOTICIAS

El drama íntimo de Vidal en la guerra con las maf...

MALEDICIÓN
Heid

La oculta posibilidad homocida se le vino... Se mandó por sentirse más segura. In... Desconfianza en la policía y directivos... Qué le conviene los parientes en Mar... La decisión "mal ray" con los hermanos... Formación de una mujer que bajó 17 libras...

Anibalantía: el mapa de protección al clan Lan...

US\$ 300 millones

RAJ SHANKAR: EL ARTE DE VIVIR ENTUSIASMADO CON LA AEP ORIGINAL

NOTICIAS

OJO POR OJO

mito de CIA

El

Marco teórico y conceptual

Abordar la producción de sentido de las portadas de la revista Noticias sobre Cristina Fernández y María Eugenia Vidal, atendiendo al cambio contextual que ingresa con la acción colectiva Ni Una Menos, es una tarea compleja que requiere articular conceptos y perspectivas provenientes de diversos campos de las Ciencias Sociales, en especial de los estudios de Género, Comunicación y Política. Dentro del problema de investigación se identifican estos tres grandes ejes en interrelación que atraviesan todo el trabajo.

Parte I

1.1.1 El género, campo de poder

Desde una perspectiva feminista decolonial, Rita Segato⁵ ha llevado a cabo múltiples investigaciones donde aborda las relaciones de género en los pueblos originarios y en diversas comunidades de Latinoamérica. Luego de diversos estudios, la teórica conceptualiza al género como un campo de poder y prestigio que impone al mundo una ordenación jerárquica, emanando posiciones en una estructura abstracta de relaciones, fijada por la experiencia humana acumulada en un tiempo muy largo (Segato, 2010).

En discrepancia con la corriente biologicista⁶, Segato (2010) explica que el género es el que constituye la experiencia humana fundante, organizando el mundo, incluso el universo biológico. De esta manera, al hablar de masculino y femenino se hace referencia a posiciones relativas, que se encuentran establemente representadas por las anatomías de hombres y mujeres en la vida social, en cuanto signos de esa diferencia estructurada.

⁵ Rita Laura Segato, nacida en 1951, es una antropóloga argentina-brasileña conocida por sus investigaciones orientadas al género y a la violencia contra las mujeres en los pueblos indígenas y en las comunidades latinoamericanas. En sus estudios aborda la relación entre género, racismo y colonialismo.

⁶ El biologicismo es una forma particular de esencialismo que define la “naturaleza” de las personas en relación con sus capacidades biológicas reproductivas. El reduccionismo biológico sostiene que las diferencias anatómicas (especialmente aquellas que se refieren a las reproductivas) determinan tanto el significado de masculinidad y femineidad como los diferentes roles en términos binarios.

Asimismo, la autora explica que es necesario percibir la estructura jerárquica de género enhebrada con otros campos, formando una escala única y articulada como un sistema integrado de poderes, “donde género, raza, etnia, región, nación y clase se interpenetran en una composición social de extrema complejidad” (Segato, 2010, p. 12).

El orden de estatus en el caso del género se denomina patriarcado y Segato (2010) lo define como un “estrato simbólico”, una “estructura inconsciente que conduce los afectos y distribuye valores entre los personajes del escenario social” (p. 14). Este cristal jerárquico se manifiesta en la primera escena de nuestra vida bajo las formas del patriarcado familiar, “y luego se transpone a otras relaciones que organiza a imagen y semejanza: las raciales, las coloniales, las de las metrópolis con sus periferias, entre otras” (Segato, 2016, p. 92). De este modo, la primera lección de poder y de subordinación son las relaciones de género en el teatro familiar, estructura jerárquica que se replica ad infinitum en las más diversas escenas.

El punto de partida de la estructura de género patriarcal es la existencia generalizada de formas de socialización diferenciadas para las mujeres y los varones que se corresponden, generan y sirven de apoyatura a las diferencias que se consideran importantes para unas y otros. Estas diferencias tienen un reflejo importante en la asunción de roles que llevan de una forma implícita y explícita al ejercicio del poder en su sentido más amplio y a sus especificidades (Del Valle en Cobo Bedia, 1993, p. 172).

Este estrato simbólico se encuentra asociado a los estereotipos de género que tipifican y marcan los extremos de lo habitable, dejando afuera a aquellas personas que no encajan, causando un trato desigual por su condición y brindando privilegios a quienes se ajustan a ellos. Los estereotipos son reproducidos y asimilados de manera tal que llegan a formar parte de las identidades y resultan, por lo tanto, muy difíciles de modificar.

Segato (2016) afirma que la estructura de género en la época actual, definida como colonial-moderna y descrita como fase extrema y apocalíptica del capital, “ha terminado por minorizar todo lo que respecta a las mujeres” (p. 91), asignándoles una posición inferior en el pensamiento social y arrinconando sus temas al ámbito de lo íntimo, de lo privado y, en especial, de lo particular. De esta forma, se acentuó una preeminencia masculina en el

orden de estatus de género y, por ende, una réplica de ello en las más diversas escenas en que un diferencial de poder y valor se encuentren presentes. Esta minorización de las mujeres está relacionada con “la transición de la vida comunal a la sociedad moderna y, en América Latina, al tránsito de los pueblos que habitan los territorios nacionales de nuestro continente a la colonial modernidad” (Segato, 2016, p. 91).

Siguiendo los aportes de Segato se puede dar cuenta de que el género se manifiesta como una estructura jerárquica de poder, una experiencia humana fundante que determina la posición que ocupan las personas, distribuyendo valores y roles a través de estereotipos estructurados con base en las diferencias anatómicas. En la fase colonial moderna del capitalismo, este orden de estatus privilegia lo masculino e inferioriza lo femenino y es reproducido en los diferentes escenarios, formando una escala articulada de poderes enhebrada con otros campos, la cual se puede percibir en la esfera política, espacio que ocupan las figuras analizadas en este trabajo.

1.1.2 Violencia: la argamasa que sostiene la estructura

La estructura que define Rita Segato (2016) como “relaciones de género” es por sí misma violentogénica, por el hecho de que la posición masculina solo puede ser alcanzada -adquirida en cuanto estatus- y reproducida como tal ejerciendo una o más dimensiones de un paquete de potencias, es decir, de formas de dominio entrelazadas: sexual, bélica, intelectual, política, simbólica, económica y moral.

La autora sostiene que “donde hay jerarquía esta tiene necesariamente que ser mantenida y reproducida por métodos violentos” (Segato, 2016, p. 167). Explica que los procesos de la violencia, a pesar de su variedad, son estrategias de reproducción del sistema y de disciplinamiento, mediante la renovación de la subordinación de los minorizados en el orden del estatus y el permanente ocultamiento del acto instaurador (Segato, 2010).

Siguiendo a Segato (2016), se puede entender que la violencia está atravesada por dos dimensiones: una instrumental y otra expresiva. Todo acto de violencia no es una anomalía de un sujeto solitario, sino un mensaje de poder y apropiación pronunciado en sociedad.

Esta estrategia está dirigida por una práctica central, una pedagogía de la crueldad⁷ en torno a la cual gravita todo el edificio de poder.

La dimensión violenta inherente a la propia dinámica tradicional de género es prácticamente inseparable de la estructura misma, jerárquica, de esa relación. Por lo cual “es ahí donde reside, precisamente, la dificultad de erradicarla. Erradicar la violencia de género es inseparable de la reforma misma de los afectos constitutivos de las relaciones de género tal como las conocemos y en su aspecto percibido como ‘normal’” (Segato, 2010, p. 131).

De este modo, se puede sostener que la estructura jerárquica de género es mantenida a través de métodos violentos, los cuales buscan disciplinar a todo lo que desestabiliza el orden de prestigio y poder que impone el patriarcado colonial moderno.

1.1.3 Los cánones de belleza como método de disciplinamiento

Una modalidad de violencia muy presente en la actualidad es la violencia estética, basada en la imposición de los cánones de belleza sobre las mujeres. Este concepto es abordado a partir de los aportes de Esther Pineda⁸ (2021), autora que explica que estos mecanismos se constituyen como criterios definatorios de la feminidad, valorando a las mujeres a partir de estos preceptos.

Los cánones de belleza están presentes en todas las etapas históricas, pero desde hace algunas décadas se han consolidado gracias al bombardeo mediático de la sociedad con los estereotipos estéticos. Como afirma Pineda (2021): “El carácter patriarcal de la belleza queda en evidencia en el hecho de que, mientras que en las mujeres la belleza aumenta su feminidad, en los hombres disminuye la masculinidad” (p. 103).

⁷ En la pedagogía de la crueldad la personalidad psicopática es la más funcional para el orden actual de explotación de la vida. Este perfil es caracterizado por su insensibilidad ante el dolor propio y ajeno y por la relación instrumental y cosificada de los vínculos (Segato, 2016).

⁸ Esther Pineda es una socióloga venezolana, nacida en 1985, especializada en los estudios de la mujer. En su obra ha desarrollado conceptos como el machismo y la misoginia en la filosofía y la sociología, los estereotipos y los roles de género en las instituciones familiares, la violencia de género y el femicidio, las representaciones sexistas en los medios de comunicación y la violencia estética.

La autora explica que el cuerpo femenino de esta manera se erige como único portador de belleza, consolidándose como un atributo exigible a las mujeres. Esta belleza esperada y celebrada pone en peligro la vida de una gran cantidad de personas, ya sea por el padecimiento de trastornos psicológicos o las consecuencias del sometimiento a distintos productos y servicios de la industria cosmética, farmacológica y quirúrgica. Esto se da en el contexto de una sociedad hostil que discrimina y excluye a quienes no encajan en estos estereotipos, donde la insatisfacción individual y colectiva con el cuerpo se ha hecho una constante.

Siguiendo a Pineda (2021), se entiende que los cánones de belleza han sido creados, direccionados, promovidos y demandados por hombres, quienes detentan el poder político, económico, religioso, mediático, empresarial, académico y médico. En este diagrama las mujeres son consumidoras y a la vez objetos de consumo de la belleza, generando narrativas y representaciones que ejercen una presión perjudicial y formas de discriminación, las cuales se erigen sobre la base de premisas sexistas⁹, gerontofóbicas¹⁰, racistas¹¹ y gordofóbicas¹².

Independientemente del canon imperante que establece las características que una sociedad considera convencionalmente como hermoso o atractivo en una persona, la belleza no es algo que simplemente se posee, sino que debe ser construida y mejorada a través de diferentes técnicas y productos. Esto implica la necesaria tenencia de recursos económicos para su financiamiento, siendo determinada por la clase social, y provocando la institucionalización del maquillaje¹³. Asimismo, determinada por la época, la moda ha

⁹ El canon de belleza debe ser asumido como un mandato por las mujeres y puesto en práctica por ellas (Pineda, 2021).

¹⁰ Los cánones de belleza se han fundamentado siempre en el profundo rechazo a la vejez y en la persecución de la eterna juventud. La gerontofobia remite al miedo a envejecer. Es una reacción que puede llevar a actitudes poco éticas con las personas mayores, al desprecio e incluso al maltrato o agresión (Pineda, 2021).

¹¹ El canon de belleza ha sido constituido a partir de la blanquitud y, además, ha excluido de forma explícita a toda belleza que no responda a estas características. Las mujeres negras, indígenas, asiáticas y árabes han estado invisibilizadas en el canon (Pineda, 2021).

¹² La gordura se ha constituido indisolublemente vinculada a la fealdad, pues se considera que las personas gordas son discordantes, desproporcionadas, inarmónicas, amorfas, disonantes y, por tanto, poco estéticas; desagradables a la vista, e incluso, capaces de producir displacer y repulsión (Pineda, 2021).

¹³ El maquillaje es la técnica que utiliza productos cosméticos para cambiar la apariencia sobre todo en el rostro, borrando las líneas de expresión y resaltando ciertos rasgos. Es utilizado mayormente por las mujeres, en la actualidad su empleo está extendido a cualquier situación de la vida y está asociado con la belleza, de modo tal que se vuelve imprescindible, al punto que aparecer en público sin él se convierte en signo de enfermedad, descuido, abandono, tristeza u otra situación digna de atención y preocupación (Pineda, 2021).

prohibido o permitido, aceptado o sancionado ciertas vestimentas y ornamentos, como también se ha regulado el comportamiento y las expresiones corporales.

A su vez, Pineda (2021) afirma que la estética en América Latina ha sido también colonizada, siendo la tez blanca, el cabello liso y los rasgos minuciosamente perfilados los criterios líderes de la belleza del mundo. No obstante, dichos criterios prototípicos y estereotípicos responden a una herencia colonial eurocéntrica y posteriormente norteamericana, pudiendo observarse en la actualidad dos cánones de belleza dominantes: uno fundamentado en la idea de la exuberancia y la hipersexualización¹⁴, y otro construido sobre la idea de la extrema delgadez¹⁵. Si bien en los últimos años se han diversificado y expandido los estereotipos de belleza a través de la incorporación de mujeres con diferentes orígenes étnico-raciales, estos siguen manteniendo las condiciones para que muchas mujeres se sientan inseguras con su cuerpo, incentivándolas a que consuman los productos de la industria cosmética y perpetuando la dominación masculina.

De esta manera se puede sostener que, con todo este mecanismo de disciplinamiento a través de los cánones de belleza, se mantiene a las mujeres sujetas en los espacios privados, ocupadas y distraídas por su apariencia física. Asimismo, cuando se presentan en el espacio público las mujeres son valoradas y juzgadas según su imagen, opacando muchas veces la tarea que estén llevando a cabo, como es en el caso de la función política, eliminándolas como sujetos posibles.

1.1.4 División sexual del trabajo: producción y reproducción

¹⁴ El canon de belleza basado en la hipersexualización se ha caracterizado por celebrar cuerpos con curvas muy pronunciadas, voluminosos, grandes senos y glúteos, cintura muy pequeña y caderas anchas ya sea obtenidos de manera natural o logrados por la mano de la cirugía estética. Está asociado a su vez con caracteres desinhibidos y sensuales, definiendo mujeres erotizadas (Pineda, 2021).

¹⁵ Con respecto al ideal de belleza asociado a la extrema delgadez, este lo satisfacen mujeres altas, esbeltas y de cuerpo definido o tonificado, sin grandes curvas. A su vez esto está asociado a personalidades dulces pero sexys (Pineda, 2021).

Silvia Federici¹⁶ (2004) coincide con Segato al sostener que la subordinación de la mujer es un instrumento crucial en la transición de la Edad Media a la Edad Moderna. Al estudiar la historia de las mujeres en el cambio del feudalismo al capitalismo, la filósofa italiana sostiene que la explotación de ellas ha “tenido una función central en el proceso de acumulación capitalista, en la medida en que (...) han sido las productoras y reproductoras de la mercancía capitalista más esencial: la fuerza de trabajo” (p. 16)¹⁷.

De esta manera con la llegada del capitalismo, el Estado en complicidad con la burguesía, el clero y la nobleza, impulsaron a partir de unas series de medidas una marcada división sexual del trabajo que sometió el trabajo femenino a las tareas de reproducción, construyendo un orden basado en la exclusión y discriminación de las mujeres del trabajo asalariado y aumentando así su dependencia y subordinación con respecto a los hombres. Sobre esta base “se diferenció no sólo las tareas que las mujeres y los hombres debían realizar, sino sus experiencias, sus vidas, su relación con el capital y con otros sectores de la clase trabajadora” (Federici, 2004, p. 176).

La importancia que adquirió la reproducción de la fuerza de trabajo y el cuerpo femenino como instrumento para su expansión llegó a su apogeo con el surgimiento del mercantilismo (siglo XVI), sistema que hizo de la existencia de una gran población la clave de la prosperidad y la riqueza de una nación. Por esta razón, el Estado lanzó una verdadera guerra contra las mujeres orientada a quebrar el control que habían ejercido sobre sus cuerpos y su reproducción, librada principalmente a través de la caza de brujas (Federici, 2004).

Durante esta época a las mujeres “se las retrató como seres salvajes, mentalmente débiles, de apetitos inestables, rebeldes, insubordinadas e incapaces de controlarse a sí mismas” (Federici, 2004, p.157). A finales del siglo XVIII (luego de la derrota en la

¹⁶ Silvia Federici (nacida en Italia en 1942) es una académica, maestra y activista italiana y estadounidense de la tradición feminista radical autonomista marxista y anarquista. Fue una de las principales animadoras de los debates internacionales sobre la condición y remuneración del trabajo doméstico. Durante la década de 1980 trabajó varios años como profesora en Nigeria, donde fue testigo de la nueva oleada de ataques contra los bienes comunes.

¹⁷ Federici (2004) equipara este proceso con los cercamientos de tierras comunales y la mercantilización del trabajo -bajo la forma de fuerza de trabajo- que se desarrollaron en la constitución del capitalismo, lo cual Marx (2006) resalta como condicionantes fundamentales para el desarrollo de un sistema de producción basado en la “acumulación originaria”.

cacería) el canon se revirtió y surgió “un nuevo modelo de feminidad: la mujer y esposa ideal —casta, pasiva, obediente, ahorrativa, de pocas palabras y siempre ocupada con sus tareas” (p. 157).

No obstante, frente a los avances que se han conquistado y han ampliado los derechos de las mujeres en los últimos siglos, el antiguo modelo de división de tareas se encuentra fuertemente anclado trasladándose al sistema productivo donde las mujeres se encuentran cada vez más presentes. Ana Amorós (1995) sostiene que “se definen convencionalmente las tareas ‘propias’ de uno y otro sexo, considerándose que hay trabajos remunerados ‘femeninos’, cuyo ejercicio es adecuado para las mujeres, mientras que otros son impropios de ellas” (p. 271). Además explica que se trata de “trabajos asociados con los que las mujeres realizan en el ámbito doméstico y continúan considerándose, en buena medida, una prolongación de éste: el magisterio y la enfermería constituyen el paradigma de ellos, así como la dedicación a las tareas asistenciales” (p. 272).

En este sentido, se puede sostener que cuando las mujeres ingresan al espacio público gracias a la lucha por la adquisición de derechos sigue predominando una visión patriarcal, la cual las subordina a cumplir el rol de cuidadoras y reproductoras de la fuerza de trabajo asignado por la división sexual del trabajo. Por este motivo, las mujeres que ingresan al poder político continúan siendo valoradas de acuerdo al modelo vigente sobre la feminidad que privilegia el capitalismo, el cual las ubica en un papel pasivo, al margen de los asuntos de poder y enfocadas en las tareas de conservación y asistencia de las personas.

1.1.5 Lo público, espacio de realización del sujeto universal

A partir de la división sexual del trabajo que instaura el régimen colonial-moderno, el espacio público se entrama con la historia del patriarcado, captando la política y produciendo “una masculinización de la institucionalidad y una despolitización de los vínculos que emergen del espacio doméstico, una desdomesticación de la vida y de toda política” (Segato, 2016, p. 103).

En cuanto al espacio público, este es definido por Sergio Caletti¹⁸ (2007) como la usina en donde, a partir de la articulación entre los particularismos y lo universalizante, los sujetos elevan su voz y construyen la propia sociedad como “mundo” que habitan. “Lo público es, en este sentido, la enunciación de la sociedad” (p. 54), explica el autor. Este espacio es el lugar por excelencia en el que la politicidad diseminada en la vida social cobra formas y sentidos. Distanciándose de la concepción juricista que superpone lo público con lo político¹⁹, Caletti explica que este espacio cambiante presta escenario a los acontecimientos políticos, influyendo en ellos y sin embargo escapando de las reglas específicas de lo político sutil pero infinitamente (2007)²⁰.

En el régimen colonial-moderno la esfera política, campo de organización de lo común, se encuentra apoyada en dos pilares básicos: la ciudadanía y el Estado nación. Blanca Olivia Peña Molina²¹ (2004) explica que en la mayoría de los países el Estado moderno, gobierno que se caracteriza por tener un territorio claramente delimitado, es organizado a través del sistema democrático, el cual se basa en “el afianzamiento de la representación política como medio de realización de la voluntad popular²² y el recurso de las elecciones regulares para seleccionar a los representantes del pueblo” (p. 28).

A su vez, el Estado nación se caracteriza por tener una población relativamente constante definida por el concepto de ciudadanía²³. En una democracia moderna, la ciudadanía consiste en aceptar como regla la exigencia de tratar a todas las personas como

¹⁸ Sergio Caletti fue un académico argentino nacido en 1947, dedicado al estudio y a la enseñanza de la comunicación y el periodismo. En su universo se cruzaban el psicoanálisis, el marxismo y los problemas del lenguaje, reflexionando en torno a las relaciones entre comunicación, política, medios de comunicación y espacio público.

¹⁹ Caletti (2007) explica que la asociación casi sinónima que iguala lo político y lo público tiene origen en la dicotomía derecho público/derecho privado y puede interpretarse como un “efecto de la dominación” que los institutos de gobierno del Estado buscaron —y, en general, lograron— imponer sobre la vida social.

²⁰ Un rasgo decisivo de los años que corren es “la construcción de un espacio público donde la sociedad se hace visible y se autorrepresenta considerablemente al margen de los avatares del destino común y de la consideración política de ellos” (Caletti, 2007, p. 49).

²¹ Blanca Olivia Peña Molina es una socióloga mexicana especializada en los estudios de los derechos políticos de las mujeres y en la participación política de ellas.

²² La representación política está constantemente puesta en duda debido a que los representantes formales no siempre cumplen con su papel de enlace. Esto se debe a que el sistema democrático moderno carece de mecanismos precisos de rendición de cuentas que vinculen más estrechamente a los políticos con las opiniones de aquellos que afirman representar (Peña Molina, 2004)

²³ La ciudadanía es una construcción social históricamente determinada que cambia: se obtienen nuevos derechos, acceden a la ciudadanía nuevos grupos modificando la noción de comunidad política y se reforman las reglas de representación (Peña Molina, 2004).

“libres e iguales”. Este derecho se adquiere en tanto se cumpla con ciertas condiciones que fija el ordenamiento jurídico nacional; supone derechos y obligaciones y exige requisitos de origen o radicación y edad (Peña Molina, 2004).

Si bien el concepto de ciudadanía se basa en la “igualdad” política (para votar y ocupar los cargos de elección popular), esta es parcial mientras haya una desigualdad significativa en la vida económica y social. Siguiendo el esquema que se establece con la llegada del capitalismo en Latinoamérica, se instala una “vida pública” diseñada para estar al alcance de pocos. De esta manera, el sujeto natural del espacio político, y de la esfera pública, es un sujeto universal con ciertos atributos particulares que responden a valores determinados: 1) masculino; 2) hijo de la captura colonial y, por lo tanto, a) blanco o blanqueado; b) propietario; c) letrado; y d) pater-familias. Por eso se puede afirmar que las mujeres para ser reintroducidas como sujetos posibles de la esfera pública tendrán que ser procesadas por la grilla del referente universal (Segato, 2016).

En este proceso donde el espacio público se entrama con el patriarcado, la escena de las actividades de las mujeres es el espacio doméstico, el cual es devaluado abruptamente, colocándolo en un papel residual y desprovisto totalmente de politicidad y de interés general. Este grupo que se encuentra al margen de los asuntos de poder cuando quiere expresarse “tendrá que practicar un travestismo de la presentación del yo y un estilo distanciado para cumplir con los requerimientos de la esfera pública, reglas de etiqueta en el estilo masculino exigidas para hablar en público” (Segato, 2016, p. 95).

De esta manera, las estructuras del Estado (organización que agrupa lo político) son apropiables por aquellos que poseen las cualidades del sujeto universal, aunque excepcionalmente podamos tener figuras femeninas en los cargos. Esta institución es concebida y diseñada para ser apropiada por las élites o para entronizar nuevos segmentos de la sociedad, elitizándolos cuando se tornan parte del gobierno, sin modificar los procesos de dueñidad²⁴, generación de riqueza, ni los patrones de acumulación/concentración (Segato, 2016).

²⁴ Segato (2016) explica que “la dueñidad en Latinoamérica se manifiesta bajo la forma de una administración mafializada y gangsteril de los negocios, la política y la justicia” (p. 99). Este señorío está compuesto por los dueños de la riqueza, inmunes a cualquier tentativa de control institucional, una inmunidad que inaugura una fase apocalíptica del capital.

La situación de las mujeres líderes en la esfera política es peculiar y anómala debido a que su ingreso a las estructuras de poder significa una transgresión social para el orden patriarcal. Esta incorporación fue impulsada por las luchas feministas que reivindicaron los derechos políticos de las mujeres y consiguieron la implementación de acciones afirmativas²⁵, bajo el principio de discriminación positiva, permitiendo mayor participación formal pero escaso reconocimiento social y político²⁶ (Peña Molina, 2004).

En los últimos 20 años, el aumento de la participación política institucionalizada por parte de las mujeres ha intensificado las resistencias y reacciones patriarcales, emanando una modalidad de violencia específica que busca anular el ejercicio de sus derechos políticos, denominada violencia política. Esta modalidad es cada vez más reconocida y pone de manifiesto que la paridad política no se agota con la adopción de la cuota o de la paridad electoral, “sino que requiere de un abordaje integral que asegure, por un lado, el acceso igualitario para las mujeres y disidencias (...), y por otro, que asegure que las condiciones en el ejercicio están libres de discriminación y violencia” (Gradin e Iummato, 2019, p. 4).

Siguiendo la línea teórica propuesta, se puede comprender que el ingreso de las mujeres al espacio político ha encontrado, y todavía encuentra, barreras y obstáculos debido al diferencial de poder y prestigio que instala el régimen jerárquico de género, el cual le asigna al espacio público, y por consiguiente al político, un heredero natural, un sujeto masculino con atributos determinados. De este modo, cuando una mujer ingresa a él debe ser procesada por una grilla de poderes que enhebra diversos campos para ser reconocida como merecedora de ocupar ese lugar reservado para algunos, siendo la violencia en sus

²⁵ Un ejemplo de estas medidas es la Ley N° 24.012 de Cupo Femenino, aprobada en Argentina en 1991, la cual estableció la obligatoriedad a los partidos políticos de incorporar un mínimo de 30% de mujeres en sus listas electorales. De esta forma, Argentina se convirtió en el primer país de América Latina en aplicar un sistema de cuotas para garantizar la participación de las mujeres. En 2017, esta Ley es reemplazada por la N°

27.412 de Paridad de Género en Ámbitos de Representación Política, legislación que establece que las listas de candidatos al Congreso de la Nación y al Parlamento del Mercosur deben ser realizadas ubicando de manera intercalada a mujeres y varones desde el/la primer/a candidato/a titular hasta el/la último/a candidato/a suplente.

²⁶ Una crítica común en torno a las acciones de discriminación positiva para la participación política gira en torno a la idea consensual de los movimientos sociales, el cual niega la dimensión diversa de los grupos minorizados, basándose en un esencialismo que iguala a todas las personas que forman parte de él. Según esta perspectiva el ingreso de algunas mujeres al sistema político vendría a solucionar las problemáticas que atañen al género, suprimiendo las diferencias que se tejen cuando este campo se entrecruza con otros (Peña Molina, 2004).

diversas formas el método de disciplinamiento en caso de que se transgreda el orden que instala el régimen colonial-moderno, el cual les asigna a las mujeres una tarea prioritaria, al margen de los problemas de “interés general”: la reproducción y el mantenimiento de la fuerza de trabajo y la dedicación al cultivo de la belleza.

Parte II

1.2.1 Las tecnologías de comunicación y su relación con la esfera política

El espacio de lo público se constituye como la piedra angular para entender y analizar las conexiones entre los procesos de comunicación y la esfera política, ejes conceptuales primordiales junto al género del tema a desarrollar en el presente trabajo.

Este espacio es estudiado por Sergio Caletti (2007), quien destaca cinco características nodales sobre lo público: la condición de visibilidad, de autorepresentación de lo social, de heterogeneidad, su tecnologicidad y su politicidad. Estas dos últimas características constituyen aspectos nodales para el problema planteado, por eso resulta necesario desarrollar la relación que se establece entre ambas.

Con respecto a la tecnologicidad, Caletti (2007) explica que este concepto alude a los recursos técnicos que con sus formas y modalidades de comunicación posibilitan la visibilización del tratamiento de los problemas comunes. Las tecnologías de comunicación, de este modo, son responsables de la arquitectura de lo público, cristalizando en su desarrollo gramáticas generales de socialidad históricamente determinadas.

Estas tecnologías son resultado de relaciones sociales específicas, las cuales responden a un régimen de visibilidad que atribuye sentidos y grados de importancia a lo que debe y no debe ser mirado. Supone, también, relaciones políticas y es por excelencia territorio de combates por la hegemonía, vale decir, “por esa instancia en la que el objeto de dominio en

disputa no es otro que la subjetividad de los agentes sociales (...), los horizontes desde los que cargará de sentido su relación con los objetos del mundo” (Caletti, 2000, p. 20).

Con el devenir de los años, lo público fue asumiendo regímenes de visibilidad diferentes y en la época actual se puede ver cómo los dispositivos tecnológicos generan un proceso de mediatización de las sociedades, transformando las prácticas sociales y los hábitos culturales por la mediación de estas tecnologías. A raíz de la revolución digital²⁷ que comienza a principios del siglo XXI, este proceso se ve profundizado exponencialmente y comienza a hablarse ya de “hiper-mediatización” como un proceso propio de la era de la globalización y la posmodernidad, donde el papel de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de información es central en el orden de la representación, es decir de la re-producción de lo real (Verón, 2004).

Mientras tanto, en el régimen actual se puede encontrar un creciente desacople entre el espacio político y el espacio público debido a algunas mutaciones que se observan en ambas esferas. Estas transformaciones se deben a algunos factores como la hiperespecialización técnica de la política, la tendencia a la confidencialidad en los asuntos del gobierno y la intervención de las comunicaciones privadas²⁸ en los asuntos políticos. La lógica privada se impone así en los asuntos de gobierno²⁹, siendo el espacio público compuesto por cuestiones alejadas de las decisiones de la vida colectiva, apoyada por una lógica de la seducción y por las pugnas tácticas posicionales, sustituyendo progresivamente a la lógica de la razón (Caletti, 2000).

En estas formas políticas de discurrir se encuadran dialogicidades que se condensan en los medios de comunicación generando una gramática específica apoyada en la

²⁷ La revolución digital (apoyada en la masificación de los dispositivos móviles e Internet) ha inaugurado un nuevo régimen de visibilidad, multiplicando los soportes y abriendo un éxodo de las audiencias hacia nuevas plataformas. Esto obligó a los medios masivos tradicionales a llevar a cabo una metamorfosis en los procesos de producción, de distribución y en los modelos de negocios, motivada por las mutaciones profundas que se abrieron en la forma de consumir y usar la información (Becerra, 2015).

²⁸ Existen grupos de influencia o de presión que, a través de diversos procedimientos como la propaganda, publicidad, lobby, técnicas de relaciones públicas e intimidación, entre otros de diversa índole, procuran reforzar la difusión de noticias favorables y suprimir o desfigurar las que le son adversas (Cipolla, Koci y Nadalin, 2018).

²⁹ Esto funciona como sustento para la corrupción y, por otro lado, en la base del sistema, es posible observar como también los compromisos privados irrumpen en la tarea política con el aumento de las redes clientelares (Caletti, 2000).

emocionalidad, el sensacionalismo, el escándalo y la narrativización. En esta semántica la lógica del caso se ha convertido en un recurso muy utilizado que se inclina “por el abigarramiento, la fragmentación, la dispersión y la repetición de lo disperso” (Caletti, 2000, p. 40).

En cuanto al sector propietario de las industrias infocomunicacionales, Martín Becerra³⁰ (2015) explica que en América Latina se pueden observar actores con formas mercantiles, estatales, cooperativas y comunitarias, pero el sector se halla protagonizado sobre todo por grupos económicos cuyos intereses hoy desbordan el ámbito de la producción cultural y se expanden hacia otras áreas de la economía (telecomunicaciones, bancos, servicios públicos, juegos de azar, etcétera). De esta manera, la industria se caracteriza por contener niveles altos de concentración, con actores en condiciones cada vez más dominantes y con la presencia de grandes y pocas corporaciones de capitales, tanto nacionales como extranjeros. Esto provoca una reducción de las fuentes informativas, empobrece las perspectivas en deliberación en el espacio público y estandariza los géneros y formatos con una predominancia de estilos que se complementa con la centralización geográfica de las producciones (Becerra y Mastrini, 2017).

A partir de lo expuesto, se puede comprender que en los tiempos que corren las mutaciones que se desarrollan en el espacio público y en la esfera política producen un desacople entre ambas dimensiones, primando los intereses privados y produciendo gramáticas particulares que se condensan en los medios masivos de comunicación, dispositivos que por su poder de visibilidad en la actualidad ocupan un lugar importante en el orden de la representación y en la construcción de la arquitectura de lo público.

En este contexto donde los intereses privados adquieren visibilidad, prevalece una lógica de la seducción y el posicionamiento antes que la lógica de la argumentación racional, estructurando y estructurándose a partir de discursos emocionales y narrativizados de manera escandalosa, los cuales producen un debilitamiento de la politicidad y el tratamiento de los problemas comunes. A su vez, la propiedad de esta industria está

³⁰ Martín Becerra es un investigador y profesor universitario argentino nacido en 1968, dedicado a los estudios de la comunicación y las industrias culturales. Se ha especializado en la relación entre estas industrias y el espacio público, estudiando la propiedad de los medios y las políticas de comunicación.

controlada por corporaciones que responden a los intereses de una dueñidad (Segato, 2016), dueña de la riqueza y con poder de compra, que vuelve ficcionales todos los ideales del derecho a la información³¹.

1.2.2 La actualidad y el acontecimiento como construcciones mediáticas

En cuanto al funcionamiento de los medios masivos de comunicación, Eliseo Verón³² (1987) sostiene que estos dispositivos tecnológicos construyen acontecimientos y “modelos” de actualidad, equiparando la industria de la información con otras industrias debido a que los medios a través del montaje elaboran productos, fabricados a partir de una materia prima. En el caso de la industria mediática el producto es la actualidad y, como medios hay muchos, hay muchos “modelos” de actualidad contruidos para distintas audiencias. Al optar por un canal de información el lector selecciona una actualidad y su presentación, donde reconoce los contenidos y las posturas de quienes elaboran dichos acontecimientos (Veron, 1987).

Con respecto a la actualidad mediática, esta no tiene necesariamente una relación con lo real, sino con lo que el lector presupone, desea o cree que es lo “real”, es decir, con un sistema de expectativas y creencias. Los sistemas de información diseñan mundos posibles que aparecen como verosímiles y, por consiguiente, creíbles y hasta concebibles para el lector. El contrato mediático sirve como marco para el desarrollo de estos mundos posibles, donde se instaura el relato de lo “real” pero simultáneamente de lo “verdadero”. Es sobre el presupuesto de que los medios cuentan la verdad de los hechos donde radica su poder como institución social (Escudero, 1996).

³¹ Este derecho humano incluye el derecho a la búsqueda, emisión y recepción de información, teniendo en cuenta a la opinión pública y a la sociedad e impone deberes al Estado, a las fuentes de información y a los medios de comunicación. La importancia del fenómeno informativo que atraviesa radica en que esta actividad humana ayuda a desarrollar la capacidad de pensar, crear, interactuar y resolver problemas en un orden comunitario de valores compartidos (Cipolla, Koci y Nadalin, 2018).

³² Eliseo Verón (nacido en Argentina en 1935) fue un importante semiólogo, sociólogo y antropólogo que dedicó gran parte de su obra a investigar y enseñar, tanto en Argentina como en Francia, el análisis semiológico de los medios de comunicación y los discursos sociales.

En este sentido, los dispositivos tecnológicos de comunicación elaboran una realidad en devenir a través de la construcción de acontecimientos, productos que no se encuentran hechos en alguna parte de la realidad, sino que sólo existen en la medida en que los medios los elaboran (Verón, 1987). A través de gramáticas discursivas, los medios producen y reproducen mensajes asociados a determinadas condiciones de producción, que son aquellos discursos anteriores que actúan como determinadores de su generación, poniendo en juego un conjunto de reglas para la producción social de sentido, situadas siempre en un contexto. Asimismo, los discursos mediáticos están asociados a determinadas modalidades (o prácticas) de recepción, siendo “accesibles a una pluralidad de individuos, bajo ciertas condiciones” (Verón, 1997, p. 13).

La importancia de analizar la construcción del acontecimiento producida por los medios masivos de comunicación radica en que estas industrias “poseen el régimen más importante, heterogéneo y extendido de producción y circulación de relatos contemporáneos” (Escudero, 1996, p. 41).

Relacionando todo lo expuesto con el problema de investigación se puede entender que la revista Noticias crea acontecimientos “verdaderos” para su mundo de lectores, a través de discursos que están sujetos a condiciones de producción determinadas por relaciones sociales específicas. En este contexto, la revista en tanto medio de comunicación es vehiculizadora de lo público, responde a una administración centralizada del poder y a través de gramáticas que condensan dialogicidades, produce acontecimientos políticos, condicionados en la actualidad por una lógica posicional y de la seducción que corresponde a intereses privados.

Con esta narrativa, en algunas de sus portadas la revista pone el foco en las mujeres de la política, personas que por su condición de género se constituyen como transgresoras del régimen que las ubica en un lugar minorizado en la jerarquía de poder y prestigio, orden que a su vez determina un heredero natural del poder político, un sujeto masculino con atributos determinados, donde las mujeres deben ser elitizadas para poder acceder a los espacios de poder, lidiando con diversas modalidades de violencia las cuales buscan disciplinarlas para que cumplan el rol que el capitalismo les asigna.

Parte III

1.3.1 La producción social de sentido y su materialidad en el discurso

Los estudios sociosemióticos han aportado nociones teóricas que atravesaron todo el trabajo, posibilitando el análisis de las construcciones discursivas sobre Cristina Fernández y María Eugenia Vidal en las portadas que componen el corpus de la investigación.

La Sociosemiótica es la disciplina que tiene como objeto de estudio la producción social de sentido. Esta teoría permite analizar fenómenos en los cuales se materializa el sentido atribuido al mundo, conocimiento que sostiene y es sostenido por la discursividad social en su conjunto (Dalmasso, 2005).

La Teoría de los Discursos Sociales formulada por Eliseo Verón (1974) plantea al análisis sociosemiótico como un instrumento útil para desarticular operaciones mediante las cuales una materia o más es investida de sentido, como es el caso de la construcción de acontecimientos y la producción de la actualidad mediática.

La posibilidad de todo análisis de sentido descansa sobre la hipótesis según la cual el sistema productivo deja huellas en los productos y que el primero puede ser (fragmentariamente) reconstruido a partir de una manipulación de los segundos. Dicho de otro modo: analizando productos apuntamos a procesos. (Verón, 1993, p. 12)

A la vez, Verón (1993) subraya que un fenómeno de sentido, una significación no tiene origen en el individuo, sino que su sentido se da en la sociedad y circula por ella. A la vez, niega que los fenómenos sociales sean independientes de este sentido que circula o se genera dentro de la sociedad: cada uno de ellos encierra un sentido también. Consecuentemente, sostiene que “toda forma de organización social, todo sistema de acción, todo conjunto de relaciones sociales implica una dimensión significativa” (p. 125).

Con respecto al sentido, Verón (2004) explica que este se encuentra determinado por complejos condicionamientos socio-históricos, presentando los discursos en relación con mecanismos de base del funcionamiento social, restricciones sociales, económicas y políticas que actúan sobre el engendramiento del sentido producido, tomando ciertos aspectos de la realidad y soslayando otros, no por ello inexistentes.

En cuanto a la realidad, la obra de Verón va a explicar que esta se construye socialmente, está dada dentro de la circulación de sentido. Si bien “hay una ‘realidad’ cuyo ser no depende de nuestras representaciones, la noción misma de ‘realidad’ es inseparable de su producción en el interior de la semiosis” (Verón, 1993, p. 126).

Cabe recordar que este último concepto es una de las nociones centrales que Verón recupera de la teoría peirceana³³, entre tantas otras ideas, para referirse a la dimensión significante de los fenómenos sociales; con esto Verón explica que “el estudio de la semiosis es el estudio de los fenómenos sociales en tanto procesos de producción de sentido” (p. 125). Para poder realizar el análisis empírico de la semiosis es necesario tomar un recorte, es decir, una manifestación de sentido espacio-temporal.

Los discursos, entendidos como conjuntos significantes, constituyen los eslabones de la semiosis social; y es allí, en el seno de dicha red interconectada por múltiples e infinitas piezas discursivas, donde surge la producción social de sentido (Verón, 1993). El discurso es entonces un recorte de la semiosis: un fragmento de significaciones que dan vueltas por la sociedad de forma material, ya sea imagen, sonido o palabras. Esta materialidad define el punto de partida necesario de todo estudio empírico de la producción de sentido.

Por esta razón, la noción de discurso como configuración espacio-temporal de sentido, identificada sobre soportes materiales, permite considerar dos grandes problemáticas como son la materialidad de sentido y construcción social de lo real.

Estos aportes teóricos proporcionan un marco propicio para abordar las portadas de la revista Noticias como materialidades significantes, discursos que circulan determinados por

³³ Charles Sanders Peirce, nacido en Estados Unidos en 1839, es considerado fundador del pragmatismo y padre de la semiótica contemporánea, entendida como teoría filosófica de la significación y de la representación. Su teoría general de los signos fue desarrollada a lo largo de 40 años de estudios como una tentativa para descubrir la lógica que fundamenta nuestras concepciones de lo real.

condicionamientos socio-históricos, configurando determinados sentidos sociales sobre Cristina Fernández y María Eugenia Vidal a través de la construcción de acontecimientos y de la realidad social, prestando especial atención al cambio contextual que ingresa con la acción Ni Una Menos en tanto condicionamiento en la producción de sentido.



NOTICIAS

Cristina Fernández de Kirchner
PERSONAJE
del AÑO por James Nelson

DISEÑO METODOLÓGICO

EN ARGENTINA MATAN A UNA MUJER CADA 36 HORAS...

HACEME ZOOM AHÍ, ¿SABEN CUÁNTO CUESTA ESE RELOJ?



...la increíble vida de una trinitaria a cara lavada que enloquece al Gobierno

Dalmasso: la nueva vida del viudo a un año del crimen

Carrío: su verdadera contabilidad. Futuro político y crisis en el ARI

¡ÚLTIMO MOMENTO!

Diseño metodológico

El siguiente apartado está dedicado a formular los aspectos metodológicos que intervienen en el proceso de investigación a modo de brújula para resolver el problema planteado.

Para comenzar y de acuerdo al objetivo propuesto, el paradigma epistemológico, teórico y metodológico que se retoma es el cualitativo, ya que es el que se ajusta mejor al tipo de estudio pretendido. Sautu (1997) afirma que el paradigma cualitativo busca relacionar discursos para interpretar sentidos, recogiendo información con sus condiciones de producción, para producir resultados no generalizables. Cuenta con un diseño abierto, trabaja sin hipótesis formales y con una técnica analítica más inductiva.

Las unidades de análisis que se estudian siguiendo el objetivo planteado son las portadas de la revista Noticias, un semanario de Editorial Perfil. Esta ofrece información, análisis y opiniones sobre temas políticos y sociales, con una trayectoria de más de treinta años en el mercado argentino, caracterizada por una singular presentación de los contenidos en sus tapas, ya que la imagen, recurso que ocupa el 90% de la superficie total, genera un efecto editorializador y de impacto (Muttoni, 2015). Esta revista, en tanto materialidad significativa, es un eslabón de la semiosis social que condensa producciones de sentido sobre las mujeres, dedicando un gran número de tapas a diversas mandatarias políticas.

Para llevar a cabo el trabajo se delimitó el corpus tomando las portadas en donde aparecen como protagonistas Cristina Fernández, segunda mujer en ocupar el cargo de la Presidencia de la Nación (2007-2011 y 2011-2015), y María Eugenia Vidal, primera mujer gobernadora de la provincia de Buenos Aires (2015-2019). Ambas políticas han logrado a lo largo de sus carreras posicionarse como grandes figuras de liderazgo dentro de partidos de diferente orientación, ingresando a las estructuras del poder político e instaurándose como unas de las primeras personas no masculinas en alcanzar estos cargos.

Luego de este primer recorte, se toma como criterio de selección la ebullición del movimiento Ni Una Menos, una acción colectiva que surgió el 3 de junio de 2015 donde ciento de miles de mujeres de toda Argentina se manifestaron en las calles y en las redes

sociales en contra de los femicidios y la violencia contra las mujeres. A partir del cambio contextual que ingresa con esta acción colectiva basada en una nueva sensibilidad, se busca reconocer las rupturas, continuidades y transformaciones que se condensan en los discursos de la revista sobre las mujeres en política, comparando dos tapas correspondientes al periodo anterior al NUM y dos post-estallido.

Entre las portadas elegidas se encuentran similitudes, las dos primeras refieren al inicio del mandato de ambas políticas y las dos segundas al suplemento anual de la revista publicado en diciembre de cada año, donde se destaca a una personalidad de la sociedad argentina, seleccionando las ediciones donde se distingue a estas mujeres políticas.

En primera instancia se encuentran las tapas seleccionadas en donde aparece Cristina Fernández. Estas corresponden a su primer y segundo mandato presidencial, respectivamente, y son anteriores al movimiento NUM. La primera tapa seleccionada corresponde a una de las primeras dedicadas a Fernández como presidenta de la Nación y se titula **“El nuevo sexo del gobierno”** publicada el 14 de noviembre de 2007. Por otra parte, la segunda portada pertenece al suplemento anual de la revista, que se titula **“Cristina Fernández de Kirchner: personaje del año”**, publicada el 8 de diciembre de 2011, año en que asume como presidenta por segunda vez consecutiva.

Con respecto a la selección de portadas dedicadas a María Eugenia Vidal, estas fueron publicadas durante su mandato, luego de la ebullición del movimiento NUM. En un primer momento se seleccionó la portada titulada **“La maldición de Heidi”** publicada el 9 de enero de 2016, primera portada dedicada a ella pasado casi un mes de estar ocupando su cargo como gobernadora de la Provincia de Buenos Aires. En un segundo momento se optó por la tapa titulada **“María Eugenia Vidal: personaje del año blindada”**, del 28 de diciembre de 2017, portada que también forma parte de la edición especial que la revista publica cada año en diciembre.

Para poder abordar comparativamente las producciones de sentido acerca de Cristina Fernández y María Eugenia Vidal en las portadas de Noticias, se determinó primero sobre qué aspectos se desarrolla la comparación, ejes de análisis que guían a su vez la formulación de los objetivos específicos y se apoyan en la Teoría de los Discursos Sociales.

2.1 Las condiciones sociales de producción discursiva

Verón (1993) sostiene que el análisis discursivo no es otra cosa que la descripción de las huellas de las condiciones productivas en los discursos, ya sean las de su generación o las que dan cuenta de sus efectos. Las condiciones de producción, de circulación y de reconocimiento implican mecanismos diferentes y exigen la puesta en juego de análisis específicos. De acuerdo al objetivo propuesto, se abordará la dimensión ideológica de las portadas seleccionadas, que siguiendo a Verón (2004) no consiste en un repertorio de contenidos, sino más bien en una gramática³⁴ de producción, una forma de inversión de sentido que se aborda en sus relaciones con los mecanismos de base del funcionamiento social, entendidos como restricciones en el engendramiento de sentido (p. 44).

“La localización histórica (...) forma parte de las condiciones de producción” (Verón, 2004, p. 78), por ello, resulta importante indagar en los contextos, que operan como red intertextual en los discursos que componen el corpus. De esta manera, el Capítulo 1 del presente trabajo consiste en una descripción del contexto que enmarca los sentidos a partir del reconocimiento de las huellas en las producciones discursivas, poniendo el foco en la revista Noticias, en el movimiento Ni Una Menos, en el mandato de Cristina Fernández y en el de María Eugenia Vidal, relacionando lo descrito con el marco teórico esbozado.

2.2 Las particularidades del discurso de la prensa escrita

En la prensa gráfica, las portadas constituyen un dispositivo privilegiado para analizar la producción discursiva mediática, ya que son el lugar de entrada a la información y constituyen por ello el espacio de mayor jerarquización informativa (Verón, 1987). En ellas, juegan un rol clave los titulares y la imagen, estrategias centrales para brindar un encuadre

³⁴ La producción discursiva social es un tejido dialéctico de interacción entre un cierto número de “gramáticas” de producción y de “gramáticas” de reconocimiento. Verón (1993) define la gramática como “un modelo de reglas que caracterizan la producción (o la lectura)” (p. 135).

a los acontecimientos y producir sentidos determinados, cuestiones que se abordan en el Capítulo 2.

En el análisis de los titulares se tiene en cuenta la presentación del hecho que se anuncia en el texto, describiendo los tópicos³⁵ o temas recurrentes que aparecen en la construcción de los acontecimientos.

Complementando esto, se toman los aportes de Catherine Kerbrat-Orecchioni³⁶ (1997) a la Teoría de la Enunciación³⁷, para identificar cómo el enunciador a la hora de producir los titulares manifiesta su subjetividad. De esta manera, es importante tener en cuenta cómo se nombra y se caracteriza a los diferentes actores sociales que participan de los acontecimientos, además de cómo se describen los hechos y cómo podemos rastrear ciertas marcas, huellas que el enunciador imprime a su enunciado.

Para esto, es importante identificar los subjetivemas, palabra o elemento léxico que adquiere rasgos afectivos o evaluativos (rasgos bueno/malo; verdadero/falso), ya sea por valoraciones de acuerdo con las ideologías en circulación o según la intención del hablante. Tomando como base la clasificación realizada por Kerbrat-Orecchioni (1997) se establece

³⁵ Los repertorios tópicos son definidos por Marc Angenot (2010) como todo aquello que es susceptible de ser enunciado, lo cual permite la organización de lo decible y lo pensable en un momento dado del Discurso Social.

³⁶ Catherine Kerbrat-Orecchioni es una lingüista francesa nacida en 1943. Se la conoce por su trabajo sobre enunciación, las interacciones verbales implícitas y el análisis del discurso político. Sus actividades de investigación están marcadas por el deseo de establecer permanentemente puentes entre las diferentes ramas de la lingüística (por ejemplo, entre la semántica, la retórica y la pragmática).

³⁷ La Teoría de la Enunciación es desarrollada por Emile Benveniste (1974), quien sostiene que para comprender el análisis discursivo es preciso considerar que el mismo se desarrolla bajo la base de los estudios de la enunciación, es decir, de la puesta en discurso de la lengua por un sujeto.

que los subjetivemas pueden ser: nominales³⁸, verbales³⁹ y modalizantes⁴⁰, con posibilidad de entrecruzamientos de dominios categoriales.

A su vez, como todo discurso informativo, la prensa busca producir un efecto de realidad para hacer creer en la verdad de lo que se dice (Savoini, 2005). La inclusión de la cita es una estrategia de la prensa gráfica para dar validez a lo que se sostiene. Para eso, se analiza a qué voces se les da lugar en el discurso, desde qué lugar se lo hace y cómo es modalizada esa palabra al integrarse al discurso informativo.

Savoini (2005) sostiene que las citas pueden tener una función de autoridad, de prueba, refutación, polémica o ironía. Asimismo, es importante analizar también “qué verbos o frases elige el enunciador para introducir o cerrar estos discursos citados, lo que implica una suerte de modalización (valoración) de lo dicho por otro” (p. 77).

En cuanto a la imagen, Eliseo Verón (2004) afirma que esta nunca puede analizarse en sí misma, pues es inseparable de los elementos lingüísticos que la acompañan. Una modalidad clásica de esta relación es la denominada imagen testimonial, siempre espontánea, asociada a un discurso informativo que construye su realidad (la actualidad) como verdadero fragmento de lo real. Otro modo de organización es lo que denomina fondo semántico, el cual evoca de una manera general, a través de estereotipos visuales, al campo semántico designado por el texto. Otra de las modalidades se basa en el empleo de lo que Verón (2004) denomina “retórica de los personajes”. Explica que esta forma construye un conjunto de rasgos del personaje que aparece con el fin de hacerlo actuar según la interpretación que el medio quiera dar. La pose, por el contrario, indica el dominio

³⁸ Cuando las evaluaciones aparecen vehiculizadas en sustantivos y adjetivos se denominan subjetivemas nominales. Estos se dividen en afectivos y evaluativos. Los afectivos manifiestan la actitud emocional del enunciador, se realizan mediante adjetivos y sufijos en los sustantivos. En tanto los evaluativos estos se dividen en axiológicos y no axiológicos. Los primeros aplican al objeto un juicio de valor, estas apreciaciones pueden ser peyorativas (que desvalorizan) o bien pueden ser elogiosas. En cuanto a los no axiológicos, el objeto designado está evaluado según características cuantitativas (Kerbrat-Orecchioni, 1997).

³⁹ Los subjetivemas verbales sirven para evaluar la acción que nombran (y al sujeto que la ejecuta), además es ahí donde más frecuentemente se muestra la subjetividad del hablante (Kerbrat-Orecchioni, 1997).

⁴⁰ Con respecto a la subjetividad modalizante esta indica el grado de adhesión a los contenidos enunciados por parte del enunciador. Dentro de ellos, existen los hechos entonacionales, los giros del tipo “es verdad/probable/dudoso”, los verbos evaluativos, los adverbios emparentados con ellos y el uso de los tiempos verbales como el condicional o el subjuntivo. También puede modalizarse el discurso mediante la ironía (verbal, o con el uso de comillas), la apelación a preguntas retóricas o la presuposición (generalmente mediante el uso de verbos como pretender, creer, etc.) (Kerbrat-Orecchioni, 1997).

de su propia estrategia enunciativa por parte de quien es representado. Las denominadas metáforas visuales trabajan con una retórica que es muy simple y muy explícita en la construcción de sus figuras, en donde la relación especular entre texto e imagen se vuelve total.

Con respecto a la ubicación espacial de las imágenes, Verón (2004) explica que este tratamiento obedece a reglas metonímicas: proximidad, distancia, espacio de maniobra y límites.

Además de la relación con lo textual, es importante considerar en la imagen la utilización del lenguaje fotográfico para producir sentidos determinados, haciendo uso del encuadre, los planos, el foco y el desenfoco, los matices tonales y lumínicos, el grado de saturación de los colores, el “montaje” (y “fotomontaje”), como así también la locación, la vestimenta, la gestualidad de los personajes que aparecen en las portadas y los objetos y símbolos que los acompañan.

También, se tiene en cuenta el rol de la mirada en el discurso, tomando los aportes de Verón (2004), quien explica que el eje O-O (los Ojos en los Ojos), posición de mirada sostenida, está asociado a una operación destinada a crear un efecto de realidad, verosimilitud o confianza en el destinatario.

2.3 El contrato de lectura

La Teoría de la Enunciación, retomada por Verón (1985), explica que todo discurso presenta dos niveles de funcionamiento: el enunciado, vinculado a lo que se dice (el contenido) y la enunciación, vinculada a cómo se dice. Ambas categorías son igualmente definitorias de la producción discursiva y todo lo que ella implica. Sin embargo, los modos de decir son tanto o más determinantes que el enunciado en sí mismo, pues permiten crear una personalidad para cada medio a través de la ausencia o presencia de marcas de las entidades enunciativas, es decir, la relación entre enunciador (la imagen del que habla) y destinatario (la imagen de aquel a quien se habla) y la posición del enunciador con respecto a su propio enunciado.

En el caso de la prensa gráfica se llama a este dispositivo de enunciación contrato de lectura. Este incluye todas aquellas operaciones discursivas a través de las cuales quien habla construye una imagen de sí (de enunciador), de destinatario y una relación entre ambos. Cada revista, en tanto soporte semiótico, diseña su dispositivo de enunciación y elabora un funcionamiento interno que va a traducirse en una propuesta para los lectores que buscará conservar, mejorar y evolucionar para cumplir con su objetivo: la construcción y preservación de los hábitos de consumo (Verón, 2004).

Verón (1985) plantea la existencia de tres modalidades de enunciador, las cuales también definen al destinatario y a la relación que establece con él: enunciador objetivo (no pedagógico)⁴¹, enunciador pedagógico⁴² y enunciador cómplice⁴³.

A su vez, la maniobra enunciativa que consiste en atribuir cierto saber al destinatario (al construirlo como más o menos informado, más o menos cultivado, más o menos capaz de identificar alusiones, etc.) determina la transparencia o la opacidad relativa del discurso. Un discurso es opaco cuando privilegia la enunciación por encima del enunciado, que exhibe sus modalidades de decir más que lo que dice, y es transparente cuando funciona al revés (Verón, 1985). La opacidad en el discurso permite construir una complicidad entre enunciador y destinatario; por otro lado, el enunciador objetivo es quien más se acerca a la transparencia (Verón, 2004).

El conjunto de estas estructuras enunciativas, que forma parte del contrato de lectura, imprime su propio carácter a las producciones, lo que será abordado en el Capítulo 3 al momento de comparar los discursos de las portadas de la revista Noticias sobre Cristina Fernández y María Eugenia Vidal.

⁴¹ El enunciador objetivo no modaliza lo que dice: produce informaciones sobre un registro impersonal, empleando formulaciones en tercera persona y en una lengua estándar, delimitando un espacio de neutralidad e imparcialidad. Verón (2004) se refiere a esta modalidad como la del “discurso verdadero”, donde ninguna de las dos entidades de enunciación está marcada explícitamente y existe entre ambas una distancia.

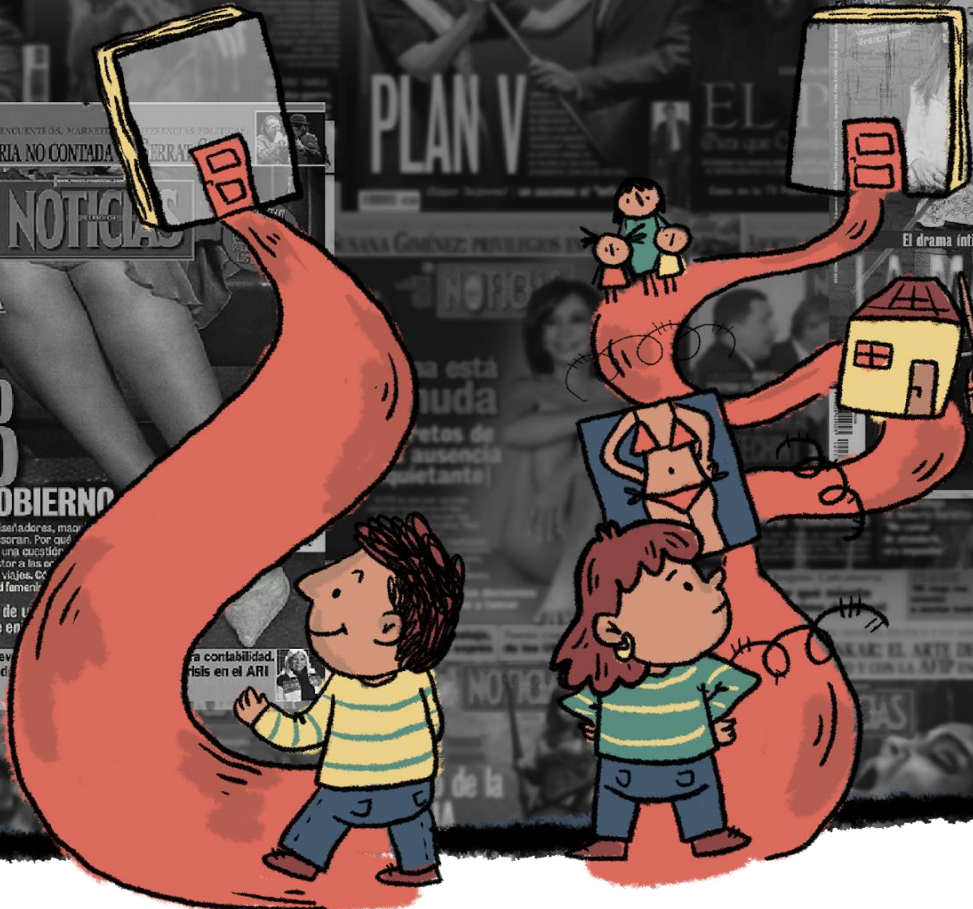
⁴² El enunciador pedagógico “preordena para el lector el universo del discurso” (Verón, 2004, p. 176), constituyéndose en un guía que aporta información y explicaciones. Tanto enunciador como destinatario son designados de manera explícita en el discurso.

⁴³ El enunciador cómplice busca establecer cierta simetría, complicidad y cercanía entre enunciador y destinatario. Este enunciador señala directamente al destinatario, utiliza el nosotros inclusivo y lo interpela utilizando fórmulas imperativas. Además, lo invita a tomar la palabra, haciéndolo hablar a través de su propio discurso (Verón, 2004).



CAPÍTULO I

LAS COORDENADAS SOCIO HISTÓRICAS COMO CONDICIONAMIENTOS EN LA PRODUCCIÓN DISCURSIVA



LA HISTORIA NO CONFADADA

NOTICIAS

CRISTINA
REVOLUCIÓN ESTÉTICA Y PROTOCOLO

EL NUEVO SEXO DEL GOBIERNO

Cómo se preparan los diseñadores, modistas y estilistas que la asesoran. Por qué de sus fotografías es ya una cuestión de los momentos de Néstor a las de do rock que lleva en sus videos. Es la gestión su sensibilidad femenina.

Y la increíble foto de su cara lavada que en

Dalmasso: la nueva vida a un año de

la contabilidad, crisis en el ARI

EL GRUPO CELEBRA VENTAJAS POST SABRATILLA. NUEVOS RECLUTAS EN EL CLARÍN DE FIESTA: MAGNETTO VOLVIÓ A SONAR

El drama íntimo de Vidal en la guerra con las mafias

LA MALDICIÓN de Vidal

- Un oculto realidad homocéntrica en la vida
- Se reanuda para sentirse más segura. In
- Desconfianza en la policía y directivos
- Quién lo controla los controles de Mepp
- La pasad "salud" con los intrusos
- Formación de una mujer que bajó 17 kilos

Anibal andia: el mapa de protección al cian Lana

Capítulo 1: Las coordenadas socio-históricas como condicionamientos en la producción discursiva

Retomando lo que se propone en el marco teórico-metodológico, para llevar a cabo el análisis discursivo es importante abordar las condiciones de producción que intervienen en la generación de un discurso. Para eso, se comprende a las producciones discursivas dentro de un contexto histórico, social y político que les otorga sentidos determinados.

De esta manera, el Capítulo 1 presenta en un primer momento a la revista Noticias y una serie de hechos históricos en relación a los diferentes gobiernos presidenciales. El objetivo es conocer el medio y sus vinculaciones con la política para comprender de manera más acabada su producción discursiva.

A su vez, se incluye una descripción histórica de los gobiernos de Cristina Fernández y María Eugenia Vidal, con el objetivo de describir y comparar las características de los mandatos de ambas mujeres que funcionan como condicionantes en la producción discursiva de las portadas de la revista Noticias. Para finalizar, como parte de la contextualización se puntualiza en la acción colectiva Ni Una Menos, en tanto evento significativo en la cultura argentina, ya que trajo a la escena pública, mediática y social la problemática de la violencia de género (Angelelli, 2018).

3.1 Noticias, revista política de Editorial Perfil

Noticias de la Semana o más conocida como Noticias es una revista semanal de carácter comercial fundada en 1989 y producida por Perfil, editorial argentina dirigida por Jorge Fontevecchia⁴⁴. Esta revista tiene como slogan “Entender cambia la vida” y se dedica

⁴⁴Jorge Alberto Fontevecchia nació en Buenos Aires en 1955. Estudió Administración de Empresas en la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) y Derecho en la Universidad de Buenos Aires (UBA). Es cofundador de Editorial Perfil y autor de los libros *Entretiempos* (2005), *Reportajes* (2008), *Reportajes 2* (2010) y de *Quiénes fuimos en la era K* (2015). Ejerce como periodista y como propietario de medios de comunicación, aunque haya estudiado administración de empresas. Este hecho pone en evidencia que en el escenario actual, por un lado, el ejercicio de la profesión está llevado a cabo por personas no capacitadas en instituciones especializadas en la materia; y por el otro, que el sector propietario de los medios de

a tratar con profundidad la información que brindan otros medios con la particularidad de que busca lograr un enfoque novedoso sobre los temas.

En tanto *newsmagazine*⁴⁵ la revista muestra versatilidad en cuanto a los temas; sin embargo, su tema principal es la política, contenido que en general se presenta en sus portadas. Allí la imagen suele ocupar el 90% de la superficie total, ilustrando la noticia central de cada semana (Pérez y Aymá, 2017).

Desde sus orígenes, la revista buscó atraer la atención de sus lectores a través de composiciones gráficas distintas a las que se utilizan en otros medios. Fue la primera revista argentina confeccionada con papel ilustración, totalmente impresa a color y en sus portadas se suelen ver caricaturas hechas a mano, fotografías precisas y, sobre todo, fotomontajes.

En cuanto a sus otros espacios institucionales, Noticias cuenta con una página web⁴⁶ la cual se presenta como un portal de noticias, agrupando diversos acontecimientos en secciones, siguiendo las líneas de la versión impresa y mostrando una gran pluralidad en cuanto a los temas. Las secciones que destacan son: política (en términos partidarios), sociedad (donde se presentan temas relacionados a personalidades del espectáculo), economía, mundo (noticias internacionales), cultura, ciencia, opinión, eventos (sección que muestra la cobertura de eventos organizados por ellos mismos) y Restó (dedicada a la comida y a la gastronomía).

Además de este portal web, la revista utiliza las redes sociales Facebook (422 mil seguidores), Twitter (286 mil seguidores) e Instagram (84 mil seguidores), espacios donde hace eco de la información que publica en la versión web y donde sus lectores reaccionan a las noticias.

comunicación está compuesto por personas que plantean a la comunicación como una industria conformada por empresas administradas, más que como un derecho.

⁴⁵ Los *newsmagazine* son un tipo de publicación semanal en formato gráfico, radiofónico o audiovisual que presenta información sobre los eventos actuales. Trata a los acontecimientos con mayor profundidad en relación a los periódicos o noticieros, brindando una interpretación de los hechos más importantes de la actualidad.

⁴⁶ <https://noticias.perfil.com/>

Como se mencionó anteriormente, la revista Noticias es producida por Perfil S.A., una empresa editorial argentina⁴⁷ especializada en la producción de revistas semanales. La editorial nació el 1 de junio de 1976 con la unión de las empresas editoras de Alberto y Jorge Fontevecchia (FOBERA y SEPAL), padre e hijo respectivamente. De modalidad comercial privada, se especializó en un principio en la publicación de revistas a nivel local y luego se expandió en diversas regiones como Brasil, China y Portugal, con revistas para distintos perfiles de lectores⁴⁸. En 2017 lanzó su apuesta audiovisual con los canales de televisión Net TV, Alfa TV, Bravo TV y KZO en asociación con Cuarzo Entertainment Argentina, y los medios radiales Radio con Vos, Radio Perfil y Urbana Play FM.

En Argentina, la Editorial Perfil actualmente produce el bisemanario *Perfil* y una decena de revistas y portales. Además de Noticias, edita otras revistas como *Caras*, dedicada a la farándula local e internacional; *Mía*, la cual ofrece “información práctica” para la mujer, como recetas de cocina y consejos para la decoración; *Fortuna*, revista sobre economía, negocios y mercados; *Marie Claire*, edición argentina de la revista de belleza femenina francesa; *Weekend*, con información outdoor y de esparcimiento; *Semanario*, publicación que reúne diversos temas del espectáculo y la farándula; *Parabrisas*, especializada en el rubro automotores y *Exitoína*, sobre la farándula argentina.

De esta manera, se puede observar que este *holding* mediático, propietario de medios de comunicación gráficos, audiovisuales y radiales, trabaja tanto a nivel nacional e internacional. Abarca un gran público y brinda a cada segmento un producto particular, primando las dedicadas a la farándula y al público femenino. En ese marco, reproduce identidades genéricas que asocian a lo femenino con roles tradicionales, en donde las tareas

⁴⁷ Desde sus inicios hasta la actualidad, la planta industrial donde funciona Perfil se encuentra ubicada en el barrio de Barracas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA). En octubre de 2015 la editorial inauguró la nueva sede con un moderno edificio en el mismo predio donde funciona su planta impresora.

⁴⁸ Produce cerca de 50 revistas en todo el mundo, donde explota el segmento de información general, espectáculos y productos enfocados en la mujer. En Brasil, segundo país donde desarrolla su actividad con una gran cantidad de producciones, edita las revistas y portales web *Caras* y *Contigo*, dedicadas a la farándula; *AnaMaria*, *Manequim* y *Máxima*, con información de moda, belleza, decoración y recetas para el público femenino; *Aventuras na história*, dedicada a la historia; *Rolling Stone*, con contenido sobre música, cine y tv; *Atrevida*, destinada al público adolescente; *Bons Fluidos* y *Viva Saúde*, con consejos para mantener una vida saludable; *Cine buzz* y *Hollywoodforever.tv*, dedicada al cine y a las personalidades de esa industria; *Mais novela*, *Minha novela*, *Tititi* y *Márcia Piovosan*, con noticias sobre la televisión y sus celebridades; *Perfil Brasil*, con información sobre política, economía y noticias internacionales; *Recreio*, destinada a niños y al público juvenil y *Sport Buzz*, la cual presenta noticias deportivas.

de cuidado, como la maternidad, la cocina y la mantención del hogar, y la preocupación por lo estético y la belleza recaen sobre las mujeres (Uzín, 2013). A partir de ello, se puede sostener que Editorial Perfil atribuye valores y roles a las mujeres, asociados al ámbito de lo doméstico y lo privado.

3.1.1 Noticias a lo largo de los gobiernos

Noticias es la continuación de La Semana, revista de Perfil dedicada al espectáculo y a la información general, nacida en 1977, a meses de iniciado el golpe cívico militar en Argentina ejecutado por las Fuerzas Armadas y los sectores civiles (1976-1983)⁴⁹. Durante esos años mostró en diversas ocasiones una tendencia colaboracionista con la Dictadura Militar, descalificando denuncias sobre la ESMA y publicando editoriales apoyando al régimen (Borrelli, 2010). La línea editorial de esta revista sobre el final se distanció de los militares, siendo clausurada, medida que luego fue revocada en la justicia.

En 1983, Jorge Fontevicchia emigra a Estados Unidos para luego ir a Brasil y expandir la editorial. Al volver a Argentina en 1989, el empresario y periodista transforma La Semana en el *newsmagazine* Noticias⁵⁰.

Desde el comienzo, la publicación encontró un éxito que la llevaría a subsistir hasta la actualidad por su tratamiento periodístico centrado en la investigación, el análisis, la interpretación y por su calidad en cuanto a la gráfica. Con el tiempo se fueron sumando

⁴⁹ El golpe de Estado buscó instaurar un proyecto político, social y económico en beneficio de los sectores dominantes y de subordinación de los sectores populares, la imposición de un plan económico neoliberal basado en la apertura de la economía y la desregulación de los mercados. La política económica de Martínez de Hoz fue el mayor intento de transformar radicalmente la estructura económica y social de la Argentina, modificar sus relaciones sociales y terminar con las causas que provocan las “crisis y el desorden”, para así restablecer relaciones de dominación permanentes e irreversibles, por intermedio de la represión ilegal y clandestina. Consideraban que no podían neutralizar la conflictividad obrera industrial. Para ello, necesitaron ejercer el control irrestricto del Estado. El endeudamiento externo fue otro de los ejes y sus consecuencias determinaron la estructura económica del país hasta 2003. Se instauró así un nuevo régimen de acumulación de capital, asentado en la valorización de la actividad financiera y el desplazamiento de la producción industrial del centro de la economía (Piñero, 2011).

⁵⁰ Su ejemplar inaugural coincidió con la caída del muro de Berlín, por lo que su director se comunicó con el embajador de Alemania Oriental para comprarle parte del muro, cuyos trozos fueron regalados con la primera edición, como símbolo de libertad.

anunciantes que descubrieron en la revista un medio para publicitar sus productos y servicios. Esto le permitió a Noticias construir un sistema económico autosustentable.

Durante el gobierno de Carlos Menem (1989-1999)⁵¹, la familia presidencial llevó a juicio a Fontevecchia a causa de sus publicaciones. En 1997, la escalada de violencia llegó a su punto más álgido con el asesinato del fotógrafo José Luis Cabezas⁵², como represalia por su participación en la investigación periodística de la revista Noticias sobre Alfredo Yabrán, empresario argentino acusado de corrupción, con profunda vinculación con los



Fuente: Revista Noticias (archivo)

gobiernos de Menem.

Si bien la revista asumió una actitud de crítica a la cultura y a las prácticas políticas del menemismo, no fue así con las medidas estructurales que el gobierno implementó desde que asumió en 1989. “Las críticas de Noticias (...) se centraron más en el estilo de gobierno y en casos de corrupción que en las políticas públicas centrales” (Ruiz Guñazú en González, 2000, p. 93).

Durante esta época, Noticias publicó una serie de portadas que despertaron una gran polémica en el ambiente político,

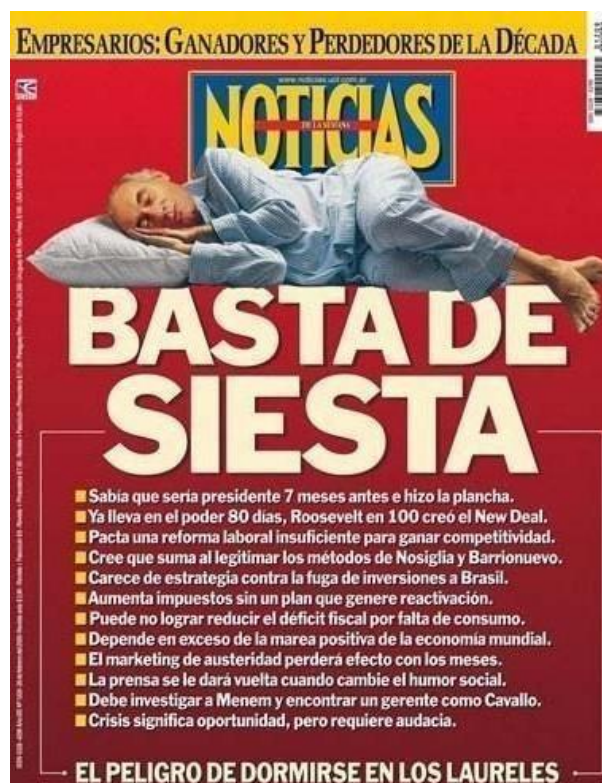
⁵¹ El gobierno de Carlos Menem aplicó un modelo de corte neoliberal que introdujo una serie de reformas como la reducción de cupos, aranceles y prohibiciones a las importaciones, la libertad de precios, la privatización de numerosas empresas estatales y el endeudamiento externo. Durante esta época, se sancionó la Ley de Convertibilidad Monetaria, plan diseñado por el ministro Domingo Cavallo que consistía en igualar el valor del peso con el del dólar estadounidense. Todo esto provocó una recesión económica debido al crecimiento del desempleo, crisis acompañada por diversas polémicas y numerosos casos de corrupción. Durante este gobierno también se aplicó lo que por entonces se llamó una “política de pacificación y reconciliación nacional”, a través de la cual se indultó a ex comandantes y a otros 220 militares de la última dictadura cívico-militar condenados por delitos de lesa humanidad.

⁵² Las repercusiones por el asesinato de Cabezas provocaron cambios en la policía bonaerense, en el gabinete del entonces presidente Menem y en homenaje a él la Ley N° 24.876, promulgada ese mismo año, estableció que el 25 de enero se considere el Día Nacional del Reportero Gráfico, convirtiéndose así en el mayor emblema de la lucha de la prensa argentina en pos de la libertad de expresión, no sólo para la revista sino para toda la sociedad.

enfocadas en la vida sentimental y familiar del presidente. La primera fue publicada en el primer año de la revista, triplicó las ventas y el título era “Reina, pero no gobierna” (22/07/90) y se completaba con el siguiente texto: “María Julia y su ‘romance’ con el presidente”. En 1995, una vez más la revista despertó controversias ya que publicó una nota que se titulaba “La otra familia de Menem” (12/11/95), en la portada se veía una fotografía del presidente sosteniendo a su hijo no reconocido y a su lado Martha Meza, diputada nacional (Muttoni, 2015).

En este tratamiento mediático se puede ver que, desde su comienzo, la revista produce una gramática discursiva en torno a la política, haciendo foco en la figura presidencial, presentando noticias sensacionalistas con el fin de provocar asombro o escándalo. De este modo, Noticias elabora una espectacularización de los acontecimientos, desplazando la atención de las políticas públicas a la vida doméstica y familiar del presidente, en tiempos anteriores reservado al espacio privado, y a los negociados desplegados dentro del espacio político.

Durante el gobierno presidencial de Fernando De La Rúa (1999-2001)⁵³ la portada de Noticias que más polémica causó fue “Basta de siesta” (26/02/00), la cual mostraba al presidente durmiendo y



Fuente: Revista Noticias (archivo)

⁵³ Fernando De la Rúa ingresó al poder, con el propósito de “ajustar” ciertas medidas políticas, económicas y sociales del gobierno de Menem. Rápidamente las distintas políticas de acción se volvieron inviables. La situación del país empeoró visiblemente en 2001, agravándose la crisis económica y social cuando el ministro Domingo Cavallo decidió decretar el “estado de excepción monetario”, medida más conocida como “Corralito” provocando un estallido social generalizado, con manifestaciones, bloqueos de rutas y calles, ataques a bancos y saqueos. Todos estos factores desembocaron en dos fenómenos que se potenciaron mutuamente: una crisis político institucional y la crisis en las calles. De la Rúa anunció el Estado de sitio e inmediatamente miles de personas salieron a protestar, esto produjo la represión por las fuerzas de seguridad dejando heridos y víctimas fatales en distintos puntos del país. Esa tarde presentó su renuncia a la presidencia, abriendo un período de dos semanas de alta inestabilidad política y caos social.

criticaba su “estilo pasivo” (la cual fue respondida en un discurso presidencial). A su vez, la revista puso el foco en los familiares directos del jefe de Estado a través de una serie de investigaciones sobre irregularidades estatales. Un ejemplo de ello es la edición que llevaba el título “Las minas del rey Fernando” (17/07/00) y denunciaba la relación que establecía una inversión minera con Abra de Mina S.A., empresa de la familia presidencial (Muttoni, 2016).

A partir de esto, se puede identificar que uno de los tópicos comunes de las portadas en cuanto a la construcción de acontecimientos políticos es la corrupción dentro de los gobiernos presidenciales, poniendo el foco en el enriquecimiento de los mandatarios y sus allegados directos. De este modo, la revista construyó su estilo crítico poniendo en primera plana los casos de corrupción. Sin embargo, en el gobierno De La Rúa se cuestionó su rol político, vaticinando la crisis política-económica que se venía, criticando su falta de acción.

Con la llegada de Néstor Kirchner a la presidencia (2003-2007)⁵⁴, la revista continuó con su tradición de seguir de cerca la evolución patrimonial de la familia presidencial, dedicándole algunas tapas al tema como se ve en las tituladas “El acusado del lavado de dinero que maneja la plata de Kirchner” (11/09/04) y “¿El testaferro de Kirchner?” (03/02/07).

Asimismo, varias de sus portadas denunciaron el “carácter autoritario” del gobierno, retratando a Kirchner como una persona codiciosa de poder y dinero, como en “Informe psicológico de Néstor Kirchner” (29/08/09) y “La codicia Kirchner” (06/02/10) y comparándolo con el Nazismo por “restringir la libertad de expresión y perseguir a quienes lo critican”, como se ve en las tituladas “El peligro de un jefe supremo” (03/12/05) y “Fachoprogresismo” (24/04/10).

⁵⁴ La estrategia económica, social y política de Néstor Kirchner consistió en desarrollar un proceso de crecimiento económico y social basados en objetivos como la recuperación y el fortalecimiento del Estado nacional, la construcción de una economía de producción y trabajo, la inclusión social y el desarrollo del mercado interno dentro del marco de la integración regional y la globalización. Una de las primeras iniciativas de política económica adoptadas fue la de negociar con el FMI para el desendeudamiento externo y otra la estatización de muchas empresas que habían sido privatizadas en los gobiernos anteriores. Por último, cabe destacar la política de reparación histórica en materia de derechos humanos, la reestructuración de la Corte Suprema de Justicia y la depuración de los altos mandos de las Fuerzas Armadas.



Fuente: Revista Noticias (archivo)

A su vez, Noticias puso el foco en la alianza que tejió el gobierno con el grupo Clarín⁵⁵, *holding* mediático más grande del país, competidor directo de Editorial Perfil. Este vínculo se forjó a través de la concesión de licencias y diversos beneficios a cambio de apoyo, como se aprecia en las tituladas “Oficialitis” (21/06/03) y “El Pacto Kirchner-Clarín” (29/02/08)

Por otra parte, desde el inicio de la presidencia de Kirchner la editorial Perfil se enfrentó al gobierno por la distribución de la pauta oficial tanto a nivel periodístico como en la justicia (Muttoni,

2015). En 2006 la editorial presentó un amparo contra el Poder Ejecutivo por su exclusión en el reparto de la pauta, la cual fue rechazada en primera instancia. En 2009 Perfil apela a la sentencia, fallando finalmente a su favor. Sin embargo, durante esos años el Estado Nacional incumplió la sentencia, debiendo pagar una multa en 2012 por ello.

Este enfrentamiento continuó durante los mandatos presidenciales de Cristina Fernández (2007-2015), esposa del expresidente Néstor Kirchner, dedicándole la revista cientos de tapas. Debido al tratamiento realizado, muchas de las portadas fueron repudiadas en diversas ocasiones. Organizaciones, colectivos, áreas institucionales de género y diversidad, figuras públicas y hasta Fernández en su libro *Sinceramente* (2019) se han

⁵⁵ Clarín S.A. es el grupo empresario de medios de comunicación más grande de la Argentina. Este grupo fue fundado oficialmente en el año 1999 por Ernestina Herrera de Noble y su director ejecutivo es Héctor Magnetto. Engloba entre otros medios al diario Clarín (producto fundacional), la empresa Artear, que opera y comercializa la cadena de televisión El Trece, el canal de actualidad Todo Noticias y decenas de empresas como editoriales, emisoras de radio y televisión, productoras de televisión, proveedores de Internet, telecomunicaciones, imprentas gráficas, correo tradicional y servicios de tercerización. Con una facturación anual ubicada en torno a los 2.500 millones de dólares, Clarín se ubica en el podio de los grupos de medios latinoamericanos (Becerra y Mastrini, 2017).

expresado en múltiples ocasiones por la violencia mediática que ejerció la revista en su contra.



Fuente: Revista Noticias (archivo)

Las portadas que causaron mayor rechazo fueron “El goce de Cristina” (07/09/12), donde se la ve en situación de exaltación sexual; “La reina está desnuda” (27/12/13), en la que a través de un fotomontaje se la muestra sin ropa; “El PACTO para que Cristina no vuelva nunca más” (09/12/15), donde es quemada en la hoguera y “Los Cristinos: Alberto Fernández y Sergio Massa” (17/06/19), en la que se muestra a Fernández amamantando a sus compañeros de fórmula.

La construcción que hace la editorial sobre la mandataria está asociada a los

atributos que se consideran negativos para el estereotipo femenino clásico, contribuyendo a la representación de una mujer pasional, irracional y erotizada, valores que a su vez entran en contradicción con los discursos hegemónicos asociados al liderazgo político (Pérez y Aymá, 2017).

Asimismo, cuando se presenta a Fernández en una situación “maternal”, las relaciones que establece con los lactantes son configuradas de manera conflictiva y conveniente, contribuyendo de este modo al arquetipo femenino negativo por su mal desempeño en tanto cuidadora. A partir de estos sentidos construidos, la revista sostiene que Fernández es defenestrada por sus pares, hecho que la lleva a la hoguera⁵⁶, con el fin de expulsarla del espacio político.

⁵⁶ Federici (2004) explica que “las hogueras en las que las brujas y otros practicantes de la magia murieron, y las cámaras en las que se ejecutaron sus torturas, fueron un laboratorio donde tomó forma y sentido la disciplina social” (p. 198). La autora explica que este proceso fue llevado a cabo durante la caza de brujas para el establecimiento del capitalismo y el Estado moderno.

Durante el gobierno de Mauricio Macri (2015-2019), la editorial Perfil pudo crecer gracias al aumento de la pauta oficial y a la concesión de licencias que le permitió explotar señales de TV y radio.

Por su parte, la revista Noticias continuó con su estilo, poniendo el foco en la familia presidencial, dedicando algunas tapas a las relaciones del “clan”, como por ejemplo en las tituladas “La hermana desconocida de Macri” (17/05/19) y “La mamá de Macri rompe el silencio” (22/02/19). Asimismo puso en portada las negociaciones ocultas de las empresas familiares con el Estado, como se puede



Fuente: Revista Noticias (archivo)

ver en “El último regalo al primo Ángel” (09/11/18), y trató las internas del partido, como se ve en “Miedo a perder” (29/03/19) y “La hora de la traición” (18/10/19).

Más allá de repetir su estilo crítico con los casos de corrupción y tratando las cuestiones familiares de manera conflictiva, en las portadas dedicadas a Macri se puede ver una construcción discursiva que muestra al mandatario controlando la situación de manera transparente, aun cuando la situación se complica dentro del partido (Aymá, 2020).

A partir de lo expuesto sobre Noticias se puede sostener que esta publicación de contenido político buscó a lo largo de su historia posicionarse como una revista provocadora, poniendo en portada los casos y los escándalos de corrupción de las diferentes presidencias, con el fin de llamar la atención causando indignación. Con portadas de alto impacto puso el foco en las figuras principales de la política, construyendo un ideal de liderazgo político, en donde las cuestiones familiares entran de manera conflictiva, al igual que el enriquecimiento ilícito y el exceso o la falta de poder.

En cuanto a su gramática discursiva, se puede reconocer en la producción de Noticias el desacople existente entre el espacio público y la esfera política, constituyendo los tópicos de la revista cuestiones alejadas de las decisiones de la vida colectiva, apoyada en el sensacionalismo de los escándalos familiares y los casos de corrupción. Con ello, se debilita la politicidad de la sociedad, soslayando la tarea pública que desarrollan los gobernantes durante sus mandatos y conservando la confidencialidad en los asuntos de Estado.

De esta manera, la revista construyó e hizo circular acontecimientos políticos asociados a las figuras presidenciales, discursos que se encuentran condicionados por los vínculos que se establecieron entre la editorial y los diferentes gobiernos. A partir de esto, se puede ver que la relación del semanario con las distintas presidencias fue variando en distintos grados. Se puede señalar que en los últimos años los vínculos más tensos fueron los que se tendieron con los expresidentes Néstor Kirchner y Cristina Fernández. Mientras que con Mauricio Macri se vio suavizado por la misma relación del medio con el gobierno.

3.2 Mujeres líderes en la esfera política

Para comprender de manera más acabada el problema planteado, el siguiente apartado aborda los mandatos políticos de Cristina Fernández y María Eugenia Vidal, con el objetivo de entender cómo sus gobiernos funcionan como condicionantes en la producción discursiva de la revista Noticias.

La descripción de los mandatos plantea así algunas cuestiones dentro del vasto campo, temas que se consideran importantes para el problema de investigación: política económica y política social, para comprender a grandes rasgos cómo el gobierno aborda las cuestiones colectivas más relevantes; política en medios y comunicación, con el propósito de identificar la relación establecida entre el Estado y los medios de comunicación más importante durante los mandatos; y, política en derechos humanos relacionada a cuestiones de género, para ubicar a nivel contextual la nueva sensibilidad que instala la acción colectiva Ni Una Menos.

3.2.1 Cristina Fernández, segunda mujer en llegar a la presidencia

Luego de la crisis económica, social y política de Argentina en 2001-2002, en 2003 comienza a cambiar el escenario con la aparición de un movimiento político de orientación peronista. Por doce años consecutivos, el partido Frente para la Victoria (FPV) transformó la vida política, social y cambió el rumbo del país bajo el denominado Kirchnerismo, el cual reúne los gobiernos presidenciales de Néstor Kirchner (2003-2007) y de su esposa Cristina Fernández (2007-2015).

El 28 de octubre de 2007, Cristina Fernández gana las elecciones presidenciales junto a su compañero de fórmula⁵⁷ Julio Cobos⁵⁸, con el partido FPV. De este modo, asumió como presidenta de la Nación Argentina el 10 de diciembre de ese mismo año, convirtiéndose así en la segunda mujer en ocupar este puesto⁵⁹.

En marzo de 2008, a tres de meses de haber asumido, el nuevo gobierno nacional adoptó una medida de expansión fiscal que causó un gran conflicto con el sector agropecuario: promulgó la Resolución N° 125, la cual modificaba con criterios variables las alícuotas ya existentes de retención impositiva a las exportaciones de los principales productos agrícolas (Castellani y Pucciarelli, 2017).

⁵⁷ Fernández encabezó la fórmula de un gobierno de coalición compuesto por personas de dos partidos políticos diferentes, Fernández como representante del FPV, de origen justicialista, y Julio Cobos, de origen Radical. Esto le permitió, especialmente durante su campaña electoral, capitalizar una imagen política conciliadora y la idea de un espacio superador “más amplio” de distinta pertenencia partidaria con un solo objetivo: cumplir con el mandato popular (Maizels, 2017).

⁵⁸ Julio César Cleto Cobos es un ingeniero civil y político radical, nacido en Mendoza en 1955. Ejerció como gobernador de la provincia de Mendoza (2003-2007), vicepresidente de la Nación Argentina (2007-2011), senador de la Nación (2015-2021) y diputado de la Nación (desde el 2021).

Durante su cargo como vicepresidente de la Nación, tuvo un papel clave en la votación en el Senado respecto a la modificación de las retenciones a las exportaciones del sector agropecuario. En su rol como presidente de la cámara alta debió desempatar, votando en contra de la sanción de dicha Ley, en forma opuesta a la postura sostenida por el partido gobernante y a pesar de haberse manifestado anteriormente a favor de las retenciones móviles. De esta manera, favoreció al triunfo parlamentario de la corporación agromediática.

⁵⁹ La primera mujer en convertirse en presidenta de la Nación Argentina, y la primera mujer en el mundo en ocupar este cargo, fue María Estela Martínez de Perón (“Isabel”), quien anteriormente ejercía como vicepresidenta (1973-1974). Tras la muerte de Juan Domingo Perón, compañero de fórmula y esposo, el 1 de julio de 1974 asumió como presidenta. Fue depuesta el 24 de marzo de 1976 por la dictadura cívico-militar que tomó el poder.

Por este motivo, durante cuatro meses se realizaron protestas patronales de productores agropecuarios, con bloqueos de rutas en varios puntos del país, provocando el desabastecimiento de varias ciudades. Esta crisis desembocó en la presentación de un proyecto de ley, la cual fue derogada en el Senado, definiendo la situación el vicepresidente Julio Cobos con su voto “no positivo”, dejando en evidencia la fractura interna del bloque gubernamental. En este contexto, el Grupo Clarín y el diario La Nación mantuvieron una línea editorial crítica contra Cristina Fernández, tomando abiertamente partido por los sectores opuestos al gobierno.

A su vez, en pleno conflicto agrario en abril de 2008, el gobierno anunció que promovería una nueva Ley de Medios, la cual fue aprobada en octubre de 2009. A partir de la Resolución 125 y la Ley de Medios, se fue consolidando una corporación agromediática que entró en confrontación con el gobierno nacional; disputa jurídica y periodística que marcaría y abriría paso a un clima de creciente conflictividad presente durante los dos mandatos (Castellani y Pucciarelli, 2017).

El conflicto expuesto revolucionó las alianzas con actores sociales y económicos que había sostenido el kirchnerismo desde 2003, suscitando un fuerte rechazo por parte del mundo empresarial y de un amplio arco de la oposición política y ciudadana. Este sector vio en las nuevas medidas gubernamentales un nuevo indicio de avance estatal sobre las actividades privadas, agrupándose para defender el derecho a la propiedad, al trabajo y a la acumulación de los frutos obtenidos por su iniciativa y esfuerzo individual.

De este modo, el conflicto es caracterizado por Pucciarelli (2017) como el momento fundacional de dos proyectos prehegemónicos: uno republicano, conservador, institucionalista, productivista, y neoliberal; y otro nacional, popular, desarrollista, distribucionista y democrático. Ambos lucharon por la supremacía de diferentes regímenes de hegemonía, conformando bloques sociales. Por un lado, se encontraba el movimiento nacional kirchnerista, en el Poder Ejecutivo; por el otro, una especie de nueva oposición, encabezada por un conglomerado social y político nucleado por una corporación agromediática en proceso de construcción, con poder corporativo.

Por su parte, la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual⁶⁰ estableció un límite a la cantidad de medios que podían quedar en manos de una empresa y repartía por tercios la adjudicación de las licencias para la explotación comercial, para el sector público y las organizaciones sin fines de lucro.

Esta nueva Ley, junto a otras medidas complementarias⁶¹, procuraron alterar la estructura del sector. Sin embargo, los indicadores de concentración se mantuvieron estables, manteniéndose el grupo Clarín, a través de una gran cantidad de medidas cautelares, como actor dominante en el mercado de medios argentinos (Becerra y Mastrini, 2017).

En cuanto a las políticas sociales del primer gobierno del FPV se destaca la reestatización de las Administradoras de Fondos de Jubilaciones y Pensiones (AFJP)⁶² y la implementación por ley de la movilidad jubilatoria aprobada en 2009. A su vez, ese mismo año se creó por decreto la Asignación Universal por Hijo (AUH)⁶³, la cual consiste en una asignación monetaria a las personas con hijos/as menores de 18 años o con discapacidad. Además, en abril de 2010 se puso en marcha el Plan Conectar Igualdad, para que alumnos y docentes de escuelas públicas de todo el país contaran con una netbook que les permita acceder al mundo digital del conocimiento.

⁶⁰ La Ley N° 26.522 estableció órganos colegiados de aplicación de la ley. Además, definió mecanismos por los cuales el Estado debe apoyar la sustentabilidad de los medios sin fines de lucro y de pueblos originarios. Estableció también que todos los medios deben emitir una cuota de al menos el 30% de contenidos producidos en la localidad en que ese medio transmite, lo cual implica mayor presencia de voces locales y más posibilidades de trabajo para periodistas, cineastas y locutores en esos lugares.

⁶¹ En el gobierno del FPV se sancionaron otros marcos regulatorios en materia de comunicación además de Ley de Medios: el lanzamiento del programa Fútbol para Todos (20-08-09), el envío al Congreso del proyecto de ley para suprimir la figura de calumnias e injurias (11-09-11) y el juicio por Papel Prensa que concluyó en la declaración de interés público de la pasta celulosa (2010-2011). Entre las medidas también destacadas se encuentra el otorgamiento de autorizaciones para el funcionamiento de más de cincuenta medios de pueblos originarios. Se transfirieron, vía los Fondos de Fomento Concursable (FOMECA) que generaba el Estado Nacional, recursos económicos a medios comunitarios y de pueblos originarios para la compra de equipamiento tecnológico, la producción en radio y TV, la formación de sus trabajadores y el fortalecimiento de los procesos de gestión. Se invirtió en el sistema de medios públicos estatales con la creación de estaciones de Radio Nacional y de medios en las universidades públicas, la contratación de personal calificado y la renovación de equipos en Canal 7 y en las radios del Estado, se crearon el Canal Encuentro, DeporTV y PakaPaka. Se destinaron recursos al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y al Instituto Nacional de la Música para fomentar la producción artística nacional.

⁶² Poco tiempo después se concretó la reabsorción de las AFJP por parte de la Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSES).

⁶³ La AUH fue instrumentada por el ANSES y consistió en una política social muy significativa con más de tres millones de beneficiarios, ya que supuso una transferencia de recursos a sectores con poca propensión a consumir, fortaleciendo así el mercado interno (Castellani y Pucciarelli, 2017).

En cuestiones de género se dieron valiosos pasos, pero no sin conflictos. En 2008 se sancionó la Ley N° 26.364 de Prevención y Sanción de la Trata de Personas y Asistencia a sus Víctimas⁶⁴ y en 2009 la Ley N° 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los Ámbitos en que Desarrollen sus Relaciones Interpersonales. También se sancionó en 2010 la Ley N° 26.618 de Matrimonio Igualitario, iniciativa que ubicó a Argentina en la vanguardia al ser el primer país en Latinoamérica en reconocer este derecho.

En cuanto a las políticas implementadas en economía, el primer gobierno del FPV tomó la decisión de recuperar empresas públicas como los talleres navales Tandano (2007), Aerolíneas Argentinas (2008), Fábrica Militar de Aviones de Córdoba (2009) y la nacionalización del 51% de las acciones de la petrolera YPF. También se consolidó la integración regional con los países de América Latina con la participación sostenida y activa en las cumbres del Mercosur⁶⁵ y se sumaron espacios como la Unión de Naciones Suramericanas (Unasur), conformada en 2008 como organismo de cooperación por doce países de la región.

Durante el último año del primer mandato de Cristina Fernández, y tras el fallecimiento de su esposo Néstor Kirchner el cual provocó un luto de tres años por parte de la presidenta, se reconstruyó el consenso original y los apoyos sociales necesarios se reflejaron en los resultados de la elección presidencial de 2011, con un Frente para la Victoria cuya fórmula obtuvo un 54% en la primera vuelta.

⁶⁴ La Ley Antitrata sancionada en 2008 fue desde su sanción un objeto polémico. Daich y Varela (2014) explican que:

Más allá de cualquier evaluación concreta de los procesos judiciales que la ley permitió llevar adelante, las organizaciones antitrata reclamaron inmediatamente su modificación. Importaba, para estas organizaciones, eliminar los medios comisivos equiparando la situación de las víctimas mayores y menores y lograr la inclusión de la expresión ‘aun con su consentimiento’ en el texto de la ley. Ahora bien, estos reclamos no responden, en rigor, a cuestiones de carácter práctico o jurídico sino que se vinculan más profundamente con posicionamientos ideológicos en lo relativo al estatuto de la prostitución. Así, la expresión propugnada por estas organizaciones (‘aun con el consentimiento’) remite a una perspectiva en la cual la prostitución es considerada una forma de violencia contra las mujeres y que, por ende, no admite lugar alguno para que una mujer mayor de edad migre voluntariamente a los fines de insertarse en el mercado del sexo. El debate político y simbólico –no explicitado todas las veces– radicada en la consagración de la perspectiva abolicionista en la nueva legislación, dando así por tierra con cualquier ‘hendidura’ que permitiera suponer una distinción entre prostitución forzada y libre. (p. 73)

⁶⁵ El Mercado Común del Sur es un proceso de integración regional fundado en 1991 por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay.

La agenda económica del segundo mandato estuvo marcada por el tema energético. En abril de 2012 el gobierno, en una de sus medidas más significativas, estatizó por ley a YPF, la principal empresa petrolera del país que había sido privatizada en 1999. En ese mismo año se reformó la carta orgánica del Banco Central (BCRA), que en la práctica se tradujo al aumento del financiamiento a las pymes y amplió las posibilidades de que el tesoro se financiara con la emisión monetaria (Castellani y Pucciarelli, 2017).

En cuestiones sociales, se introdujeron otras medidas de importancia como el programa Crédito Argentino (Procrear) en 2012, destinado a familias no propietarias, con el objetivo de construir 400.000 viviendas. También se impulsaron varios programas, entre ellos acuerdos de precios (Precios Cuidados) en 2013, plan de financiación del consumo masivo (Ahora 12) en 2014, programa de crédito automotriz (Procreauto) en 2014 y de estímulos monetarios para incentivar que jóvenes de entre 18 y 24 años avancen en sus estudios (Progresar) en 2014. Todo esto provocó que la economía crezca con moderación, impulsada por el gasto público y el consumo privado, beneficiado por un nuevo ciclo de recomposición salarial y de inversión, con el impulso de la obra pública que reactivó la industria de la construcción.

Dentro del vasto espectro de decisiones legislativas orientadas al género, en 2012 se sancionó la Ley N° 26.743 de Identidad de Género, la cual posibilitó que personas transexuales pudieran elegir su nombre y género. En este mismo año, se incorporó la figura del femicidio por la Ley N° 26.791⁶⁶ y en 2013 se sancionó la Ley N° 26.844, la cual crea un régimen especial de contrato de trabajo para el personal de casas particulares, conocida como la Ley de Servicio Doméstico, que protege, revaloriza y empodera a un grupo en su mayoría compuesto por mujeres trabajadoras que se encontraba en una situación de precarización laboral.

En resumen, Cristina Fernández como presidenta de la República Argentina y a través de sus dos gobiernos sostuvo como motor de desarrollo la inclusión social para el fortalecimiento y la ampliación del mercado interno, impulsando la demanda agregada vía

⁶⁶ En esta misma línea, cabe destacar también la Ley N° 26.738, la cual sustituye el art. 132 del Código Penal y establece que, en los delitos contra la integridad sexual, la víctima puede instar el ejercicio de la acción penal pública con el asesoramiento o representación de instituciones oficiales o privadas sin fines de lucro de protección o ayuda a las víctimas.

el gasto público, fortaleciendo de esta manera la capacidad de consumo popular aun a costa de mantener altas tasas de emisión y de inflación. Sus gobiernos impulsaron un proceso de recuperación del papel del Estado tanto en lo económico como en lo social, transformando sus matrices de bienestar, de derechos y de articulación internacional (García Delgado y Gradin, 2016). Asimismo, su política comunicacional y fiscal generó un fuerte enfrentamiento con las corporaciones mediáticas (principalmente con el grupo Clarín) y agroindustriales más importantes del país, estableciéndose una fuerte disputa jurídica y periodística, a la cual se sumaron distintos sectores de la ciudadanía y un amplio arco de la oposición política.

3.2.2 María Eugenia Vidal, primera mujer gobernadora de la provincia de Buenos Aires

Las elecciones del año 2015 permitieron a la alianza Cambiemos⁶⁷ acceder al poder político, cambiando el rumbo del país luego de un largo predominio del peronismo kirchnerista. El gobierno encabezado por Mauricio Macri a nivel nacional y con María Eugenia Vidal en la provincia de Buenos Aires formó parte del giro a la derecha que se vivió a nivel regional, abriendo paso de esta manera a una nueva forma de neoliberalismo en Sudamérica (Vommaro y Gené, 2017).

Esta nueva derecha contó con la particularidad de ingresar al poder por vías democráticas, sin alianza con gobiernos dictatoriales y con gran apoyo popular. A nivel nacional se trató del primer triunfo de un candidato que no pertenecía ni al Partido Justicialista ni a la Unión Cívica Radical, y en la Provincia de Buenos Aires se trató del primer triunfo electoral de una mujer.

⁶⁷ Cambiemos está compuesta por el partido Propuesta Republicana (PRO), la Coalición Cívica ARI y la Unión Cívica Radical (UCR), entre otras fuerzas políticas. El socio fundamental que permitió que el partido tenga anclaje territorial fue el radicalismo; sin embargo, el núcleo duro del gobierno en los puestos y espacios de toma de decisiones fue liderado por el PRO, fuerza que posicionó a sus candidatos en las elecciones de 2015.

María Eugenia Vidal accedió por el periodo 2015-2019 a la gobernación de la provincia más poblada del país a través de su militancia en el PRO⁶⁸. Se impuso en las elecciones generales ante el candidato del Frente para la Victoria, Aníbal Fernández⁶⁹, consagrando la campaña política llevada a cabo por el asesor de imagen Jaime Durán Barba⁷⁰, quien actualmente es columnista en Diario Perfil, periódico perteneciente a la misma empresa que la revista Noticias.

Desde su constitución, el gobierno de Cambiemos estableció una relación profundamente antagónica con el kirchnerismo, defendiendo un rumbo radicalmente distinto. “Es en la polarización con el kirchnerismo que el nuevo gobierno obtiene sus mayores réditos en términos de comunicación política y de apoyos ciudadanos” (Vommaro y Gené, 2017, p. 251). La coalición tomó la agenda republicana disponible que había abandonado el kirchnerismo durante su último mandato y se centró en denunciar la corrupción gubernamental del periodo anterior y en defender una visión liberal-republicana del funcionamiento de las instituciones del Estado (Vommaro y Gené, 2017).

A nivel cultural, Cambiemos construyó un imaginario sustentado en el emprendedurismo, la meritocracia y el individualismo (García Delgado y Gradín, 2016). En este marco, el Estado pasa a ser una plataforma para hacer negocios ya que “la racionalidad neoliberal concibe a cada ser humano, cada institución, incluyendo al Estado constitucional, en base al modelo empresarial” (Wendy Brown en García Delgado y Gradín, 2016, p. 59).

⁶⁸En cuanto al PRO, fuerza que la impulsó como líder política, se puede caracterizar como un partido de centro-derecha cercano a la tradición liberal-conservadora y al paradigma neoliberal, que se situó y se sitúa discursivamente por fuera de los clivajes (izquierda/derecha, peronismo/radicalismo) (Filippelli, 2018). Nació tras la crisis del 2001 y 2002, y está compuesto por empresarios y personas que se incorporaron desde las ONGs y desde partidos políticos de estructuras tradicionales.

⁶⁹Anibal Fernández nació en la Ciudad de Buenos Aires en el año 1957. Es un político, contador público y abogado, afiliado y militante del Partido Justicialista. Se desempeñó como Intendente de Quilmes (1991-1995), Funcionario provincial (1997-2001), Ministro nacional (2002-2011), Senador nacional (2011-2014), Jefe de Gabinete y candidato a gobernador de la provincia de Buenos Aires (2015), Interventor de Yacimientos Carboníferos Río Turbio (2020-2021) y Ministro nacional nuevamente (2021-actualidad).

⁷⁰Jaime Rolando Durán Barba nació en Ecuador en 1947. Es un consultor de imagen y asesor político. Ha publicado una decena de libros, entre los que se destacan: *Mujer, sexualidad, internet y política*; *Los nuevos electores latinoamericanos* y *El arte de ganar*, escritos con su socio y también consultor político Santiago Nieto. Desde el 2005 manejó las sucesivas campañas del dirigente Mauricio Macri. En 2011 su firma fue relacionada con una campaña sucia contra el candidato Filmus, contendiente de Macri en las elecciones para jefe de Gobierno.

Con un gran apoyo de los grupos mediáticos más importantes del país, Cambiemos accedió al poder e implementó “una política de apertura económica, promoción de las inversiones privadas y reducción de la intervención del Estado en la vida económica” (Vommaro y Gené, 2017, p. 235).

Unas de las primeras medidas llevadas a cabo por el gobierno de Cambiemos fue la modificación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual⁷¹, con la cual la bandera de la democratización fue rápidamente desechada y, en cambio, la preocupación central pasó a ser la modernización tecnológica y el incremento de la competencia de mercado como soluciones a la concentración mediática (Vommaro y Gené, 2017).

Estas modificaciones dejaron sin límites a la propiedad de licencias de televisión abierta, por cable y radio; extendió la duración, renovó las licencias y formalizó el permiso de transferencia de licencias entre operadores, algo que la Ley de Medios prohibía. Por último se promulgó una ley “convergente” que contempla la progresiva imbricación de Internet, el sector audiovisual y el de las telecomunicaciones.

De este modo, en su primer año el nuevo gobierno desplegó una contundente actividad en comunicaciones, beneficiando a los grandes conglomerados de medios a través de la desregularización y la pauta oficial. Facilitó con estas nuevas reglas de juego la concentración y el cruce entre las diferentes actividades infocomunicacionales, robusteciendo y acercándose a empresas como Editorial Perfil, foco de la presente investigación.

En cuanto a la política económica, para el gobierno de Cambiemos el motor de crecimiento va a estar puesto en el sector externo, agroexportador, de servicios y en la inversión extranjera directa, así como también en el endeudamiento internacional (García Delgado y Gradin, 2016). En esta línea, dentro de sus principales medidas se encuentran la liberación del tipo de cambio, la apertura de las importaciones, el aumento tarifario exponencial, la eliminación de las retenciones agropecuarias y mineras, la toma de deuda

⁷¹ Con la modificación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, se disolvieron los entes reguladores AFSCA (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual) y AFTIC (Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y la Comunicación). En reemplazo del AFSCA, se creó una nueva entidad reguladora, el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), que dejó sin representación a las minorías parlamentarias e implicó un mayor control del Poder Ejecutivo sobre el área.

externa, el blanqueo de capitales y la eliminación de la remisión de utilidades, entre otras (Vommaro y Gené, 2017).

La política económica de Cambiemos favoreció de esta manera a que se desarrolle “una transferencia fenomenal de ingresos de los sectores trabajadores medios a los sectores concentrados de la economía” (García Delgado y Gradin, 2016, p. 53). Esto a su vez “fue acompañado por un cambio drástico del rol del Estado a través de la reducción presupuestaria, el desfinanciamiento de programas sociales y productivos, la parálisis de la obra pública y la reducción del empleo público” (p. 53).

Este proyecto político con tonalidades refundacionales, sustentado en una visión de modernización gerencial del Estado y de desregulación económica controlada, tuvo que hacer frente a desequilibrios económicos y a pujas sociales causadas por el desempleo, los tarifazos y la inflación (Vommaro y Gené, 2017).

De esta manera, María Eugenia Vidal se posicionó como una líder política de tradición neoliberal, quien mantuvo un modelo que favoreció a la concentración del poder a través de la transferencia de recursos, reduciendo la presencia del Estado en la vida social. En cuanto a apoyo mediático, logró una gran adhesión de los medios de comunicación más grandes del país debido a la política comunicacional que implementó su partido, favoreciendo la concentración mediática.

A partir del recorrido propuesto, se pueden identificar dos mujeres líderes de partidos políticos con diferentes paradigmas en cuanto a políticas sociales, económicas y mediáticas. Ambos partidos han construido y mantenido valores, principios y programas distintos y hasta opuestos, guiando su acción política en diferentes direcciones. De esta manera, el Frente para la Victoria y Cambiemos se conforman como dos fuerzas políticas opositoras, generando una fuerte polarización en el reparto del poder y configurando en Argentina un sistema bipartidista, en donde otros partidos menores poseen una pequeña representación en la Cámara de Diputados y Senadores.

En cuanto al Frente para la Victoria, este partido se caracteriza por proclamar un marcado rechazo hacia el neoliberalismo y el libre comercio, defendiendo la intervención estatal en el mercado para la inclusión social vía el gasto público y la emisión monetaria,

aun a costa de generar déficit fiscal e inflación. Además, su doctrina se basó en fortalecer las relaciones con los países de Latinoamérica, defender los derechos humanos e implementar una serie de políticas de género y sexualidad. Con todo este programa nacional y popular ha tejido alianzas con organizaciones de base, generando por esto mismo una gran confrontación con los poderes concentrados, sobre todo con el agropecuario y el mediático.

Por otro lado, Cambiemos se posicionó como un partido de centro-derecha, cercano a la tradición liberal conservadora y al paradigma neoliberal, el cual redujo considerablemente la intervención del Estado, favoreciendo así la desregularización, la reducción del gasto público y la concentración. Contó con un gran apoyo de los grupos económicos, mediáticos y agroindustriales más poderosos del país por su política que facilitó la transferencia de recursos a los sectores más pudientes.

Partiendo de estas configuraciones políticas, la revista Noticias en tanto medio de comunicación construyó acontecimientos sobre Cristina Fernández y María Eugenia Vidal a través de discursos condicionados por los vínculos que tejió la editorial con los partidos en los cuales se encuentran adscritas. Estos discursos a su vez se encuentran caracterizados por una gramática marcada por la lógica de la seducción, movilizada por la intervención de los intereses privados en los asuntos de gobierno, provocando una espectacularización de la política y un debilitamiento de la politicidad de la sociedad, a través de la difusión de los escándalos familiares y los casos de corrupción.

3.3 Un colectivo femenino de protesta: Ni Una Menos

Para comprender cómo la acción colectiva Ni Una Menos (NUM) produce un cambio contextual en la sociedad y de esta manera responder al objetivo que guía la presente investigación, fue necesario abordar el movimiento, reconociendo su surgimiento y motivaciones, los cambios que produce y el discurso mediático en torno al fenómeno.

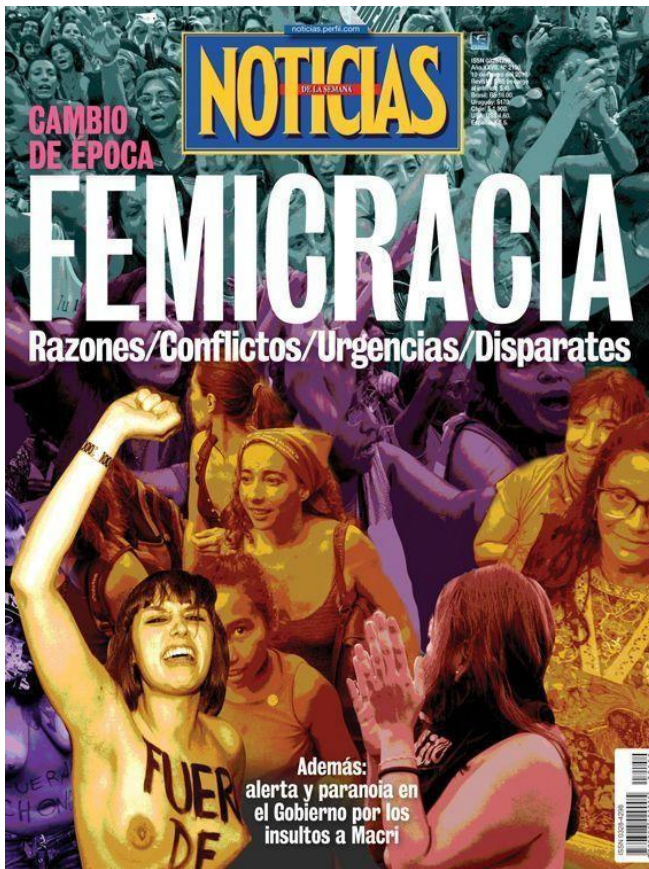
El NUM, junto a “Vivas nos queremos”, es una consigna que dio nombre a un movimiento social que tuvo lugar por primera vez en Argentina el 3 de junio de 2015⁷². En esta acción colectiva los “femicidios” y la “Violencia de Género” configuraron el campo conflictivo de la movilización, buscando visibilizar una problemática particular: los casos de mujeres y jóvenes asesinadas o violentadas por varones (Angelelli, 2018). El movimiento surgió en un contexto en el que la violencia de género en Argentina alcanzaba niveles alarmantes. La Ley de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, aprobada en 2009, fue un importante avance en la lucha contra esta problemática, pero esto no alcanzó para detener la escalada de femicidios y agresiones a mujeres.

La primera concentración reunió a cientos de miles de mujeres en todo el país a partir de una convocatoria iniciada en las redes sociales a causa del femicidio de la adolescente santafesina Chiara Páez, detonante por el cual las mujeres salieron a las calles. Desde esa fecha, cada 3 de junio se ha repetido la manifestación, expandiéndose hacia otros países y regiones del mundo.

La campaña fue posible gracias a la difusión de un grupo de mujeres periodistas, activistas, escritoras y artistas, entre otras, primero por redes sociales y dada la magnitud de participación ha logrado repercusión en los medios de comunicación tradicionales. De esta manera, el NUM ha conseguido instalar el concepto Violencia de Género en la agenda social y mediática y ha condensado una dominancia discursiva vinculada a esa problemática (Angelelli, 2018).

De este modo, se puede sostener que este movimiento trajo al núcleo cultural argentino la problemática de la violencia de género brindándole visibilidad, pero como destaca

⁷² Junto al NUM, en Argentina se han desarrollado una serie de acciones sociales en los últimos años que abordan los temas de género, sexuales y reproductivos. Por un lado, se ubica el Encuentro Plurinacional de Mujeres y Disidencias, el cual se realiza todos los años desde 1986, congregando a miles de personas para dar discusión sobre diversas problemáticas en torno al género. Por otro lado, desde 2018 creció masivamente la discusión pública en torno a la legalización de la interrupción voluntaria del embarazo, organizándose movilizaciones tanto a favor como en contra de la ley. Todo esto se desarrolla en un contexto internacional donde cada vez más las mujeres y las disidencias alzan sus voces para visibilizar y canalizar sus demandas; un ejemplo claro es el Paro Internacional de Mujeres realizado el 8 de marzo de cada año, correspondiente al Día Internacional de la Mujer, movimiento que promueve desde 2017 una huelga para visibilizar la violencia machista, en la cual participan más de 50 países.



Fuente: Revista Noticias (archivo)

Angelelli (2018) esta incorporación ha licuado la complejidad del fenómeno ya que ha olvidado

ciertos aspectos conflictivos que la demanda conlleva: la historia de las luchas feministas y de mujeres, la complejidad del cuestionamiento al patriarcado, las relaciones desiguales de género y otros aspectos que el feminismo y los movimientos de mujeres han retomado, problematizado y redefinido desde sus comienzos. (pp.13-14).

Con respecto a la revista Noticias, luego de la explosión del movimiento, la publicación en la siguiente portada

apenas hizo eco del fenómeno destinando un pequeño espacio con una imagen de una mano roja abierta y un corazón en el medio, acompañada con el texto “niunamenos por Diana Cohen Agrest⁷³”. Asimismo, en el portal web se dedicaron un par de notas⁷⁴ al fenómeno marcando la participación y sintetizando el reclamo. De este modo se puede observar lo que explica Angelelli (2018), el medio le brindó visibilidad al fenómeno pero no abordó los reclamos dándole la palabra a especialistas en la materia y abordando la complejidad de la estructura de género sostenida por la violencia.

En este marco, cabe destacar una portada provocadora que fue publicada tiempo después, el 9 de marzo de 2018, titulada “Femicracia”, en donde la revista realiza una cobertura del Segundo Paro Internacional de Mujeres. En esta nota⁷⁵ se reafirman algunos

⁷³ Diana Cohen Agrest es una filósofa argentina, quien se desempeña como docente, investigadora y columnista para diversos medios como Clarín, La Nación, Perfil y Revista Noticias. Su especialidad es la filosofía moral y la ética, pero la mayoría de sus notas periodísticas giran en torno a la justicia con una visión punitivista.

⁷⁴ [Una multitud contra la violencia de género](#) (03/06/2015) y [La onda violeta](#) (04/06/2015).

⁷⁵ [Femicracia: La hora de las mujeres](#)

reclamos de la movilización, como el asesinato de mujeres, la supresión de la brecha salarial⁷⁶ y la exigencia de respeto e igualdad; sin embargo, se ridiculizan otros como la desaprobación del acoso, la utilización del lenguaje inclusivo⁷⁷ y del término violencia de género⁷⁸, tildándolos de desvaríos y disparates.

En esta misma nota, la revista califica a una parte de los movimientos feministas como “frívola”, por “aspirar a un pensamiento único”, con tono “autoritario”, “revisionista” y “restrictivo”, el cual lleva a cabo una cacería de varones, pero también de mujeres, con el objetivo de censurar a quienes piensan distinto. Asimismo, define a esta fracción como separatista, por excluir a las feministas liberales, quienes defienden el capitalismo y la propiedad privada. Además, precisa que esta “nueva raza moral” condena al amor romántico y se victimiza sin hacerse cargo de su parte, que es empezar por la equidad doméstica, la moderación en los reclamos y la utilización de buenos modales, entre otras cuestiones.

A partir de lo analizado en la portada mencionada, se puede ver que la revista se enfoca en criticar a una fracción de los feminismos. De esta forma, pone a un lado y minimiza los reclamos históricos por la equidad de género, ayudando al sostenimiento de las bases sistémicas en las cuales se apoya la subordinación de lo femenino.

Con estos discursos la revista invisibiliza el carácter estructural de la violencia machista y contribuye a los razonamientos patriarcales en contra de la lucha de las mujeres. Del mismo modo, propaga identidades genéricas tradicionales, ya que sostiene que las mujeres deben pertenecer al ámbito de lo doméstico para re-educar a las nuevas generaciones, cultivando los buenos modales para no incomodar con cuestionamientos a la

⁷⁶ El concepto de brecha salarial refiere a la diferencia entre las retribuciones salariales de los hombres y de las mujeres, dando por resultado una clara desigualdad a favor de los varones.

⁷⁷ Se entiende por lenguaje inclusivo a la reforma lingüística y discursiva propuesta por los feminismos, la cual busca, a través de diversas estrategias, evitar los prejuicios y estereotipos sexistas, así como la invisibilización y la exclusión en el lenguaje de las personas de determinado sexo, género u orientación sexual.

⁷⁸ La revista cuestiona la utilización del término violencia de género al citar a la historiadora y socióloga Elisabeth Badinter, quien pregunta “¿Qué quiere decir violencia de género? ¿Que la violencia es lo propio del hombre? ¿Que la masculinidad se define por la dominación y la opresión del otro sexo? ¿Que las mujeres ignoran la violencia?”. Asimismo cita un estudio que sostiene que la violencia no solo la ejerce el hombre, sino también la mujer contra los más débiles.

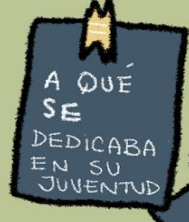
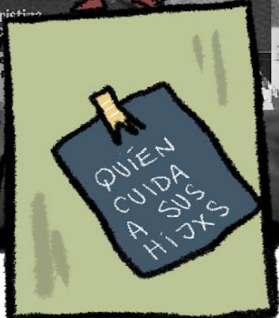
estructura jerárquica de género, al servicio de la reproducción capitalista y del colonialismo.

En síntesis, se puede sostener que la acción colectiva Ni Una Menos fue el puntapié inicial para concientizar sobre la violencia de género, emergiendo discursos en torno a ello y robusteciendo así a los movimientos feministas. Sin embargo, se encuentran medios de comunicación, como la revista Noticias, quienes publican notas al respecto perpetuando ciertos estereotipos y lugares comunes en relación a la problemática.



CAPÍTULO 2

LA CONSTRUCCIÓN DISCURSIVA EN TORNO A LAS MUJERES POLÍTICAS: ANÁLISIS DE LOS RECURSOS DE LA PRENSA GRÁFICA



Capítulo 2: La construcción discursiva en torno a las mujeres políticas: análisis de los recursos de la prensa gráfica

Con el objetivo de comparar los sentidos construidos sobre Cristina Fernández y María Eugenia Vidal, el presente capítulo describe, analiza e interpreta las cuatro portadas seleccionadas atendiendo a las particularidades de la prensa gráfica. Para ello, se hace foco en la utilización de la titulación, la cita y la imagen, con el fin de abordar la producción discursiva de la revista Noticias y así comprender los sentidos que produce con su gramática determinada por los contextos.

Ante este rumbo, en un primer momento se procede a describir las portadas considerando el recurso textual, identificando los tópicos y los subjetivemas que se emplean para construir los acontecimientos y la utilización de la cita, teniendo en cuenta la función que viene a cumplir en el texto. Luego, se atiende a la imagen, poniéndola en relación con los títulos, analizando el manejo que se realiza del lenguaje fotográfico para producir sentidos determinados.

Por último, a la luz de las descripciones se procede a analizar los resultados obtenidos teniendo en cuenta el marco teórico planteado en torno al eje género, buscando entretejer los sentidos construidos sobre ambas mandatarias, a partir de sus semejanzas y diferencias. Para esto, se tiene en cuenta los conceptos propuestos por Rita Segato, autora que aborda al sistema de género como una estructura jerárquica de poder enhebrada con otros campos; Esther Pineda, quien destaca los cánones de belleza en la construcción de las identidades femeninas; y Silvia Federici, autora que analiza el rol de las mujeres en la división sexual del trabajo que instaura el régimen capitalista.

4.1 Cristina Fernández

Las portadas seleccionadas sobre esta mandataria corresponden a su primer y segundo mandato presidencial y son anteriores a la aparición del movimiento Ni Una Menos (2015). La primera “El nuevo sexo del gobierno”, publicada el 14 de noviembre de 2007, atañe a la primera portada dedicada en tanto presidenta de la Nación Argentina y la segunda “Cristina Fernández de Kirchner: personaje del año”, del 8 de diciembre de 2011, pertenece a la edición especial que publica la revista en diciembre de cada año, donde es reconocida como figura destacada.

4.1.1 El nuevo sexo del Gobierno

La portada de la revista Noticias publicada el 14 de noviembre de 2007, con el titular “El nuevo sexo del gobierno”, corresponde al triunfo electoral de Cristina Fernández de ese mismo año. Con el 43,9% de los votos se impuso como presidenta, obteniendo una holgada victoria de más de 20 puntos sobre su contrincante Elisa Carrió⁷⁹.

De esta manera, triunfó la campaña electoral que llevó a cabo, la cual prometía continuar con el proyecto nacional y popular iniciado en 2003 con

la gestión de su esposo Néstor Kirchner. Esta misma estrategia fue utilizada por los medios de comunicación, principalmente Clarín, La Nación y Perfil, pero con la diferencia de que



Fuente: Revista Noticias (archivo)

⁷⁹ Elisa Carrió, más conocida como Lilita Carrió, es una política argentina nacida en Chaco en el año 1956. Estudió Abogacía y se ha desempeñado como Diputada de la Nación en diversas oportunidades desde 1995. Gracias a su imagen nacional como parlamentaria, aspiró a llegar a la Presidencia de la Nación Argentina en cuatro ocasiones, siendo candidata (en 2003, 2007 y 2011) y precandidata (en 2015). Actualmente es integrante del partido Juntos por el Cambio, ampliación de la alianza Cambiemos, la cual llevó a Mauricio Macri a la Presidencia de la Nación en 2015.

se usó para configurarla de forma negativa, como una figura dependiente y débil, a la sombra de su vínculo conyugal (Veiga, 2009). Asimismo, en este mismo período, Cristina Fernández era objeto de críticas por su vestimenta y apariencia, ya que lucía ropa y accesorios de primeras marcas.

En este contexto, la portada seleccionada muestra una fotografía en plano medio de la parte inferior del cuerpo de una mujer, encuadrándose unas piernas hegemonícamente lindas en posición sentada sobre un sillón antiguo. La imagen es luminosa, con colores cálidos, visualizándose un contraste entre el color turquesa de la indumentaria, encontrándose este último saturado. La mujer de la fotografía viste una pollera de gasa, cancanes en tono con la piel y unos zapatos stiletos, todo del mismo color. Las piernas de la persona retratada están juntas hacia un costado en una misma dirección.

Con esta utilización del lenguaje fotográfico no se logra identificar a la persona retratada, solo se puede deducir que es del género femenino por la vestimenta utilizada. Por medio de la saturación de los colores vemos que se busca resaltar la indumentaria femenina junto al gesto de las piernas, la cual muestra a una mujer formal, elegante y de clase social alta. En relación a la posición de las piernas, se construye una dama pasiva, educada y de buenos modales según las reglas de protocolo social, sin cabeza ni cuerpo, contribuyendo a la sexualización de la imagen.

Con respecto al recurso textual, el título **“El nuevo sexo del gobierno”** a través del uso del color amarillo y un tamaño mayor enfatiza en las palabras nuevo sexo, empleándose como subjetivema nominal para caracterizar al nuevo gobierno a partir del sexo de la nueva presidenta. De este modo, la publicación sostiene un esencialismo biologicista a través de la utilización de la palabra “sexo” para determinar el significado del género femenino, igualando así lo biológico con lo cultural.

En el primer subtítulo, **“Cristina, revolución estética y protocolo”**, por el tamaño se destaca el nombre de pila de la nueva figura presidencial y por el color las palabras “revolución estética y protocolo”. El tópico que se identifica es el cambio de apariencia que trae la nueva mandataria, construyendo la enunciación mediante subjetivemas también

nominales para evaluar este nuevo gobierno como una revolución, un giro radical de comportamiento en torno a lo estético.

El segundo subtítulo está compuesto por una serie de oraciones: **“Cómo se preparan los diseñadores, maquilladores y esteticistas que la asesoran. Por qué el retoque de sus fotografías es ya una cuestión de Estado. De los mocasines de Néstor a las ocho valijas de ropa que lleva en sus viajes. Cómo impregnará la gestión su sensibilidad femenina”**. Aquí, por medio del uso subjetivemas nominales, verbales y modalizantes, como la utilización de preguntas retóricas, se vuelven a identificar configuraciones del género femenino, asociándolo con la preocupación por la belleza, la estética, la moda y el maquillaje.

A través del empleo de las voces de sus asesores estéticos, en la primera oración se hace foco en que una mujer en el poder prioriza su tarea al mantenimiento de la apariencia y la imagen, siguiendo un protocolo de mujer-élite. En la segunda oración, se sigue construyendo el mismo sentido cuando se enuncia que la técnica de manipulación de la imagen es una tarea del nuevo gobierno encabezado por una mujer. Asimismo, la tercera oración compara esta excesiva preocupación por la estética y la moda con el carácter simple de su antecesor y marido, Néstor Kirchner, quien solamente utilizaba “mocasines”, un calzado clásico, práctico y común. En la misma línea, la cuarta y última oración de este párrafo plantea a la nueva gestión a partir del género de la presidenta, definiendo lo femenino como naturalmente sensible, atributo relacionado con las emociones y los sentimientos.

Por último, el subtítulo **“Y la increíble foto de una Cristina a cara lavada que enloquece al gobierno”**, continúa enlazando los sentidos que se construyen en las anteriores oraciones, en donde la mantención de la imagen de la mandataria se presenta como una tarea primordial para el nuevo gobierno. Con la utilización del subjetivema verbal “enloquece”, la revista enuncia que el gobierno pierde el juicio con el aspecto natural de la presidenta, sosteniendo de esta forma el mandato de cumplir con las exigencias estéticas al que debe someterse una mujer si quiere ingresar al espacio público y exponerse a la vista de los otros.

En cuanto a la relación entre imagen y texto, se logra identificar la modalidad que Verón (2004) define como fondo semántico, ya que a través de una fotografía de una mujer elegante, cumpliendo las reglas de etiqueta, se evoca lo que se enuncia en el texto, que es la preocupación del género femenino por la mantención de la imagen, la apariencia y el protocolo.

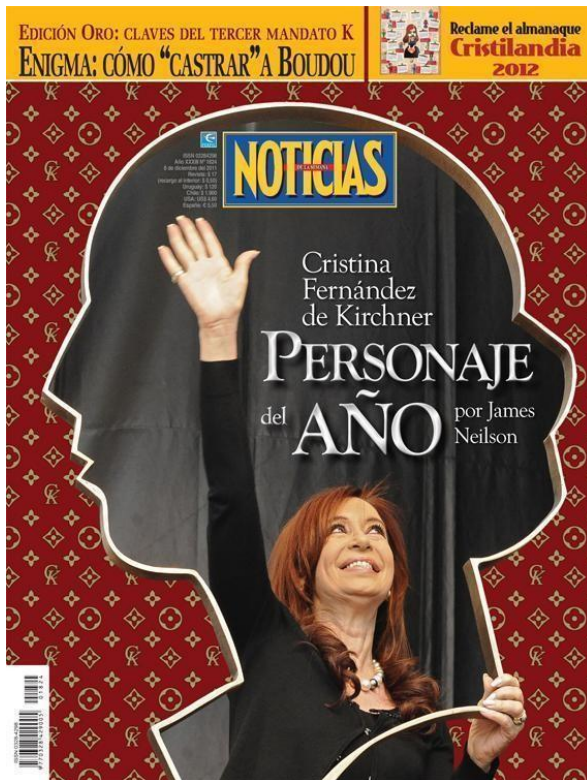
A partir de toda esta descripción, se logra identificar que a nivel textual y de imagen la portada define al nuevo gobierno mediante el sexo de la presidenta, sustentando una manera “natural” de ser mujer, asociada con la preocupación por la belleza, la estética, la apariencia, la sensibilidad y lo emocional. De este modo, para Noticias ser mujer en el poder es ser un par de piernas hegemónicas, cumpliendo un conjunto de reglas y formalidades, en posición pasiva. Asimismo, configura sentidos en torno a la mujer-élite, en donde la elegancia, los procesos de embellecimiento y los buenos modales se constituyen como requisitos para la participación en el espacio público-político.

4.1.2 Cristina Fernández de Kirchner: personaje del año

El 8 de diciembre de 2011, la revista Noticias publicó una portada con el titular “Cristina Fernandez de Kirchner: Personaje del año”, reconociendo el aplastante triunfo electoral por el cual Fernández renovaba su mandato presidencial en las elecciones de ese mismo año. La victoria estuvo acompañada por el clamor de cientos de argentinos que coreaban “ella es nuestra segunda Evita” frente a la residencia presidencial.

Durante su primer mandato, Fernández mantuvo relaciones tensas con los poderes concentrados de la economía argentina, como los agroindustriales y los mediáticos, y favoreció con diversos derechos y políticas a los sectores más vulnerabilizados de la sociedad a través de un rol activo del Estado.

De esta manera, el apoyo popular de este modelo se vio reflejado en las urnas días antes de cumplirse un año de la muerte de su marido, el expresidente Néstor Kirchner, quien falleció de un paro cardíaco. En este marco, la revista Noticias junto a otros medios



Fuente: Revista Noticias (archivo)

de comunicación, manifestaron un uso político y electoral del luto por parte de Fernández⁸⁰, el cual duró tres años.

En este marco, la portada seleccionada expone un fotomontaje donde se puede ver la parte superior del cuerpo de Cristina Fernández en plano medio. En la imagen, la figura se encuentra en posición de saludo levantando la mano derecha abierta, sonriente dirigiendo la mirada hacia arriba. Además, Fernández se encuentra sosteniendo con su mano izquierda un marco con la silueta del rostro de Eva Perón⁸¹ y dentro de la silueta de fondo se puede visualizar un telón negro. Fuera de la

silueta de Evita, se observa el monograma en color bordó de la lujosa marca de moda Louis Vuitton, que en vez de tener las letras de la marca tiene las siglas CK, letras que corresponden al nombre y apellido de casada de la persona que se destaca.

Cristina Fernández se encuentra vestida completamente de negro, por el luto que lleva tras el fallecimiento de su esposo, con un gran collar y algunos anillos en sus manos, porta el cabello suelto, peinado y además un maquillaje marcado. Este código de vestimenta muestra a una mujer de clase social alta y elegante, quien sigue las tradiciones correspondientes al luto, pero que aún así se la ve sonriente, manifestando una contradicción con el duelo.

⁸⁰ Esto se puede observar en las portadas de Noticias: “La soledad pública y privada de Cristina” (07/01/2011), “El extraño luto de Cristina” (11/03/2011) y “Reluto” (25/06/2011).

⁸¹ María Eva Duarte de Perón, más conocida como Eva Perón o Evita, fue una política y actriz argentina nacida en 1919 en Buenos Aires. De origen humilde, migró a CABA con 15 años para dedicarse al teatro, al radioteatro y al cine. En 1944 conoce a Juan Domingo Perón, se casan y en 1946 se convierte en primera dama de la Nación Argentina. Durante su función impulsó y consiguió la sanción de la Ley de Sufragio Femenino y creó la Fundación Eva Perón, la cual adoptó una función activa en la lucha por los derechos sociales, sobre todo los dirigidos a las mujeres y las infancias.

Esta utilización del recurso de la imagen construye sentidos determinados sobre Cristina Fernández, configurando a la mandataria como una impostora ante el público, quien finge ser una Evita moderna en proceso de duelo, con el objetivo de obtener provecho político. Este comportamiento a su vez esconde su carácter frívolo y banal, ya que nuevamente se la muestra obsesionada por la apariencia, la moda y el lujo.

Con respecto al recurso textual, en primera instancia se encuentra el título de la portada “**Personaje del año**”, en la que se destaca a una persona por haber tenido una gran influencia en los eventos considerados importantes durante el año. Luego, en la parte superior del título se encuentra el nombre “**Cristina Fernández de Kirchner**”, construyendo el enunciado a través del uso de un subjetivema nominal, en el que se refiere a la figura por su nombre completo y su apellido de casada. Por último, en la parte inferior del título se destaca el autor de la nota: “**por James Neilson**”⁸², identificándose su nombramiento⁸³ por ser una figura de autoridad para la revista. A partir de esta descripción, se logra identificar que a nivel textual Cristina Fernández es el personaje del año, denominándola a partir del apellido de casada y destacando la autoridad del periodista para escribir sobre ella.

En cuanto a la relación entre imagen y texto, se puede identificar la modalidad que Verón (2004) define como retórica de los personajes, ya que la revista por medio del fotomontaje construye un conjunto de rasgos sobre Cristina Fernández, con el fin de hacerla actuar según la interpretación que el medio quiere dar sobre ella.

De esta manera, Noticias muestra a Fernández consagrada como figura destacada por la reelección que logró ese año, triunfo que fue impulsado por el fallecimiento de su esposo y por la similitud política que configuró con la “abanderada de los humildes”, más conocida como Evita, quien en tanto primera dama luchó por los derechos sociales de las mujeres y los niños. Por último, la revista asegura que esta caracterización es una farsa que busca esconder su obsesión por la moda, el lujo y la apariencia, rasgos de una mujer de clase alta

⁸² Escritor y periodista inglés nacido en 1940 y radicado en 1966 en Argentina. Ha escrito varios libros y es columnista especial de la revista Noticias, entre otros medios nacionales e internacionales.

⁸³ Normalmente las notas que aparecen en la portada de la revista Noticias no llevan la firma del autor; sin embargo, cuando se quiere destacar a la persona que escribe por ser una figura de autoridad para hablar de determinado tema, la revista incluye su nombramiento.

y alta poder adquisitivo, los cuales se tornan negativos porque se contradicen con su accionar político dirigidos a las clases menos pudientes.

4.2 María Eugenia Vidal

Con respecto a las portadas seleccionadas sobre María Eugenia Vidal, estas fueron publicadas durante su mandato (2015-2019), luego de la ebullición del movimiento NUM, y en ellas se siguieron los mismos criterios que se usaron para seleccionar las portadas referidas a Fernández. En un primer momento, se seleccionó la portada titulada “La maldición de Heidi”, publicada el 9 de enero de 2016, primera portada dedicada en tanto gobernadora de la Provincia de Buenos Aires. En un segundo momento, se optó por la tapa titulada “María Eugenia Vidal: personaje del año blindada”, del 28 de diciembre de 2017, portada que también forma parte de la edición especial que la revista publica cada año en diciembre para destacar una figura.

4.2.1 La maldición de Heidi

La portada titulada “La maldición de Heidi”, publicada el 9 de enero de 2016, corresponde a la primera edición dedicada a María Eugenia Vidal, en tanto gobernadora de la Provincia de Buenos Aires.

Para el 2015, el kirchnerismo, en su tercer periodo consecutivo de gobierno, venía arrastrando un desgaste político producto de una serie de demandas insatisfechas. En este marco, Cambiemos capitalizó este debilitamiento para proponer una nueva forma de hacer política, distante del pasado corrupto de los últimos 20 años, en donde expertos técnicos implementarían gestiones eficientes. Desde esta visión, Cambiemos se catapultó en las elecciones del 2015, estableciendo una relación profundamente antagónica con el kirchnerismo. Esta identidad política accedió al gobierno hacia finales de ese año,

imponiéndose Vidal como gobernadora electa sobre el candidato del Frente para la Victoria, Aníbal Fernández (Filippelli, 2018).

De esta manera, Vidal irrumpió en la continuidad de más de cinco lustros de hegemonía peronista en el territorio bonaerense, con un perfil de “típica mujer de clase media”, quien durante su campaña electoral visitó los municipios de la provincia para darse a conocer entre los vecinos, acompañada de la resonancia de los medios de comunicación.

Su mandato en la provincia comenzó con la fuga del penal de los hermanos Lanatta y Schillaci, condenados por el Triple crimen de General Rodríguez, caso que hace referencia al homicidio en 2008 de Sebastián Forza, Damián Ferrón y Leopoldo Bina, empresarios farmacéuticos vinculados con el tráfico ilegal de efedrina. Tiempo después en plena campaña electoral de 2015, en el programa Periodismo para Todos⁸⁴, uno de los prófugos acusó a Aníbal Fernández de estar involucrado en el negocio del narcotráfico. Luego de la fuga, llegaron las acusaciones cruzadas: Fernández culpó a Vidal de liberar a los delincuentes en retribución por la operación mediática. Por su parte, Vidal denunció que hubo complicidad del Servicio Penitenciario Bonaerense, responsabilizó a funcionarios de la administración anterior y explicó que la fuga fue un mensaje mafioso en respuesta a la lucha contra el tráfico de drogas que prometió empezar en la Provincia. A partir de esto, el servicio penitenciario fue intervenido y Vidal declaró que solo era el comienzo de la pelea contra la corrupción y las mafias.



Fuente: Revista Noticias (archivo)

⁸⁴ Periodismo para todos es un programa de televisión humorístico argentino, presentado por Jorge Lanata por Canal 13 desde 2012. El programa realiza informes de actualidad sobre la política argentina, teniendo una postura crítica hacia el peronismo y sobre todo, al kirchnerismo.

Luego de lo sucedido, Vidal manifestó que cambiaría de residencia junto a su familia por cuestiones vinculadas a la seguridad, en especial luego de anunciar que emprendería la lucha contra las mafias políticas y contra el narcotráfico.

Con respecto a la portada mencionada, en un primer nivel, se puede observar a María Eugenia Vidal en un plano entero, vestida con tejanos azules, blusa blanca calada y sandalias bajas, vestimenta simple y casual que puede asociarse con la comodidad, la simpleza y la naturalidad. Acompañando este look, la figura retratada se encuentra luminosa, lleva el pelo suelto, maquillaje natural y algunos accesorios discretos, luciendo un semblante serio, mirando hacia arriba, sin establecer contacto visual con la cámara. En sus manos sostiene un rastrillo, elemento para trabajar la tierra muy utilizado en entornos rurales y jardines.

De fondo se ven dos imágenes superpuestas y difuminadas. Por un lado, un mapa de un sector de la provincia de Buenos Aires, donde Vidal es gobernadora; por el otro, el rostro en primer plano de Aníbal Fernández, quien tiene una expresión seria con la mirada hacia la mandataria.

Con esta utilización de la imagen, la revista Noticias construye sentidos determinados sobre María Eugenia Vidal. A través de la vestimenta se configura el carácter de una mujer simple y sencilla, sin complejidades ni complicaciones, su rostro muestra seriedad y además al sostener un rastrillo se configura una figura asociada a lo rural, al servicio de la tierra y de lo más básico. El fondo muestra lo que parece inquietar a la mandataria, la provincia y su contrincante político, Aníbal Fernández.

Con respecto al recurso textual, el título “**La maldición de Heidi**” por medio de su tipografía le da a la primera parte de la oración una apariencia fantasmagórica y a la palabra Heidi un aspecto romántico, suave y delicado, utilizando el color rosado y la cursiva. A través de subjetivemas nominales se refiere a María Eugenia Vidal como Heidi⁸⁵, personaje de una novela de 1880 popularizada en 1974 por medio de una serie de televisión que

⁸⁵ Durante la campaña electoral en 2015, Felipe Solá, precandidato a gobernador por el frente federal Unidos por una Nueva Alternativa, bautizó a María Eugenia Vidal como “Heidi”, manifestando: “no nos compremos el cuento de Heidi. He visto que a María Eugenia Vidal le preguntan qué hacer con el río Luján y dice que fue a visitar a los evacuados, nunca muestra propuestas. Un candidato a gobernador debe saber qué hacer con los problemas. Acá quieren hacer pasar por ‘buena’ a alguien en lugar de mostrar que sabe”.

mostraba la vida de esta niña aldeana, inocente y de buen corazón, y se utiliza la palabra “maldición” para referirse a una realidad maligna que debe afrontar la nueva gobernadora. A partir de la descripción contextual, se puede entender que esta realidad maligna está compuesta por mafias, organizadas alrededor del narcotráfico y relacionadas con la política, específicamente con su oponente político Anibal Fernández⁸⁶, contra quienes Vidal prometió luchar durante su campaña.

En el primer subtítulo, “**El drama íntimo de Vidal en la guerra con las mafias**”, mediante la utilización de subjetivemas nominales se refiere a las emociones y sentimientos de María Eugenia Vidal como un drama íntimo, un suceso desafortunado que afecta su círculo cercano, provocado por una guerra contra las mafias, una lucha que tuvo que enfrentar en tanto gobernadora con una organización de criminales.

El segundo subtítulo está compuesto por una serie de ítems. En la primera oración, “**La oscura realidad bonaerense se le vino encima de golpe**”, se valora la situación provincial de forma negativa por medio de la utilización de “la oscura realidad” como subjetivema modalizante, y a través de un subjetivema verbal se sostiene que esta situación le llega a la nueva gobernadora de manera súbita, repentina e inesperada, posiblemente a partir de la fuga de los condenados del Triple Crimen de General Rodríguez. En el segundo ítem, “**Se muda para sentirse más segura. Los hijos le reclaman**”, mediante la preposición y el complemento “para sentirse más segura”, la revista explica que María Eugenia Vidal se ha mudado porque se encontraba en peligro e indefensa, a causa de su tarea política y la guerra que está librando con las mafias de la oscura realidad, provocando el drama íntimo dentro de su círculo familiar, en donde sus hijos le reclaman, afectando la función pública su rol como madre.

En la tercera oración, “**Desconfianza en la policía y directivas a la custodia**”, se enuncia que toda esta situación ha generado desconfianza en la policía, quienes tienen la función pública de mantener la seguridad, poniendo en duda la tarea que lleva a cabo esta unidad y generando la necesidad de darle directivas a la custodia, las personas encargadas

⁸⁶ En la portada, también se puede ver el título de la nota “Anibalandia: el mapa de protección al clan Lanatta”. De esta manera, la revista Noticias vincula directamente a Anibal Fernández con la fuga de los condenados, brindándole veracidad al relato sostenido por el círculo que rodea a María Eugenia Vidal.

en mantener su cuidado y vigilancia personal, por encontrarse indefensa ante la realidad que debe afrontar en tanto gobernadora.

En el cuarto ítem, **“Quién la contiene: los consejos de Macri y Durán Barba”**, mediante el uso de subjetivemas modalizantes, la revista plantea una pregunta retórica para hacer énfasis en la necesidad de contención de la nueva gobernadora, sosteniendo que sus compañeros masculinos de campaña son los que le brindan consejos y recomendaciones para ello. En la quinta oración, **“La pesada ‘alianza’ con los intendentes del PJ”**, con la utilización de subjetivemas nominales y modalizantes se valora negativamente los vínculos que tejió la gobernadora con los intendentes del Partido Justicialista de ciudades pertenecientes a la provincia de Buenos Aires, quienes son en realidad rivales que hoy le entorpecen su tarea política. Por último, en el sexto ítem **“Tensión de una mujer que bajó 17 kilos con la Dieta Cormillot”** a través del sustantivo mujer, denomina a Vidal por su sexo, destacando la tensión y el esfuerzo que hizo para bajar de peso, utilizando la cantidad de kilos de manera positiva como subjetivema modalizante no axiológico, siguiendo la dieta de Alberto Cormillot, famoso nutricionista argentino que se dedica al tratamiento contra la obesidad.

Con esta utilización del recurso textual la revista construye tópicos bien definidos en la portada, asociados a sentidos determinados. Por un lado, se encuentra la realidad bonaerense, la cual por medio de subjetivemas nominales y modalizantes es valorada de manera negativa, como peligrosa y compuesta por organizaciones criminales. Por otro lado, se encuentra la nueva gobernadora de esta provincia, María Eugenia Vidal, quien es construida como una persona simple, suave e inocente, similar al personaje Heidi, quien a su vez es capaz de seguir un plan exigente y estricto, como la dieta que le permitió bajar de peso. Asimismo, la revista construye sentidos sobre su tarea política, enunciando que en ella Vidal debe enfrentar de manera súbita el mal que aqueja la provincia, tarea que la coloca en una posición de inseguridad, le causa problemas familiares, pone en duda su rol como madre y le provoca perturbaciones emocionales. Del mismo modo, la revista explica que a la gobernadora también le obstaculiza su tarea el Partido Justicialista y, debido a todo esto, Vidal se refugia en sus compañeros varones, quienes tienen la habilidad de guiarla en esta situación.

A partir de la relación entre imagen, texto y contexto, se puede identificar que la modalidad utilizada por la revista es la definida por Verón (2004) como retórica de los personajes, en donde la interpretación que se quiere dar sobre María Eugenia Vidal es la de una mujer simple, delicada y natural en relación al mandato de belleza, quien puede seguir planes exigentes para bajar de peso y alcanzar así el ideal femenino. A su vez, se la configura como una persona con un carácter serio pero a su vez suave e inocente. Mediante estos rasgos, la revista hace actuar a la figura en un escenario oscuro y siniestro, compuesto por mafias políticas, criminales y narcotraficantes, el cual debe afrontar en tanto gobernadora de la provincia de Buenos Aires. En este marco, Vidal se encuentra allí parada haciendo frente a la situación, con un rastrillo como arma y mirando al cielo. A su vez, esta realidad la encuentra en una posición de debilidad y fragilidad, poniéndola en peligro y afectando su intimidad, sus emociones y su vida familiar. Ante esto, Vidal se apoya en sus compañeros varones, quienes pueden guiarla en esta jungla masculina, en donde su contrincante político, Aníbal Fernández del FPV, tiene un rol clave en la banda narco. De esta manera, Noticias le otorga veracidad a las acusaciones que implican a Fernández con el tráfico ilegal de drogas, configurándolo como un político corrupto.

4.2.2 María Eugenia Vidal: personaje del año blindada

El 28 de diciembre de 2017 la revista Noticias publicó la portada "María Eugenia Vidal: personaje del año blindada", correspondiente al segundo año como gobernadora de la provincia de Buenos Aires. Durante este periodo, el gobierno de Cambiemos se caracterizó por contar con el apoyo de los poderes concentrados de la economía, gracias a la implementación de una serie de políticas donde se vieron beneficiados.

Días antes de la publicación de esta edición, el Congreso de la Nación sancionó el Pacto Fiscal, por medio del cual la provincia de Buenos Aires recibió una compensación de 20 mil millones de pesos, cifra que incrementaría de manera gradual en los años



Fuente: Revista Noticias (archivo)

subsiguientes, como solución al tema del Fondo del Conurbano⁸⁷. Ese acuerdo le permitió a Vidal contar con un caudal de dinero superior para la gestión.

En tales circunstancias, la portada mencionada muestra en un plano americano a María Eugenia Vidal, resaltada por medio de la iluminación, sentada sobre una mesa de madera. Si bien el fondo se encuentra desenfocado, se logra visualizar unas cortinas color bordó, un mobiliario antiguo de madera y detalles en dorado, como si se tratase de una oficina en la casa de gobierno.

Su indumentaria está compuesta por un vestido sencillo pero elegante, color blanco con mangas tres cuartos acampanadas y con un largo por encima de las rodillas. Lleva un collar estilo rosario, una de los símbolos más notables de la religión católica, y unas pulseras simples. Su peinado y maquillaje son naturales, está sonriente y mantiene la mirada hacia la cámara. Haciendo referencia a esto último, esta posición de mirada sostenida indica cierto efecto de verosimilitud y de confianza, siguiendo los aportes de Verón (2004).

A partir de esta descripción, se puede sostener que la portada configura a María Eugenia Vidal como una mujer católica, simple pero elegante, una persona sonriente y simpática que transmite confianza, centrada en su lugar de trabajo. Al encontrarse sentada sobre la mesa, se sugiere una falta de rigidez en el protocolo, construyendo sentidos en torno a Vidal como una persona informal, poco solemne y jovial.

⁸⁷ El Fondo del Conurbano Bonaerense fue creado por el expresidente Carlos Menem en 1992, legislación que estableció que el 10% de lo recaudado anualmente por el impuesto a las Ganancias sería destinado a financiar obras de carácter social en la Provincia de Buenos Aires. En los primeros cuatro años este dinero fue girado a la Provincia sin tope alguno, pero, a fines de 1995, se puso un techo de \$650 millones anuales.

En cuanto al recurso textual, la portada se titula **“Personaje del año blindada”**. Aquí mediante la tipografía se destaca la palabra “blindada”, como subjetivema nominal, para referirse a la protección que acompañó a la gobernadora durante el primer periodo de su mandato, la cual la llevó a consagrarse como figura destacada durante ese año. Esta oración es acompañada por el primer subtítulo **“María Eugenia Vidal”** para referirse a la figura por su nombre completo.

El segundo subtítulo, **“Tiene votos, la mejor imagen, los medios a favor y, ahora, más fondos. Secretos, armas y defectos de la jefa PRO en tierra peronista. ‘Es cierto que puteo, pero no grito, me enojo fácil’, confiesa”**, está compuesto por una serie de oraciones. En la primera, a través de la utilización de subjetivemas verbales y modalizantes se enuncia positivamente que la mandataria cuenta con el apoyo del electorado, la apariencia más conveniente, la protección de los medios de comunicación y capitales económicos, recursos necesarios para ejercer la tarea política.

En la segunda oración, por medio de una serie de subjetivemas nominales se refiere a Vidal como la líder de su partido, quien se encuentra gobernando un territorio que le pertenece al partido opositor. Además muestra cierta cercanía y humanidad con la figura, ya que la revista enuncia que conoce sus secretos y defectos, como así también las armas con las que cuenta para dirigir esta tierra ajena.

Por último, la tercera oración consiste en una cita directa donde se le permite hablar a Vidal para dar prueba de la humanidad de la mandataria, quien confirma poseer control y mesura en el manejo de las emociones, en especial del enojo. Con respecto a esta respuesta emocional que las personas tienen ante las amenazas, en el caso de las mujeres contradice al estereotipo tradicional de género, el cual plantea que las mujeres deben mantener los buenos modales. A su vez, esta cita es modalizada a través del verbo confesar, mostrando con ello cercanía y confidencialidad.

En función de esta descripción, se puede afirmar que mediante el recurso textual, la imagen y el contexto esta portada construye sentidos determinados sobre María Eugenia Vidal, relacionados a un personaje querido, carismático y respetado por los electores y los grandes capitales, cualidades que a su vez la protegen y le permiten gobernar en una tierra que históricamente le ha sido ajena a su partido político. Asimismo, se construyen sentidos

que la ubican como una persona humana, transparente, jovial, cercana y de confianza. En cuanto a la imagen se muestra a una mujer sencilla, elegante y religiosa, quien por medio de la pose y la inclusión de su palabra muestra cierto dominio sobre lo enunciado.

4.3 Mujeres políticas: análisis de los sentidos configurados en la revista Noticias

En base a la aproximación analítica que se realizó anteriormente, podemos resumir tres ejes interpretativos en relación a la construcción de sentido en torno a las mujeres y la política, tomando los aportes teóricos de los estudios de género.

4.3.1 Fernández y Vidal en la estructura jerárquica de género

Rita Segato (2010) define al sistema de género como una estructura jerárquica de poder que otorga valores, roles y estereotipos a las personas, estructurados en el capitalismo colonial moderno a través de diferencias anatómicas.

En la primera portada de la revista Noticias sobre Cristina Fernández se puede observar que la editorial mantiene un esencialismo biologicista al utilizar la palabra “sexo” para luego hablar sobre la femineidad, igualando así lo cultural (el género) con lo biológico (el sexo). A su vez, cuando se habla de esta mandataria la revista construye sentidos sobre lo femenino relacionado al mantenimiento de la belleza. Esta preocupación por la apariencia es descrita como una obsesión para Fernández, una manifestación de riqueza a través de las lujosas marcas que utiliza, como por ejemplo Louis Vuitton, configurándola como una mujer perteneciente a una élite, rasgos que se presentan como negativos porque contradicen a su política nacional y popular. Asimismo, la revista construye a la figura como una persona en situación pasiva, cumpliendo las reglas de etiqueta y protocolo, quien por el hecho de ser mujer es naturalmente sensible.

En cambio, a María Eugenia Vidal se la construye discursivamente como una mujer simple, sencilla y natural con respecto a la apariencia. Acompañando esto, mediante la analogía que se expone con la figura de Heidi, a esta mandataria se la infantiliza para construir rasgos en torno a la inocencia y la suavidad, así como también se la presenta como una figura humana, de naturaleza imperfecta, que establece confianza y cercanía a través de su carisma y jovialidad.

De este modo, el género femenino es construido, por un lado, en torno a valores y estereotipos relacionados con la belleza y la apariencia, y por el otro, en relación a rasgos donde lo emocional juega un rol importante, muchas veces de manera problemática por la falta de control.

Siguiendo la teoría de Segato, la autora sostiene que esta estructura jerárquica de género se encuentra atravesada con otros campos, conformando un sistema integrado de poderes. En las portadas de esta revista se puede ver cómo se entreteteje el campo género con el de clase, configurando mujeres políticas elegantes y educadas por el protocolo social en tanto clase alta. También en el caso de Vidal, se puede ver cómo se entreteteje el género con la religión para ubicarla como una mujer que ejerce la doctrina católica, culto con mayor cantidad de practicantes en Argentina y por lo tanto mejor posicionado en la escala social. De este modo, a Vidal se la asocia con el modelo femenino de la religión católica⁸⁸, el cual enaltece a las mujeres sumisas, pasivas y sacrificadas en su papel de esposa y madre, a esto último lo podemos observar en el enunciado “los hijos le reclaman”.

Asimismo, Segato (2016) explica que el espacio político está reservado para algunas pocas personas, estableciendo un sujeto natural con rasgos definidos: masculino e hijo de la captura colonial, por lo tanto blanco o blanqueado, propietario, letrado y pater-familias. En el caso de las mujeres, para ser introducidas como sujetos posibles ellas deben ser procesadas por esta grilla. Con respecto a la construcción discursiva de Noticias en torno a Fernández, se la muestra como una mujer blanca y propietaria de riqueza, a través de la

⁸⁸ Federici (2004) sostiene que la religión es utilizada durante la instauración del capitalismo como herramienta para controlar y oprimir a las mujeres, justificando su sumisión ante el hombre y reforzando su exclusión de los espacios públicos y políticos. Además, argumenta que la religión ha establecido un ideal femenino, con la figura de la Virgen María, “centrada en la maternidad y la virginidad y enfocada en la sumisión y la piedad como las principales virtudes femeninas” (Federici, 2004, p. 49).

ostentación y los lujos. En relación con la categoría pater-familias, Fernández es definida sujeta a la relación que establece con su esposo Néstor Kirchner; en cambio, a Vidal no solo se la muestra blanca y propietaria de bienes, sino también como una mujer jefa de familia.

En tanto al género masculino que es aludido en algunas ocasiones por las portadas, este aparece para compararlo con el femenino por su carácter simple y práctico en relación con la apariencia, como portador de la palabra para hablar sobre la mujer en tanto figura de autoridad o como guía ante situaciones difíciles que deben enfrentar las mujeres cuando habitan el espacio político.

4.3.2 El mandato de belleza en las mujeres políticas

Siguiendo los aportes de Esther Pineda (2021), los cánones de belleza cuentan con la característica de que se erigen como criterios definatorios y valorativos de la feminidad. Esta cualidad sexista de la belleza se puede observar en las portadas seleccionadas sobre Cristina Fernández y María Eugenia Vidal debido a que la cuestión de la imagen, la apariencia y la estética se presentan como tópicos frecuentes en la construcción de los acontecimientos. De este modo, cuando una mujer ingresa al espacio público debe cumplir con las exigencias estéticas para exponerse a la vista de los otros.

En la primera portada sobre Fernández se pone el foco en que una mujer en la política prioriza su tarea al mantenimiento de la apariencia por medio de la moda, el maquillaje y el retoque fotográfico, construyendo la premisa que sostiene Pineda (2021) cuando explica que la belleza no solo se posee sino que se construye a través de diversas técnicas y productos, manifestando a través de ésta un poder adquisitivo elevado y una posición social alta. Además, en torno a las mujeres en política la belleza es asociada con el rasgo elegante que deben poseer, presentando mujeres que llevan vestimenta monocromática, que realza su silueta pero sin estridencias, y utilizan complementos delicados.

Asimismo, a las mujeres que son construidas discursivamente de acuerdo con este canon de belleza que las afirma como mujeres elegantes y de clase social alta, se las muestra respetando los mandatos protocolares que regulan sus expresiones, el cual

establece que una persona femenina debe sentarse con las piernas a un lado juntas o cruzadas, como se puede observar en la primera portada sobre Fernández, o utilizar el color negro en caso del fallecimiento de un ser cercano, como se ve en la segunda tapa sobre esta mandataria.

Por último, se puede destacar que a Fernández se la encuadra dentro del canon de belleza dominante fundamentado en la exuberancia y el exceso, donde la belleza se encuentra muy desarrollada y trabajada a través del consumo de la industria del maquillaje, la estética y la moda, sin entrar en el requisito de voluptuosidad y grandes proporciones de senos y glúteos que entran en este canon. Debido a la edad de la mandataria, como adulta mayor cada vez más se aleja del canon de belleza celebrado, el cual promueve la eterna juventud como una necesidad a través de premisas gerontofóbicas, implementando para ello diversos procesos de embellecimiento, como el maquillaje y la edición de imágenes.

A diferencia de esto, la figura de Vidal, que también es construida desde el estereotipo patriarcal sexista de la belleza, se encuadra dentro del canon que propone mujeres cándidas, genuinas y naturales, quienes poseen una belleza finamente trabajada a través de maquillajes naturales e indumentarias sencillas. Asimismo, se refuerza este canon al resaltar la delgadez de la mandataria, quien se sometió a una dieta extremadamente rigurosa para bajar de peso, sosteniendo de esta manera el mandato gordofóbico de la belleza. Con respecto a la gestualidad, Vidal es configurada como una persona informal y jovial, que no está sujeta a reglas protocolares, presentando una apariencia descontracturada y amistosa.

Este canon es, por último, celebrado en la segunda portada seleccionada sobre Vidal, ya que la revista sostiene que la mandataria cuenta con “la mejor imagen”, valorando positivamente la apariencia que construye en tanto mujer en la política. De este modo, Noticias evalúa como positivo en la relación mujeres, belleza y política: la sencillez, la simpleza, la naturalidad, la juventud, la delgadez, la jovialidad y lo poco solemne. Por el contrario, valora como negativo: la ostentación, lo exuberante, lo excesivamente protocolar y la mayoría de edad, rasgos asociados a la figura de Cristina Fernández.

4.3.3 Las mujeres en la esfera política

Partiendo de lo que propone Silvia Federici (2004), se puede sostener que en el régimen capitalista, históricamente se les ha asignado un rol a las mujeres a partir de la división sexual del trabajo, asociado a las tareas de reproducción. De esta manera, se ha construido un orden que subordina a las mujeres al espacio doméstico, excluyéndolas del espacio público y por lo tanto del político. No obstante, frente a los avances que han ampliado los derechos, las mujeres cada vez se encuentran más presentes en el sistema productivo, arrastrando con esta incorporación ciertas desigualdades y estereotipos establecidos en el régimen jerárquico de género.

A partir de la descripción de las portadas seleccionadas de la revista Noticias, se puede observar que de manera recurrente la construcción discursiva en torno a Cristina Fernández está asociada a las tareas de mantenimiento de la imagen, la belleza y el protocolo. De este modo, cuando Fernández llega al poder político su función es configurada en torno al mantenimiento de la imagen y ciertas formalidades, presentándola como una figura frívola y banal. Construida en una posición pasiva, ya que se la muestra sentada, a la mandataria se la modela cumpliendo las reglas de etiqueta y protocolo, descuidando por ello el ejercicio de las actividades estatales. A su vez, se destaca el carácter sensible que posee en tanto mujer, precisando que esta emocionalidad femenina influirá en la forma de gobierno.

Por otro lado, en la segunda portada seleccionada sobre Fernández se la configura como una impostora, ya que se la muestra fingiendo ser una Evita moderna en proceso de duelo. Esta actuación para la revista es representada con el objetivo de sacar provecho electoral y esconder la verdadera motivación de la mandataria, que es el lujo y la apariencia. Estos rasgos asociados a la ostentación y a la exuberancia corresponden a los de una mujer perteneciente a la élite, tornándose negativos para la revista ya que se contradicen con la doctrina política del FPV, instalada sobre un proyecto nacional y popular para la inclusión social.

Con respecto a las portadas seleccionadas sobre María Eugenia Vidal, la revista construye ciertos sentidos en torno a la función pública de esta mujer. De este modo, la muestra como una persona simple, inocente, carismática y fresca pero a su vez seria y aguerrida, quien se encuentra en un tierra ajena y siniestra, compuesta por mafias políticas,

criminales y narcotraficantes. Allí Vidal enfrenta esta realidad oscura con modestia y un aura angelical, batallando contra la corrupción con un discurso austero y del trabajo, contando con una serie de recursos y apoyos que le permiten gobernar. Asimismo, se la construye como una persona de fe, una mujer corriente que ha ingresado a una jungla masculina, hecho que la coloca en una situación de fragilidad y peligro, encontrando apoyo en sus compañeros masculinos, quienes pueden guiarla en esta difícil situación. A pesar de todo esto, Vidal continúa con su labor como madre, aunque la tarea se encuentre afectada por su función pública, de igual modo, somete su cuerpo a una dieta exigente, con el objetivo de alcanzar el ideal femenino.

En función de las descripciones y los análisis propuestos se pueden identificar sentidos determinados sobre las mujeres políticas seleccionadas. Por consiguiente, se han reconocido dos modelos de mujer dentro del espacio político: la elite-protocolar y la inocente-aguerrida. La primera, encarnada en la figura de Fernández, es presentada como una mujer exuberante y ostentosa, con una preocupación excesiva por la belleza, el lujo y la apariencia, la cual se muestra frívola y desinteresada por los aspectos políticos, capaz de hacer cualquier cosa con tal de mantener su estilo de vida. En cambio, el segundo modelo de mujer, personificado en Vidal, es configurado como una figura femenina sencilla, natural e inocente, con rasgos carismáticos, modestos y austeros, quien está enfocada en su tarea con determinación y voluntad firme, plantandose con valor ante la adversidad. Este último modelo es valorado positivamente por la revista ya que sostiene que es la mejor imagen que puede tener una mandataria pública.

A pesar de estas diferencias, se pueden encontrar similitudes entre los dos modelos de mujer, semejanzas que provienen de las identidades tradicionales que se le asigna al género. Por un lado, la belleza siempre es un ideal a alcanzar por la mujer, y, por otro, el carácter sentimental y emocional se constituye como un rasgo “natural” del ser femenino. De este modo, se puede ver que el ingreso de las mujeres al espacio político continúa acarreado con estereotipos y roles, que llevan de una forma implícita y explícita al ejercicio del poder, arrinconando con ello a las mujeres al espacio de lo íntimo y lo privado.

istillof

El verdadero PLAN V de Vidal

LA REINVENCIÓN de VIDAL

NOTICIAS

Cristina Fernández de Kirchner
PERSONAJE del AÑO por James Nelson

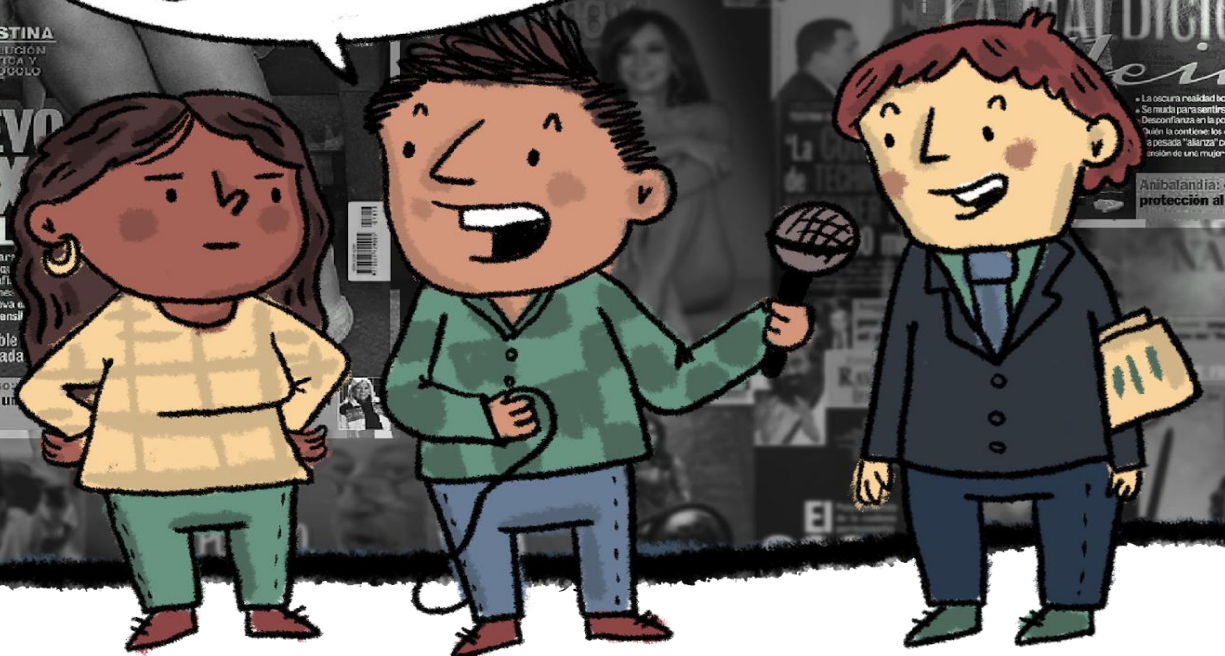
CAPÍTULO 3

EL PROCESO DE ENUNCIACIÓN Y EL CONTRATO DE LECTURA

¿QUÉ OPINA SOBRE LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE LAS MUJERES EN EL ESCENARIO ACTUAL?

El Grupo celebra ventajas post Saizbatella. Nuevos recel...
CLARÍN DE FIESTA: MAGNETTO VOLVIÓ A SON...
NOTICIAS
El drama íntimo de Vidal en la guerra con las maf...

CRISTINA REVOLUCIÓN ESTÉTICA Y POLÍTICA
EL NUEVO SEX DEL
Cómo se preparan y estilistas de sus fotografías. De las modas de ropa que lleva a la gestión su sensa...
Y la increíble a cara lavada
Dalmasso...
vuido a u...



LA MALDICIÓN de Reid
La oscura realidad bonaerense se lo ve...
Si su mamá para sentirse más segura. Lo...
Desconfianza en la policía y dirección...
Además lo convence los consejos de Meur...
si pesada "alarza" con las inteligentes...
insidioso una mujer que bajo "el abso...

Anibalandía: el mapa de protección al clan Lan...

Capítulo 3: El proceso de enunciación y el contrato de lectura

En el presente capítulo se realiza un análisis de las tapas seleccionadas atendiendo especialmente al contrato de lectura que la revista Noticias propone a sus lectores. Para ello, se retoman los aportes de Verón (1985), quien explica que cada medio le da forma al dispositivo de enunciación, conocido en el caso de la prensa gráfica como contrato de lectura, el cual construye una cierta imagen de aquel que habla (el enunciador), una imagen de aquel a quien se habla (el destinatario) y una relación entre ambas entidades.

De este modo, se busca identificar aquellas operaciones discursivas por las cuales la revista construye un enunciador objetivo (no pedagógico), un enunciador pedagógico o un enunciador cómplice, maneras que también definen al destinatario y a la relación que establece con él a partir de su estrategia expresiva, con el objetivo de reconocer cómo las maneras de decir del medio contribuyen a construir los acontecimientos en torno a las mujeres políticas seleccionadas.

5.1 El fotomontaje como recurso interpretativo

En términos generales, la revista Noticias presenta una serie de regularidades en sus portadas, permitiéndole crear una personalidad que la define en tanto soporte gráfico. Por un lado, una característica notable de su contrato de lectura es que la imagen suele ocupar un lugar destacado en la jerarquía informativa, ya que abarca casi la totalidad de la portada. Este recurso utiliza los colores plenos, apreciándose contrastes entre ellos. El color bordó en sus diversas tonalidades es muy utilizado como fondo, siendo combinado con el amarillo, el naranja, el rojo y el rosado para destacar ciertas palabras.

En las tapas seleccionadas sobre Cristina Fernández se puede reconocer que la modalidad utilizada de la relación que se establece entre imagen y texto es, por un lado, la de fondo semántico y, por otro lado, la de retórica de los personajes. En la primera se utiliza

para ello una fotografía y en la segunda un fotomontaje. Con este empleo, las imágenes ilustran más bien el vínculo que establece el enunciador con el acontecimiento antes que el acontecimiento en sí, brindando una interpretación de la información que expone. De esta manera, la intervención del enunciador es explícita señalando su voluntad de crear ciertos sentidos, descritos en el anterior capítulo, con la imagen que muestra y construye. Esta marcada subjetividad está acompañada por un matiz explicativo, que se construye como una guía para el destinatario con el objetivo de brindarle herramientas para comprender mejor los hechos. Se constituye así un contrato pedagógico donde el enunciador sabe, propone y busca persuadir a un destinatario que no sabe.

Con respecto a las portadas seleccionadas sobre María Eugenia Vidal, la modalidad de la relación entre imagen y texto que se puede reconocer es, por un lado, la de la retórica de los personajes mediante el uso de un fotomontaje y, por otro, la de la pose a través de la realización de una sesión fotográfica. En la primera, la voluntad explicativa del acontecimiento que el enunciador propone configura un contrato pedagógico; pero en la segunda portada se encuentra una variación, ya que con esta utilización de la imagen la revista no señala su interpretación de la realidad sino que la presenta a través de la pose, permitiendo cierto dominio por parte de Vidal sobre lo enunciado, transmitiendo confianza y verosimilitud por medio de la mirada sostenida (los Ojos en los Ojos) y configurando de esta manera un enunciador objetivo que no modaliza lo que dice sino que presenta el hecho, que es tener a Vidal allí para sus lectores.

De este modo, la revista Noticias a través de la imagen, y sobre todo del fotomontaje, busca convertirse en una guía para el lector, ofreciendo una interpretación de la información, para que sus lectores puedan comprender mejor los hechos políticos y cómo actúa Cristina Fernández en este espacio. En un principio con María Eugenia Vidal la revista procede igual, pero luego cambia de estrategia enunciativa para convertirse en un presentador de la verdad, dejando cierto dominio a la figura política.

5.2 La modalización en el discurso verdadero

En relación al espacio, la revista Noticias presenta propiedades estables ya que organiza la información ofreciendo un orden y una jerarquización donde hay un tema principal y otros secundarios⁸⁹, donde el título se destaca por el tamaño, el tópico a tratar con algún color y los subtítulos, de menor tamaño, amplían la información propuesta, junto a la imagen encargada de ilustrar los contenidos. En los márgenes superiores e inferiores se presentan otros contenidos que trata la edición utilizando cuadros separadores y líneas blancas, segmentando de esta manera los temas a tocar. Por consiguiente, a través de este recurso se mantiene una estrategia pedagógica en el contrato de lectura.

Con respecto a los titulares se puede reconocer diferentes estrategias enunciativas en las portadas. En cuanto a la primera tapa seleccionada de Fernández, titulada “El nuevo sexo del gobierno”, se puede observar que no se encuentra claro el operador del acontecimiento, recién en los subtítulos se logra identificar al personaje con su nombre de pila. Además, se le atribuye cierto saber al destinatario, el cual pertenece a un universo cultural compartido con el enunciador, permitiéndole este vínculo comprender que la nota está haciendo referencia a la nueva figura presidencial desde un marcado rechazo por no saber cumplir con la tarea que se le ha encomendado por su falta de concentración y obsesión por la belleza. Asimismo, el enunciador privilegia la enunciación por encima del enunciado, utilizando subjetivemas tanto nominales, como “revolución estética y protocolo” para referirse al nuevo gobierno; verbales, para decir que el aspecto natural de la nueva presidenta “enloquece” al gobierno; y modalizantes, como el uso de preguntas retóricas para hacer énfasis en la preocupación de la presidenta por la belleza y la estética. Por lo tanto, el discurso de esta portada es opaco, construyendo complicidad entre el enunciador y el destinatario sin llegar a un “nosotros”, marcando distancia entre ambas figuras discursivas sin designarlas directamente.

En relación a la segunda portada dedicada a Fernández, “Cristina Fernández de Kirchner: personaje del año”, se puede observar una maniobra enunciativa diferente a la anterior ya que el titular es más bien informativo, conteniendo de manera más clara al

⁸⁹ En las portadas seleccionadas, la nota principal trata contenido relacionado a la política, precisamente sobre las mandatarias que se han escogido para el presente análisis discursivo. Como temas secundarios aparece información sobre la farándula musical y mediática, propaganda sobre otros productos comunicacionales de la revista, contenido relacionado a otras figuras políticas e información sobre casos criminales.

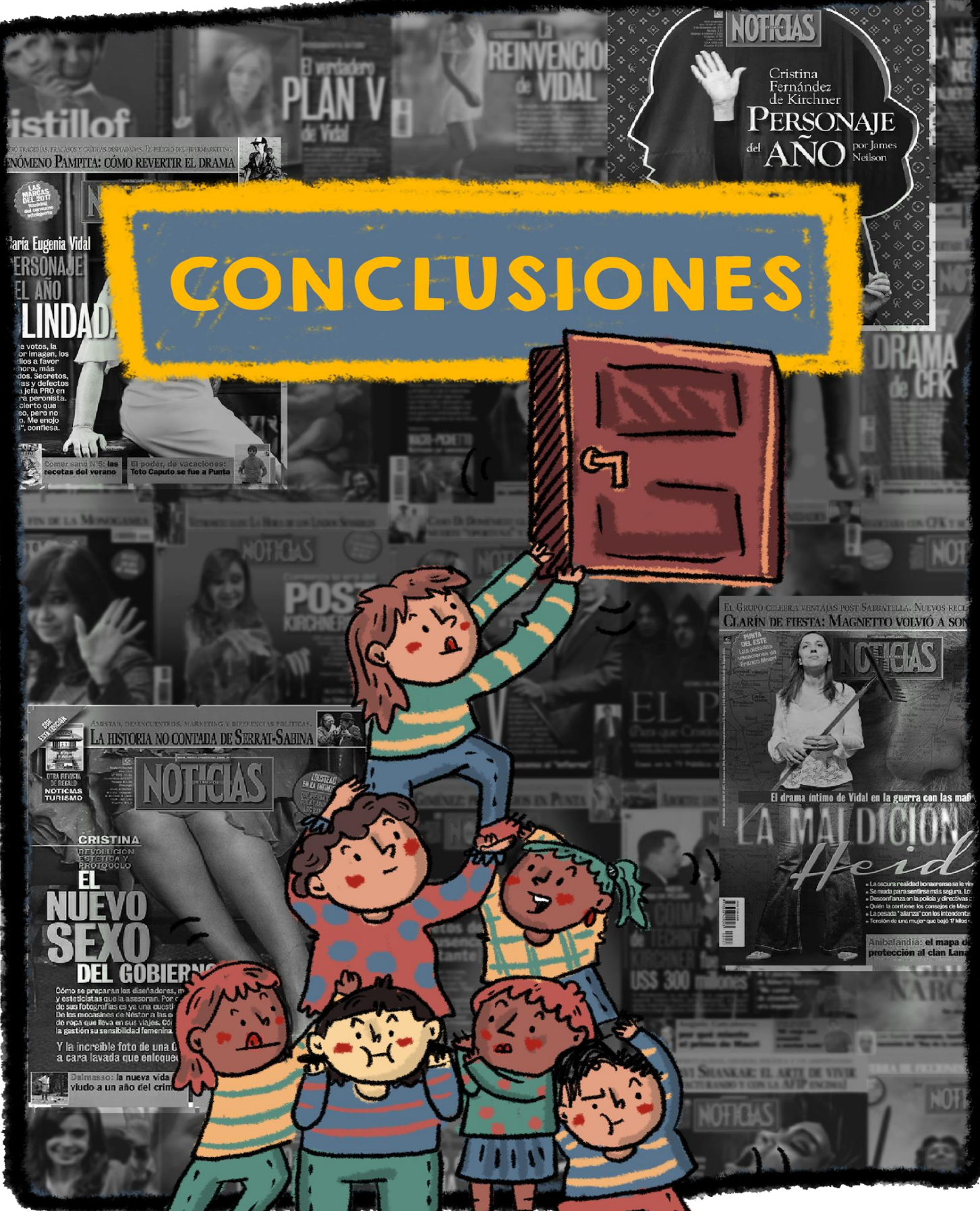
operador del acontecimiento y produciendo información desde un registro impersonal con la voluntad de persuadir sobre el carácter relevante de la figura, pero desde un espacio de neutralidad. De este modo, la revista en esta portada produce un discurso transparente con la voluntad de hacer saber, sin marcar la presencia del enunciador y destinatario y predominando el enunciado sobre la enunciación.

En cuanto a los titulares de las portadas seleccionadas sobre María Eugenia Vidal, en la primera también se puede reconocer una maniobra enunciativa que privilegia la enunciación sobre el enunciado. Con respecto al operador del acontecimiento, recién en el subtítulo se la puede identificar ya que menciona su apellido, pero en el título se la designa cuando se utiliza el subjetivema nominal “Heidi”, en cursiva y color rosado, para referirse a ella, modalizando de esta manera la información con el objetivo de construir sentidos relacionado al carácter inocente y suave de la mandataria política. De igual modo, por medio del uso de subjetivemas nominales, verbales y modalizantes la revista valora la situación de la provincia de Buenos Aires de forma negativa y a Vidal como indefensa ante esta “oscura realidad” compuesta por “mafias”, la cual le trae problemas familiares y emocionales. De esta manera, la revista le atribuye cierto saber al destinatario para que pueda comprender estas metáforas, creando un nexo de connivencia entre las entidades discursivas al pertenecer a un universo conceptual compartido. De modo que en esta portada se construye un discurso opaco, generando cierta complicidad entre enunciador y destinatario, sin huellas pronominales de ambos y con una voluntad explicativa.

Por último, en la segunda portada seleccionada sobre María Eugenia Vidal también se puede reconocer un discurso opaco, ya que la información presentada es modalizada por medio del uso de subjetivemas nominales, verbales y modalizantes con el fin de construir a la mandataria política como una figura querida, carismática y respetada, exhibiendo la evaluación del enunciador. Sin embargo, esta información es producida en estilo impersonal, desde un espacio de imparcialidad y con una lengua estándar, tratando de construir de este modo cierta objetividad en el discurso.

A partir de todo lo expuesto, se puede afirmar que la estrategia enunciativa de la revista Noticias, estas maneras de decir que definen al medio y construyen los acontecimientos de determinado modo, consiste en presentar formas híbridas que combinan operaciones de

sentidos pedagógicas y objetivas con un acercamiento basado en la complicidad con el lector. De esta manera, se puede observar maniobras discursivas referidas al discurso verdadero con una voluntad interpretativa y explicativa, apoyada en un universo conceptual compartido entre destinatario y enunciador, sin marcar la presencia de ambos directamente, sólo a través de la utilización de subjetivemas y metáforas, y definiéndolos como desiguales en esta relación. Con esto, la revista busca presentar información modalizada, pero desde un espacio de neutralidad e imparcialidad, para plantear una “verdad”.



NOTICIAS

Cristina Fernández de Kirchner
PERSONAJE del AÑO
por James Nelson

CONCLUSIONES



El verdadero **PLAN V** de Vidal

María Eugenia Vidal
PERSONAJE del AÑO
LINDAD

Los votos, la imagen, los medios a favor...
Secretos, más y delictos...
Jefa PRO en...
Paronista...
Certo que...
Me enoja...
...comienza.

Comer, sana NS: las recetas del verano

El poder, de vacaciones: Toto Caputo se fue a Punta

El GRUPO CELEBRA VENTAJAS POST SABATELLA. NUEVOS RECIBOS
CLARÍN DE FIESTA: MAGNETTO VOLVIÓ A SONRIR

NOTICIAS

El drama íntimo de Vidal en la guerra con las mafias

LA MALDICION Heid

- La oscura realidad bonaerense se lo vivió
- Se muere para sentirse más segura. Un
- Desencuentro en la policía y detectives
- ¿Quién la controla: los consejos de Macri?
- La pesada "alarz" con los fitonómicos
- Formó una mujer que bajo "El

Antibalanda: el mapa de protección al clan Lan

LA HISTORIA NO CONTADA DE SERRAT-SABINA

NOTICIAS

CRISTINA REVOLUCION SERRAT Y PROTOCOLO

EL NUEVO SEXO DEL GOBIERNO

Cómo se preparan los diseñadores, m...
y estilistas que le la asocian. Por...
de sus fotografías es ya una escud...
De los mocasines de Néstor a las o...
dio ropa que lleva en sus viajes. C...
la gestión su sensibilidad femenina.

Y la increíble foto de una G...
a cara lavada que enloquece

Dalmasso: la nueva vida...
viudo a un año del crim

Conclusiones finales

Este trabajo de investigación se ha propuesto reconocer las rupturas, continuidades y transformaciones en la producción de sentido de las portadas de la revista Noticias sobre Cristina Fernández y María Eugenia Vidal, prestando especial atención al cambio contextual que ingresa con la acción colectiva NUM, período que también corresponde al cambio de gobierno entre los partidos de ambas políticas.

Para ello, se describió y analizó la construcción discursiva de cuatro portadas seleccionadas, dos en donde aparece Fernández como protagonista y otras dos donde la figura protagónica es Vidal. Se accedió a los discursos a partir del análisis sociosemiótico propuesto por Verón, cruzando su Teoría de los Discursos Sociales con los estudios de género y los estudios de la comunicación para comprender de manera acabada la problemática.

En primer lugar, se abordó las condiciones sociales de producción que intervienen en la generación de los discursos, reconstruyendo los marcos socio-históricos para rastrear las huellas que dejan en el producto mediático. Algunas de las variables que se indagaron fueron: la revista Noticias y su historia en relación a los diferentes gobiernos presidenciales; los gobiernos de Cristina Fernández y María Eugenia Vidal; como así también la acción colectiva Ni Una Menos.

Se pudo reconocer que históricamente en la gramática discursiva de la revista Noticias prevalece una lógica de la seducción, provocando un sensacionalismo en los discursos que se basa en destacar aspectos escandalosos y llamativos de los acontecimientos políticos, aunque sean secundarios, con el fin de causar impacto. Esta gramática se encuentra marcada por el desacople existente entre el espacio público y la esfera política, donde cada vez más intervienen los intereses privados (Caletti, 2000). De este modo, la revista trata temas alejados de las decisiones de la vida colectiva, apoyada en el sensacionalismo de los escándalos familiares y los casos de corrupción, debilitando así la politicidad de la sociedad y soslayando la tarea pública que desarrollan los gobernantes durante sus mandatos, construyendo una idea de política vinculada a la figura mandataria, valorándolos en

relación a sus cualidades personales y vida privada.

La revista con esta gramática determinada construyó e hizo circular acontecimientos asociados a las figuras políticas, discursos que a su vez se encuentran condicionados por los vínculos que se establecieron entre la editorial y los diferentes gobiernos a partir del manejo de la pauta oficial y el otorgamiento de licencias. Con esto, se puede señalar que en los últimos años los vínculos más tensos fueron los que se tendieron con el partido Frente para la Victoria, del cual forma parte Fernández, y los más suaves con Cambiemos, donde Vidal participa. Ambos partidos se caracterizan por mantener valores, principios y programas distintos, conformándose como fuerzas opositoras.

Con respecto al Frente para la Victoria, este partido se caracterizó por sostener una intervención estatal en el mercado para la inclusión social, tejiendo alianzas con organizaciones de base y generando una gran confrontación con los poderes concentrados. Por otro lado, Cambiemos se posicionó como un partido cercano a la tradición liberal conservadora y al paradigma neoliberal, contando con el apoyo de los grupos económicos, mediáticos y agroindustriales más poderosos del país.

De este modo, la revista contribuyó a la circulación de sentidos sociales sobre Cristina Fernández y María Eugenia Vidal, discursos marcados por el sensacionalismo, identificándose una afinidad de la editorial con los gobiernos neoliberales y una rivalidad con los populares. Con este posicionamiento, la revista Noticias ha apoyado el fortalecimiento de una dueñidad (Segato, 2016), con riqueza y poder de compra, la cual a través de una pedagogía de la crueldad busca entrenar a los sujetos para ver la vida humana como cosa o como instrumento, a través de la diseminación de diferentes formas de violencias, como la de género.

En este contexto y durante el periodo correspondiente al cambio de gobierno entre ambos partidos políticos, en el año 2015 surge la acción colectiva Ni Una Menos, movimiento social que problematiza la violencia de género, brindándole visibilidad a la situación y alcanzando repercusión en los medios masivos de comunicación. Sin embargo, esta instalación del concepto violencia de género en la agenda mediática ha diluido la complejidad del fenómeno (Angelelli, 2018), como se puede observar en la revista

Noticias, ya que no trata el reclamo abordando la complejidad de la estructura de género sostenida por la violencia ni analizando el rol que cumple en el mantenimiento del sistema capitalista. Por el contrario, se enfoca en criticar a una fracción de los feminismos, contribuyendo de este modo a los razonamientos patriarcales contra la lucha de las mujeres y propagando identidades genéricas tradicionales.

En segundo lugar, se realizó una descripción y comparación de los sentidos atribuidos a Cristina Fernández y María Eugenia Vidal, a partir del análisis e interpretación de las particularidades de la prensa gráfica a la luz de los estudios de género. Para ello se analizó la utilización de la titulación, la imagen y la relación entre ambos recursos.

Con ello, se pudo observar que la revista Noticias construye sentidos en torno a las mujeres políticas asociados a criterios relacionados con la belleza y la estética, configurando de este modo la premisa de que cuando una mujer ingresa al espacio público debe cumplir con las exigencias estéticas para exponerse a la vista de los otros. Asimismo, se distinguieron otros signos comunes con respecto a las mujeres políticas, ya que el ingreso del género femenino al espacio público se encuentra enhebrado con otros campos, pero sobre todo con la clase social, definida por la revista mediante la apariencia y los buenos modales. De este modo, los espacios de poder político son ocupados por mujeres blancas, elegantes y educadas por el protocolo social de la clase alta, propietarias a su vez de riquezas e integrantes de familias heteroparentales.

Más allá de estas continuidades, aparecen ciertas diferencias con respecto a los rasgos definitorios de la feminidad en la construcción de sentido sobre ambas mandatarias. Por el lado de la belleza, a Cristina Fernández se la construye como una mujer obsesionada por la cuestión de la estética, el protocolo, la apariencia, la exuberancia y el lujo. En cambio, a María Eugenia Vidal se la configura como una mujer cándida, natural, fresca y sencilla. Este último modelo es celebrado por la revista Noticias ya que sostiene que Vidal cuenta con la mejor imagen, valorando positivamente: la sencillez, la simpleza, la naturalidad, la juventud, la delgadez, la jovialidad y lo poco solemne. Por el contrario, valora como negativo: la ostentación, lo exuberante y lo excesivamente protocolar, rasgos asociados a la figura de Cristina Fernández, los cuales entran en contradicción con la doctrina política de

su partido, la cual sostiene que el progreso del país se basa en la igualdad social.

A partir de estas construcciones de sentido, a Fernández se la configura como una mujer frívola y banal, quien se encuentra en el poder político en una posición pasiva, cumpliendo las reglas de etiqueta y luciendo bella. Asimismo, se la presenta como una persona sensible solo por el hecho de ser mujer y como una impostora, porque con tal de mantener su estilo de vida finge ser una Evita moderna en proceso de duelo, para sacar provecho político de la situación.

En cuanto a Vidal, se la construye como una mujer inocente, carismática, modesta y común, pero a su vez seria y aguerrida, quien se encuentra batallando contra las mafias en una jungla masculina, a través de una serie de recursos obtenidos por sus vinculaciones mediáticas y económicas. Del mismo modo, se la configura como una mujer de fe, habitando una tierra que le es ajena, la cual la ubica en una posición de fragilidad e inseguridad, encontrando sostén en sus compañeros masculinos. Más allá de toda esta problemática, Vidal continúa con su tarea en tanto madre y su cuidado personal como mujer.

De acuerdo con las descripciones y los análisis desarrollados, se pueden reconocer dos modelos de mujer habitando el espacio político: la elite-protocolar, encarnada en Fernández, y la inocente-aguerrida, representada por Vidal. La primera es una mujer exuberante y ostentosa, obsesionada por la belleza, el lujo y la apariencia, la cual se muestra frívola y perteneciente a una élite. En cambio, el segundo modelo es configurado como una figura femenina sencilla, natural e inocente, con rasgos carismáticos, modestos y austeros, quien está enfocada en su tarea con determinación y voluntad firme, plantándose con valor ante la adversidad. Este último modelo es valorado positivamente por la revista ya que sostiene que es la mejor imagen que puede tener una mandataria política.

Por último, se buscó reconocer el contrato de lectura que la revista Noticias propone a sus lectores, dispositivo de enunciación por el cual el semanario construye una imagen de enunciador, de destinatario y una relación entre ambos a través de la utilización de determinadas operaciones discursivas.

Con este análisis se pudo distinguir que la construcción de los acontecimientos por parte de la revista se realiza desde una estrategia enunciativa, una manera de decir, que reúne formas híbridas. De este modo se combinan varias maniobras, destacando la pedagógica, con la cual la revista ofrece una interpretación y una explicación de la información, a modo de guía mediante el ordenamientos de los espacios, el uso del fotomontaje y la modalización a través de la utilización de subjetivemas textuales, con el objetivo de persuadir y crear sentidos determinados sobre las mandatarias políticas.

A su vez, se hacen presentes operaciones que corresponden al discurso cómplice, ya que la revista crea un nexo entre las entidades discursivas, atribuyéndole cierto saber al destinatario referente a un universo conceptual compartido con el enunciador, sin llegar a un nosotros y sin dejar huellas pronominales. Finalmente, también se encuentran trazas del discurso verdadero, el cual presenta la realidad sin interpretaciones mediante el uso de sesiones fotográficas y ofreciendo información desde un registro impersonal y desde un espacio de neutralidad.

Consecuentemente, se puede afirmar que la revista Noticias presenta información política modalizada, acercando su valoración sobre los hechos y los personajes, pero con la particularidad de que combina elementos subjetivos y objetivos, para construir cierta idea de imparcialidad en el discurso.

Para finalizar, se puede sostener que la revista Noticias a través de una gramática discursiva apoyada en el sensacionalismo de los escándalos familiares y los casos de corrupción, construye acontecimientos políticos “verdaderos” para su mundo de lectores, centrándose en las figuras principales de la política argentina, ofreciendo información modalizada y valorada, pero desde cierta neutralidad construida a través de una estrategia enunciativa determinada. Con esta gramática, la revista puso el foco en Cristina Fernández y María Eugenia Vidal, construyendo sentidos condicionados por los vínculos que tejieron sus gobiernos con la editorial, conforme a la política comunicacional que implementaron, identificándose una afinidad con los gobiernos neoliberales, ya que favorecieron a la concentración mediática y de esta manera al afianzamiento de una dueñalidad.

De esta manera, la revista Noticias construye sentidos valorados positivamente en

torno a la figura de Vidal, perteneciente al gobierno de Cambiemos con quien la editorial tuvo afinidad. En función de esto, la configura como una mujer común y corriente, quien con su sencillez y naturalidad, planta batalla a las mafias políticas y criminales, compuestas por miembros del FPV. Por el contrario, a Fernández, con quien la editorial tuvo un fuerte enfrentamiento, la construye de manera negativa, como una figura femenina ostentosa y exuberante, quien utiliza la política para aumentar su riqueza y mejorar su apariencia, contradiciendo de este modo la bandera política que enarbola.

Con respecto a la acción colectiva Ni Una Menos, se puede observar que el movimiento no trajo grandes cambios en el tratamiento mediático que la revista Noticias tiene con respecto a las mujeres políticas; si bien comienza a abogar por la admisión de ciertas figuras femeninas en la escena política, esto lo hace desde una visión patriarcal que continúa reproduciendo identidades genéricas que asocian a lo femenino con valoraciones físicas siguiendo un ideal de belleza, ubicándola en el plano de lo emotivo y estimando modelos de mujeres frágiles e inocentes.

Con todo esto, se puede decir que la construcción discursiva de las mujeres políticas en los medios de comunicación es un tema relevante y más aún en un contexto en el que se busca desafiar la jerarquía y promover la igualdad de género en todos los ámbitos. Por lo tanto, este estudio destaca la importancia de analizar críticamente la forma en que los medios de comunicación construyen sentidos con respecto a las líderes políticas y plantea nuevos interrogantes para futuras investigaciones: ¿cómo afecta en la percepción de la sociedad la construcción discursiva mediática de las mujeres políticas?, ¿qué rupturas, continuidades y transformaciones se encuentran en las construcciones de sentidos en torno a las mujeres políticas en medios con distinta línea ideológica? También se podría indagar la construcción discursiva mediática sobre las mujeres políticas en diferentes países o regiones o en periodos más largos de tiempo. Es necesario seguir trabajando para la eliminación de la violencia y los estereotipos de género en la política y en todos los ámbitos de la vida, así como también es importante destacar la educación en la promoción de la igualdad de género y la participación pública de las mujeres y las disidencias.



istillof

El verdadero PLAN V de Vidal

La REINVENCIÓN de VIDAL

NOTICIAS

Cristina Fernández de Kirchner
PERSONAJE del AÑO por James Nelson

ENÓMENO PAMPITA: CÓMO REVERTIR EL DRAMA

María Eugenia Vidal
PERSONAJE del AÑO
LINDADA

de votos, la
con imagen, los
tilios a favor
hora, más
dos. Secretos,
así y delictos
a Jefa PRO en
ra peronista,
cientos que
co, pero no
o. Me enoja
", confiesa.

Comersano N°3: las recetas del verano

BIBLIOGRAFÍA



NUEVO SEXO DEL GOBIERNO

Cómo se preparan los diseñadores, modistas y estilistas que la asesoran. Por qué el revuelo de sus fotografías es ya una cuestión de Estado. De las modeladas de Nestor a las extra religiosas de roca que lleva en sus viejas. Cómo apropiarse la gestión su sensibilidad femenina.

Y la increíble foto de una Cristina a cara lavada que enloquece al Gobierno

Dalmasso: la nueva vida del viudo a un año del crimen

Carrió: su verdadera contabilidad. Futuro político y crisis en el ARI

El Grupo Clarín

El drama íntimo

LA MALDICIÓN
Heid

«La oscura realidad bonaerense se lo ve»
«Se miraba para sentirse más segura. Lo desconcertaba en la política y de vuelta»
«Quién la controla: los colegas de Maza»
«La pasada "alargada" con los intendentes»
«Terminó una mujer que bajo "fallo»

Anibalanda: el mapa de protección al clan Lanari

OJO POR OJO

El mito de la vieja

NOTICIAS

RAVI SHANKAR: EL ARTISTA DE VIVIR

NOTICIAS

Referencias bibliográficas

- Amorós, A. (1995). División sexual del trabajo. En C. Amorós (Ed.), *Diez palabras claves sobre mujer* (pp. 257-296). Estella Navarra, España: Verbo Divino.
- Angelelli, M. B. (2018). #NiUnaMenos y medios de comunicación: la producción discursiva sobre la violencia de género en medios gráficos digitales de Argentina. Presentado en la *IV Conferencia Internacional Greves e Conflitos Sociais: Crises do capitalismo, novas e velhas formas de protesto*. Universidade de São Paulo, Brasil.
- Angenot, M. (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Aymá, A. (2020). Imagen, política y género. Los retratos de Cristina Fernández y Mauricio Macri en las tapas de Noticias. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (112), 159-176.
- Aymá, A. y Pérez, S. (2017). Medios, multimodalidad, género y política: Cristina Fernández de Kirchner en Noticias. *Revista Observatorio*, 3(6), 517-556.
- Becerra, M. (2015). *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina 2000-2015: Nuevos medios y tecnologías, menos actores*. Buenos Aires, Argentina: Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.
- Benveniste, E. (1971-1977). *Problemas de Lingüística General*. Tomos I y II. México: Siglo XXI.
- Borrelli, M. (2010). ¿Víctimas, héroes o cómplices? Memorias en disputa sobre el rol de la prensa durante la última dictadura militar. *AVATARES de la comunicación y la cultura*, (1), 3-17.
- Caletti, S. (2000). ¿Quién dijo República? Notas para un análisis de la escena pública contemporánea. *Comunicación y Política*, (10), 15-58.

- Caletti, S. (2007). Repensar el espacio de lo público. Un esbozo histórico para situar las relaciones entre medios, política y cultura. *Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación*, (123), 195-252.
- Castellani, A. y Pucciarelli, A. (2017). *Los años del Kirchnerismo: la disputa hegemónica tras la crisis del orden neoliberal*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Cipolla, F., Koci, D. y Nadalin, S. (2018). *Lecciones de Derecho de la información y Ética Periodística*. Córdoba, Argentina: Copy-Rápido.
- Cobo Bedia, R. (1993). Mujer y poder (el debate feminista en la actual Filosofía Política española). *Revista internacional de filosofía política*, (1), 165-177.
- Daich, D. y Varela, C. (2014). Entre el combate a la trata y la criminalización del trabajo sexual: las formas de gobierno de la prostitución. *Revista Delito y Sociedad*, 38, 63-85.
- Dalmaso, M. T. (2005). Reflexiones Semióticas. *Revista Estudios*, (17), 13-20.
- Escudero Chauvel, L. (1996). *Malvinas: el gran relato. Fuentes y rumores en la información de guerra*. Barcelona, España: Gedisa.
- Federici, S. (2004). *Calibán y la bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*. Buenos Aires, Argentina: Traficantes de Sueños.
- Fernández de Kirchner, C. (2019). *Sinceramente*. Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.
- Filipelli, N. (2018). *Identidades emergentes: la enunciación política de Cambiemos. El caso de María Eugenia Vidal*. Tesis de Licenciatura. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba.
- García Delgado, D. y Gradin, A. (2016). Neoliberalismo tardío y desestructuración del *demos*: El poder toma el poder. *Revista Estado y Políticas Públicas*, (7), 49-68.
- González, G. (2000). *Noticias Bajo Fuego: Sombras e Intrigas del poder real en la Argentina*. Buenos Aires, Argentina: Planeta.

- Gradin, A. e Iummato, K. (2019). *No son las reglas, es violencia. Resultados de la Primera Encuesta Nacional sobre Mujeres en Política*. Buenos Aires, Argentina: FUNDECO.
- Karl, M. (2006). *Introducción general a la Crítica de la Economía Política/1857*. Ciudad de México, México: Siglo Veintiuno.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1997). *La enunciación: de la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires, Argentina: Edicial.
- Maizels, A. L. (2017). *El ethos en los discursos políticos de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2008)*. Tesis de Maestría. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- Muttoni, J. M. (2015). *Portadas de alto impacto: la estrategia de la revista Noticias para editorializar a través de fotomontajes*. Tesis de Licenciatura. Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social, Universidad de San Salvador.
- Peña Molina, B. O. (2004). Género y representación política: los límites de la diferencia. *Revista de Estudios de Género. La Ventana*, (19), 7-50.
- Pineda, E. (2021). *Bellas para morir: estereotipos de género y violencia estética contra la mujer*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo Libros.
- Piñero, M. T. (2011). Política económica de la dictadura. Presentado en *IV Seminario internacional de políticas de la memoria*. Centro Cultural de la Memoria Haroldo Conti, Buenos Aires, Argentina.
- Sautu, R. (1997). Acerca de qué es y no es investigación científica en ciencias sociales. En C. Wainerman y R. Sautu (Ed.), *La Trastienda de la Investigación* (pp. 181-198). Buenos Aires, Argentina: Lumiere.
- Savoini, S. (2005). *Consideraciones generales acerca de las citas en el discurso informativo*. Material de la cátedra de Semiótica, Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba.

- Segato, R. (2010). *Las estructuras elementales de la violencia. Ensayos sobre género entre la antropología, el psicoanálisis y los derechos humanos*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo.
- Segato, R. (2016). *La guerra contra las mujeres*. Madrid, España: Traficantes de Sueños.
- Uzín, M. M. (2013). *Vacilaciones del género. Construcción de identidades en revistas femeninas*. Córdoba, Argentina: Centro de Estudios Avanzados.
- Veiga, N. (2009). *Género, política y prensa gráfica: la construcción mediática de Cristina Fernández*. Tesina de grado. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Verón, E. (1974). Para una semiología de las operaciones translingüísticas. *Revista Lenguajes*, 1(2), 81-100.
- Verón, E. (1985). El análisis del contrato de lectura. Un nuevo método para el estudio del posicionamiento de los soportes de los media. En *Les médias, expériences, recherches actuelles, applications* (pp. 203-230). París, Francia: IREP.
- Verón, E. (1987). *Construir el acontecimiento*. Barcelona, España: Gedisa.
- Verón, E. (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona, España: Gedisa.
- Verón, E. (1997). Esquema para el análisis de la mediatización. *Revista Diálogos de la Comunicación*, (48), 9-17.
- Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Buenos Aires, Argentina: Gedisa.
- Vommaro, G. y Gené, M. (2017). Argentina: el año de Cambiemos. *Revista de Ciencia Política*, 37(2), 231-253.

ANEXO



Tapas en las que aparece Cristina Fernández

El nuevo sexo del gobierno (14/11/07)

CON ESTA EDICIÓN

AMISTAD, DESENCUENTROS, MARKETING Y DIFERENCIAS POLÍTICAS.
LA HISTORIA NO CONTADA DE SERRAT-SABINA

OTRA REVISTA DE REGALO
NOTICIAS TURISMO

www.revistanoticias.com.ar

NOTICIAS
LA SEMANA

Lou STEAD
EN LA INTIMIDAD
QUE PIENSA Y POR
QUE LE APUNTA A
LOS BANCOS

CRISTINA
REVOLUCIÓN
ESTÉTICA Y
PROTOCOLO
**EL
NUEVO
SEXO
DEL GOBIERNO**

Cómo se preparan los diseñadores, maquilladores y esteticistas que la asesoran. Por qué el retoque de sus fotografías es ya una cuestión de Estado. De los mocasines de Néstor a las ocho valijas de ropa que lleva en sus viajes. Cómo impregnará la gestión su sensibilidad femenina.

Y la increíble foto de una Cristina a cara lavada que enloquece al Gobierno

Dalmasso: la nueva vida del viudo a un año del crimen

Carrió: su verdadera contabilidad. Futuro político y crisis en el ARI

Fuente: Revista Noticias (archivo)

Cristina Fernández de Kirchner: Personaje del Año (08/12/11)



Fuente: Revista Noticias (archivo)

Tapas en las que aparece María Eugenia Vidal

La maldición de Heidi: el drama íntimo de Vidal en la guerra con las mafias (09/01/16)

EL GRUPO CELEBRA VENTAJAS POST SABBATELLA. NUEVOS RECLAMOS. CLARÍN DE FIESTA: MAGNETTO VOLVIÓ A SONREÍR

PUNTA DEL ESTE
Las aisladas vacaciones de Franco Macri

noticias.perfil.com

NOTICIAS
de LA NACION

BUENOS AIRES

El drama íntimo de Vidal en la guerra con las mafias

LA MALDICIÓN DE Heidi

- La oscura realidad bonaerense se le vino encima de golpe.
- Se muda para sentirse más segura. Los hijos le reclaman.
- Desconfianza en la policía y directivas a la custodia.
- Quién la contiene: los consejos de Macri y Durán Barba.
- La pesada "alianza" con los intendentes del PJ.
- Tensión de una mujer que bajó 17 kilos con la Dieta Cormillot.

Anibalandia: el mapa de la protección al clan Lanatta

ISSN 1666-1474 Año XXXIV Nº 2077 - 9 de marzo del 2016. Puntaje: \$ 120. Chile: \$ 1.000. USA: \$ 4.00. España: € 0,8.

AGOSTO

1666-1474

RECIBIDO N° 1666-1474



Fuente: Revista Noticias (archivo)

Personaje del año 2017: María Eugenia Vidal (29/12/17)

SUPERÓ TRAGEDIAS, FRACASOS Y CRÍTICAS DESPIADADAS. EL PELIGRO DEL HIPERMARKETING.
FENÓMENO PAMPITA: CÓMO REVERTIR EL DRAMA



ISSN 02042266. Año XXXVI N° 2145. 29 de diciembre del 2017. Revistas y TV por cable al interior \$ 3, Brasil \$4 \$100. Uruguay \$ 150. Chile \$ 180. USA, USA 4.99 \$/Mes. España € 3,5.

noticias.perfil.com

NOTICIAS
DE LA SEMANA

LAS MARCAS DEL 2017
Ranking del consumo inteligente

María Eugenia Vidal
PERSONAJE DEL AÑO
BLINDADA

Tiene votos, la mejor imagen, los medios a favor y, ahora, más fondos. Secretos, armas y defectos de la jefa PRO en tierra peronista. "Es cierto que puteo, pero no grito. Me enoja fácil", confiesa.

Almuerzos
Comer sano N°5: las recetas del verano

El poder, de vacaciones:
Toto Caputo se fue a Punta

0 3 5 7 0
5 0 0 6 2 7 6 2 0 2 7 6
8824-10233-10233

Fuente: Revista Noticias (archivo)