

I Congreso Latinoamericano de Teoría Social. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2015.

# **Un imaginario dividido entre la razón y los afectos: Auto-representaciones mediáticas de candidatas parlamentarias en Chile.**

Baeza Reyes, Andrea.

Cita:

Baeza Reyes, Andrea (2015). *Un imaginario dividido entre la razón y los afectos: Auto-representaciones mediáticas de candidatas parlamentarias en Chile*. I Congreso Latinoamericano de Teoría Social. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-079/234>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

**Andrea Baeza Reyes**  
Universidad de Chile  
andreaa.baeza@gmail.com

**MESA 38** | *Sociedades imaginales: perspectivas de la teoría social contemporánea para el análisis de las sociedades y las subjetividades en un mundo de imágenes*

**UN IMAGINARIO DIVIDO ENTRE LA RAZÓN Y LOS AFECTOS:  
AUTO-REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS DE CANDIDATAS  
PARLAMENTARIAS EN CHILE**

**INTRODUCCIÓN**

Si analizamos la política desde una perspectiva de género, notamos que ha sido elaborada a partir de la época clásica desde la perspectiva masculina, y que se arraiga en la tradicional dicotomía público/privado, en la cual las mujeres aparecen vinculadas al mundo de los afectos y no al de la razón y deliberación. A partir de ello, se comprende el subsecuente destierro temprano de la política y la tardía concreción de uno de los derechos políticos fundamentales de la vida pública, como es el sufragio universal.

Desde la vida republicana occidental y durante mucho tiempo, política y mujer fueron consideradas antítesis una de la otra (Castellanos, 1996). Desde una perspectiva de género, la rigidez de los imaginarios y representaciones sobre los roles femeninos restringen la participación de mujeres en igualdad de condiciones con los hombres en “todos los espacios de la vida social extra doméstica”, como viene a ser el de la política. (Provoste, 2011, p.148). En Chile las cifras de mujeres en puestos de poder político, como en los escaños parlamentarios, se mantienen bajas. Por esta razón, se habla de infra-representación femenina en política.

En la política mediatizada contemporánea, internet juega un rol clave reduciendo las barreras de entrada a las informaciones claves para la ciudadanía. Ello implicaría que cada persona puede participar mucho más activamente en el debate público, a partir de este tipo de democratización en las comunicaciones. En ese sentido, la apropiación de las plataformas *on line* para el consumo de información, destaca como una forma de participación política (Scherman y Arriagada, 2012).

Considerando las últimas elecciones parlamentarias en Chile, abarcamos los imaginarios sociales de esta arena política, a través de las auto-representaciones sociales

construidas por las candidatas al Congreso Nacional de Chile en nuevos medios de comunicación, para indagar si estamos frente a un tradicionalismo o progresismo en materia política y de género.

## **MEDIOS Y POLÍTICA**

En el marco del “notable incremento del acceso y consumo de Internet, la diversificación mediática y la convergencia tecnológica” (Amigo, Bravo y Osorio, 2014, p.136), es posible apreciar un una apertura hacia las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (NTICs) -caracterizadas por una base electrónica y procesamiento digital- en la que los tradicionales medios también se acoplan, adecuando sus contenidos y formatos.

La política mediatizada contemporánea está configurada por “la expansión e institucionalización de los medios de comunicación social, como agentes organizativos y articuladores de un espacio social simbólico” (Aracibia, 2006, p.71). Esto ha tenido efectos en la forma en que se desarrolla el ejercicio político, que tradicionalmente se desenvolvía en torno a la palabra -el imperio del *logos*- y que ahora, cede espacio a otras formas de lenguaje, como son los elementos visuales e iconográficos.

Sobre todo en un periodo elecciones, es difícil encontrar alguna campaña política que solo informe y persuada a través del texto lingüístico escrito, así como otra que solo se base en la imagen para sus propósitos. La palabra y la imagen obedecen a lógicas diferentes<sup>1</sup> y a una estructura propia, que se conjugan mutuamente en la interpretación del mundo que construyen los medios. Pero las ilustraciones, al igual que las palabras en los medios, nunca son neutrales ni menos una exhibición arbitraria. Los medios, como aparatos culturales de producción y reproducción de discursos ideológicos, configuran un régimen de politicidad según “prácticas de inclusión y exclusión”, (in)visibilidad, “irrupción y prescripción” y (des)legitimación de ciertos sujetos y relaciones sociales (Arancibia, 2006, p.31-33). En este sentido, posicionan una determinada visión de mundo siendo un poderoso factor aglutinante para los miembros de una comunidad en la creación de consenso (Lochard y Boyer, 2004).

---

<sup>1</sup> El texto escrito se comprende, en primer lugar, por la racionalidad, y en un segundo, con los sentidos. Las imágenes, en cambio, se perciben “en inmediatez a un nivel irreflexivo” y constituyen la forma más rápida de acceder a una figura de la realidad (Ortega, 2009, p.170).

Los medios son “parte constitutiva y constituyente del litigio por la hegemonía interpretativa de la sociedad” (Arancibia, 2006, p.92) en los procesos de difusión, propaganda y propagación dentro de las representaciones mediáticas. Parafraseando a Moscovici (1961), se trata de intermediadores en la trasmisión amplia de diversos contenidos de interés general; que refuerzan o modifican ciertas prácticas en los individuos y que, con conocimientos más especializados, también “se dirigen a un grupo específico con la intención de ajustar sus ideas” (Calonge, 2006, p.79).

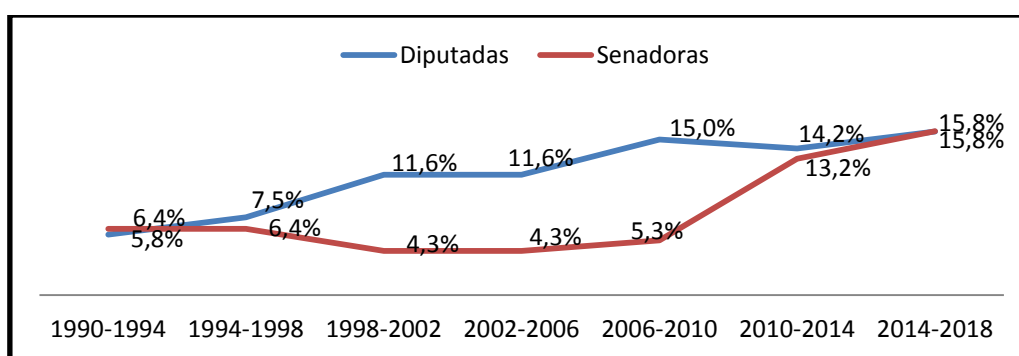
Ello nos habla del componente político de los soportes comunicacionales en tanto tienen la capacidad de influir e incidir sobre los debates públicos, y a la vez, estos últimos también pueden favorecer o repercutir en la construcción de los objetos mediáticos (*agenda-setting*). Esto supone una mutua relación entre los medios y la sociedad, un complejo proceso de circulación cultural y simbólica entre los sujetos, los medios y la discusión social pública, no exenta de negociaciones y resistencias en cuanto a la movilización del imaginario colectivo (Amigo, Bravo y Osorio, 2014; Lochard y Boyer, 2004).

## **IMAGINARIO DE GÉNERO EN POLÍTICA**

Entendemos imaginario como “un conjunto real y complejo de imágenes mentales, producidas en una sociedad a partir de herencias, creaciones y transferencias relativamente conscientes, conjunto que funciona de diversas maneras en un época determinada y que se transforma a una multiplicidad de ritmos (Escobar, 2000 en Martínez y Muñoz, 2008). Instituido e instituyente a la vez, se construye y moldea en el ambiente cultural, configurando contextos simbólicos de interpretación que enlazan representaciones colectivas producidas socialmente (Baeza, 2008). En este marco, la redefinición de los ritmos y relevancias de un imaginario (Pintos, 2005) estriba en el quehacer de los actores sociales, tanto en la comunicación verbal como no verbal de la vida cotidiana, donde los medios tienen injerencia.

Sobre esta manera particular de ver el mundo, y desde una perspectiva de género en política, es en la cúpula “donde las mujeres rara vez penetramos. Todo proclama que en este lugar solo hay varones y que nada puede estar más lejos de lo femenino” (Castellanos, 1996, p.38-39). Precisamente, “las diferencias sociales entre los géneros, han colaborado justificar que “las mujeres no necesitan representación social ni política fuera del ámbito privado” (Facio y Fries, 1999, p.51). Por ello que su presencia, concreta y simbólica en estos espacios es de relevancia.

Si miramos las cifras de mujeres en puestos de poder político como es el Parlamento, observamos un incremento desde 1990, cuando bordeaba el 6% en ambas cámaras. En un periodo de más de veinte años, ésta se ha elevado 2,6 veces (ver ilustración 1). No obstante, este aumento es todavía insuficiente para poder hablar de una real representación femenina en el Congreso Nacional, si se compara con el panorama dentro del continente y a nivel internacional. En América Latina el promedio es de 25,93% de mujeres en los Parlamentos, por encima del promedio mundial (19,25%). En este último ranking, lideran Ruanda (63,8%), Bolivia (53,1%) y Cuba (48,3%). Chile se encuentra en el puesto 87, con 15,8% (PNUD-UIP, 2012).



**Gráfico 1.** Distribución porcentual de las mujeres en el Congreso Nacional de Chile.  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Cámara de Diputados, 2014.

Diversos estudios sobre género y medios dan cuenta de la desproporcionada representación de mujeres en relación a su presencia y contribución en el mundo social. En la denominada *aniquilación simbólica*, encontramos desigualdad no solo en la frecuencia de aparición como protagonistas, sino también en cuanto a los temas en los que ellas aparecen, generalmente vinculadas al estatus marital y al aspecto físico personal, aspectos que no suelen resaltarse cuando los protagonistas son varones en los medios. Asimismo, en política las mujeres suelen estar ausentes (Rovetto y Simelio, 2012; Corporación Humanas, 2011; Marco, 1996; Matterlart, 1982). Junto a ello, existe escasez de propuestas reales y debates ideológicos en cuanto a la agenda de género en el espacio público y político para el desarrollo democrático (Baeza, 2015; Baeza, 2014; Corporación Humanas, 2011).

Así, en un contexto de infra-representación femenina en política, donde los medios conforman parte de nuestra percepción imaginal de la realidad y constituyen “el nuevo foro de discusión pública”, donde se dilucidan algunos temas que afectan a la ciudadanía (Bach et al.,

2000), vale la pena preguntarse por aquellas imágenes de mujeres en un periodo de campaña política cuando son ellas mismas quienes se apropian de las NTICs.

## **METODOLOGIA**

Siguiendo un enfoque cualitativo, nos enfocamos en la comprensión de las Representaciones Sociales (RS), entendidas como “una modalidad particular de conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos” (Moscovici, 1979, p.17-18), cuya riqueza estriba en que son los sujetos quienes articulan y transforman los saberes formales en sentido común, interviniendo “la organización de las imágenes que ordenan el mundo” y orientando hacia la acción (Sandoval, 2004, p.71). Desde una perspectiva holística, se trata de entender el conjunto de cualidades interrelacionadas” (Mejía, 2004, p.278) sobre la comunicación política desde una perspectiva de género.

Esta investigación es de carácter descriptivo-exploratorio, y de alcance transversal, cuya estrategia de producción de información fue una revisión documental de textos escritos e imágenes, a partir de las cuentas de *Twitter* de las aspirantes al Congreso Nacional para el periodo 2014-2018. La elección de esta institución, responde al aporte a la consolidación democrática que supone, por la posibilidad de ampliar la participación ciudadana mediante una legislación con perspectiva de género, y que no está ajena a prácticas sociohistóricas patriarcales que pone en aprietos la autonomía política de las mujeres (Baeza, 2015; Baeza, 2014).

De las 88 mujeres<sup>2</sup> que se presentaron como candidatas a diputadas para los comicios del 17 de noviembre de 2013, se eligieron de manera intencionada algunos casos representativos de la diversidad política e ideológica (Stake, 1999), dentro de la Región Metropolitana por concentrar el mayor número de zonas a representar. Los siguientes criterios fueron:

1. **Accesibilidad:** Inscritas legalmente en las dependencias del Servicio Electoral (SERVEL), y que hubieran creado una cuenta para esta red social, por lo menos 30 días antes de los comicios parlamentarios.

---

<sup>2</sup> El total fue 538 aspirantes, de los cuales 88 fueron mujeres a la Cámara Baja y 12 a la Cámara Alta. El porcentaje de candidatos varones sigue siendo superior al 80% en ambas cámaras (CESOP, 2013).

2. **Heterogeneidad:** Pertenencia a diferentes partidos políticos para inquirir en la variedad de los discursos, privilegiando a los bloques políticos “Alianza por Chile”<sup>3</sup> y “Nueva Mayoría”<sup>4</sup>, ya que la institucionalidad electoral binominal les ofrece mayores garantías de salir electas (15 de las 17 Diputadas del periodo 2010-2014 adscriben a una de las dos coaliciones (Cámara de Diputados, 2013).
3. **Real posibilidad de elección:** Altas probabilidades de ser electas Diputadas, teniendo en cuenta a los siguientes sub-criterios que les conferían visibilidad mediática, trayectoria política, ambas formas de legitimidad para las y los votantes:
- Mujeres que se presentan a reelección parlamentaria en el mismo distrito.
  - Mujeres que se han desempeñado en algún otro cargo político del impacto comunal.
  - Mujeres que constituyen figuras públicas para la ciudadanía.

En función de lo mencionado, fueron 4 las mujeres que entraron en muestra para esta investigación: Marcela Sabat (UDI), Maya Fernández (PS), Camila Vallejo (PC) y Mónica Zalaquett (UDI). A continuación, algunos elementos de identificación y caracterización (ver tabla 1).

	<b>Camila Vallejo</b>	<b>Maya Fernández</b>	<b>Mónica Zalaquett</b>	<b>Marcela Sabat</b>
<b>Profesión:</b>	Geógrafa	Bióloga y Médico Veterinaria.	Comunicadora Social y empresaria	Licenciada en Ciencias Jurídicas
<b>Fecha de nacimiento</b>	28 de abril de 1988	27 de septiembre de 1971	4 de mayo de 1962	4 de abril de 1981
<b>Partido Político</b>	Partido Comunista (PC)	Partido Socialista (PS)	Unión Demócrata Independiente (UDI)	Renovación Nacional (RN)
<b>Bloque Político</b>	Nueva Mayoría	Nueva Mayoría	Alianza por Chile	Alianza por Chile
<b>Re-elección</b>	No	No	No (con el mismo distrito anterior)	Sí

<sup>3</sup>Renovación Nacional (RN) y Unión Demócrata Independiente (UDI) e independientes de derecha.

<sup>4</sup> Partido Socialista de Chile (PS), el Partido Demócrata Cristiano de Chile (PDC), el Partido por la Democracia (PPD) y el Partido Radical Socialdemócrata (PRSD), además del Partido Comunista de Chile (PCCh), la Izquierda Ciudadana (IC), el Movimiento Amplio Social (MAS) e independientes de centroizquierda.

<b>N° Distrito (comunas) a representar:</b>	26 (La Florida)	21 (Providencia y Ñuñoa)	22 (Santiago Centro)	21 (Providencia y Ñuñoa)
<b>Cargos políticos que ha desempeñado en los últimos años</b>	Concejera Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile (FECh) en 2008; Militante de las Juventudes Comunistas desde 2011; Presidenta de la FECh en 2010-2011; Vicepresidenta de la FECh en 2011-2012. Líder del movimiento estudiantil por la educación en 2011.	Concejala de la comuna de Ñuñoa desde 2008	Diputada de las comunas de Cerrillos, Maipú y Estación Central (distrito 20), entre 2010 y 2014.	Militante de RN. Trabajó en la campaña presidencial de Sebastián Piñera en 2005 y 2009. Vocera de este en 2009, mismo año que se presentó de manera inédita como Diputada en del distrito 21. Diputada entre 2010 y 2014.

**Tabla 1. Mujeres que entraron en muestra para análisis de sus (auto)representaciones sociales**

*Fuente: Elaboración propia.*

El levantamiento de información contempló el último mes de campaña política legal previo a los comicios, extendido entre el viernes 18 de octubre y el jueves 14 de noviembre de 2013, ambos días incluidos, según la regulación legal<sup>5</sup> de *Propaganda y Publicidad* de la prensa.

Por último, se trabajó con el análisis crítico (ACD) propuesto por van Dijk (1999), para abordar estas múltiples variedades discursivas, que no son representativas en términos estadísticos, pero interesantes y significativas para poder reconstruir las coherencias, contradicciones y tensiones generadas por las representaciones sociales de género en política.

<sup>5</sup> El Artículo 30, de “Propaganda y Publicidad”, de la Ley 18.700 Sobre Votaciones Populares y Escrutinios, establece que la propaganda electoral por medio de la prensa solo podrá efectuarse desde el trigésimo y hasta el tercer día anterior al de la elección o plebiscito, ambos días inclusive.



## RESULTADOS

**Camila Vallejo** (@camila\_vallejo)

### Significados locales de carácter directo o explícito:

Los comentarios de la red social de la candidata del PC se concentran en política, con la iniciativa “Marca tu voto” con la siglas de AC (Asamblea Constituyente). Sobre esto, escribió “[...] *no es un acto vinculante, es un hecho político que generará fuerza para que la nva [sic] constitución la escriba una AC #Marcatuvoto*” (Twitter Camila Vallejo, 21 de octubre).

En cuanto al trabajo (remunerado) y salud, apela a las luchas de los trabajadores y de la ciudadanía por democratizar recursos económicos. En ese sentido, comparte: “*La excesiva concentración d [sic] la riqueza y las bajas remuneraciones d [sic] [aquellos del] sector público y privado son intolerables*” (ibíd.:22 de octubre). Y “*lucha x [sic] la defensa d [sic] la Salud Pública digna y contra su privatización y precarización*” (ibíd., 14 de noviembre)

Respecto a la educación, sostiene que “*la segregación educativa existe*” (ibíd., 21 de octubre) y promueve el seguimiento de *El Reemplazante*, serie televisiva de un canal nacional, que tematiza las dificultades de escolares en un establecimiento escolar en contexto de riesgo social.

### Significados locales de carácter indirecto o implícito:

Vallejo rescata el rol de los actores sociales en materia política y económica, y de los servicios de salud y educación. Desde la óptica de la justicia social, apela a una ciudadanía empoderada sobre las decisiones a nivel país y a los trabajadores en materia de remuneración, con la consigna de democratizar los recursos para la población. Ello sugiere trabajar por la desigualdad social en su dimensión macro.

### Estructuras formales sutiles:

Para la ex líder del movimiento estudiantil y candidata comunista, las políticas necesariamente adquieren un enfoque de derechos sociales, donde no puede quedar afuera ningún sujeto social. Ello, implicaría reconocer a los adultos mayores dentro de las políticas públicas y no omitirlos o dar por conocidas sus necesidades y demandas.



**Ilustración 1.** Propaganda de campaña de Camila Vallejo.  
*Fuente: Captura realizada por la autora desde Twitter@camila\_vallejo,  
(14 de noviembre de 2013)*

### Contexto:

En los comentarios de la candidata su posición ideológica queda en evidencia en la red social a lo largo del último mes de campaña política, con frases que versan sobre cambios estructurales en política y dentro de las políticas públicas. Sin embargo, llama la atención que en la propuesta de Camila Vallejo no haya un posicionamiento en torno a los problemas de desigualdad de género en Chile, ni siquiera un llamado a mayor participación femenina en política. La única desigualdad importante de abordar sería la de clase, y algunas imágenes de conversación con personas de situación socioeconómica desfavorecida lo respaldan. Las relaciones hombre-mujer no aparecen aquí como un ámbito de conflicto en nuestra sociedad, ni siquiera cuando uno de sus seguidores en esta red social increpa su condición de madre en campaña, con la frase “*tu comando está preparado para dar mamaderas y cambiar pañales???*” (ibíd., 28 de octubre), la cual tampoco respondió por este medio.

### **Maya Fernández (@Mayafernandez)**

#### Significados locales de carácter directo o explícito:

La candidata del PS se inclina hacia el desarrollo y fortalecimiento de la vida de barrio, criticando la intervención desmedida de las inmobiliarias y las repercusiones en la calidad de vida de los vecinos. En ese sentido, se compromete “*con una ciudad amable, a escala humana para todos y todas*” (Twitter Maya Fernández, 19 de octubre) con la iniciativa *Muévete Santiago*, para favorecer el uso de la bicicleta como transporte limpio y un nuevo paradigma de cultura urbana. También apoya la campaña de marcar el voto con la sigla AC, y la demanda de una nueva Constitución para una sociedad más justa.

Una dimensión relevante son las artes (música, pintura y literatura). La candidata socialista utiliza la plataforma web para promocionar actividades dentro de estas disciplinas, como conciertos de piano, remates de obras de arte, e incluso, convocar al “*lanzamiento del libro Salvador Allende<sup>6</sup>/ Presidente de Chile, discursos escogidos 1970/1973*” (ibíd., 4 de noviembre).



**Ilustración 2.** Propaganda de campaña de Maya Fernández.  
Fuente: Captura realizada por la autora desde Twitter@Mayafernandez,  
(28 de octubre de 2013)

En materia de sexualidad y reproducción, se posiciona como defensora del “*aborto terapéutico*” en el país y de la implementación de una “*real educación sexual en los colegios*” (ibíd., 12 de noviembre). En esa línea, declara siempre haber “*condenado la violencia y sobre todo hacia las mujeres en su condición de madres*” (ibíd.).

#### Significados locales de carácter indirecto o implícito:

El discurso de esta candidata combina publicidad favorable hacia el conglomerado político de La Nueva Mayoría y hacia el programa de gobierno de su candidata presidencial, Michelle Bachelet, con lo se infiere la meta de restablecer un gobierno socialista. Con la frase “*hay que reconstruir el vínculo entre la política y la ciudadanía*” (ibíd., 18 de octubre), resalta la tarea pendiente de reconstruir el tejido social y de acercar la política a la gente.

#### Estructuras formales sutiles:

Cuando esta mujer se refiere a la necesidad de una “*real educación sexual*” en los establecimientos educacionales del país, cuestiona la (in)formalidad y transversalidad de este fenómeno, que hasta la fecha, no ha sido tema de amplia discusión pública, sino sujeto a voluntad e ideología de cada escuela.

---

<sup>6</sup> Su abuelo, el ex Presidente de Chile entre 1970 y 1973.

También aprovecha de imputar al Servicio Nacional de Menores (SENAME) respecto al dudoso cuidado de los niños y jóvenes, a partir de la mala reputación generada con la revelación de malas prácticas institucionales. Para ella, ha de ser menester articular políticas públicas de infancia. En sus términos: *“el sename [sic] como está hoy día no da garantías a los niños, se deben hacer transformaciones profundas que proteja realmente a los niños”* (ibíd., 11 de noviembre).

#### Contexto:

Se observa cierta apropiación de un discurso de género, en lo que concierne a educación, aborto, y violencia. No obstante, más allá de algunas proposiciones, no existe un desarrollo argumentativo de envergadura que dé cuenta, realmente, del alcance de su progresismo en estas temáticas. Tampoco acerca del rol o los roles que le competen principalmente a las mujeres en nuestra sociedad y como sería posible de-construir algunas miradas hegemónicas en torno a aquello. Resulta que sus comentarios no se orientan a generar debate, sino consenso en otros aspectos menos controversiales como las artes, el cuidado ambiental o de los niños.

#### **Mónica Zalaquett (@monicazalaquett)**

##### Significados locales de carácter directo o explícito:

La candidata UDI hace hincapié sobre la necesidad de mayor participación femenina, siendo que para *“el apoyo transversal de las mujeres en política.... Es importante que el Congreso tenga mujeres parlamentarias”* (Twitter Mónica Zalaquett, 14 de noviembre).

Zalaquett da centralidad a la difusión de sus entrevistas, y también a la importancia de debatir con otras y otros políticos en el marco de la campaña. Así, por ejemplo, escribe *“Gracias por la invitación de @Cooperativa en este debate de mujeres y política”* (ibíd., 17 de octubre) o *“Gracias TVN por el debate donde estuvimos todos los candidatos invitados”* (ibíd., 26 de octubre).

Dentro de los terrenos de campaña expuestos, resalta la conversación con comerciantes del centro de Santiago *“víctimas de encapuchados en cada una de las marchas”* (ibíd., 5 de noviembre) sobre los destrozos de las movilizaciones sociales que allí se generan. Para ello, agrega que *“debemos promover una política de barrios integrados. Donde los*

*vecinos cuenten con todas las garantías [sic] para vivir digna y tranquilamente” (ibíd., 13 de noviembre).*

En materia educativa, por otra parte, propone trabajar contra la violencia de género que afecta principalmente a las mujeres en nuestro país. La candidata señala *“Contra femicidio + educación +Educación +Prevención +Protección para las mujeres si queremos erradicar femicidio en Chile. Solo aumentar penas nunca será suficiente!”* (ibíd., 27 de octubre).

#### Significados locales de carácter indirecto o implícito:

Su propuesta para contrarrestar la violencia de género contra la mujer en la población desde lo cultural y no desde lo jurídico, podría constituir una mirada progresista. Sin embargo, no existen mayores alusiones a esta iniciativa que el comentario analizado a finales de octubre, acerca de qué tipo de educación se necesitaría para abordar este fenómeno. En esta plataforma, cobran sentido las expresiones relativas a su superioridad moral femenina, como la honestidad y el compromiso que la candidata recibe y re-twittea para sus seguidores.



**Ilustración 3.** Propaganda de campaña de Mónica Zalaquett.  
Fuente: Captura realizada por la autora desde Twitter@monicazalaquett,  
(13 de noviembre de 2013)

#### Estructuras formales sutiles:

Además de las instancias de conversación política que la candidata destaca, de manera contrastante, otorga espacio a instancias de preparación de alimentos televisados y a la relevancia que tendría para las mujeres el conocimiento culinario. De este modo, escribió estar *“feliz de haber conocido a la Sra. Carmelita, la reina de las recetas caseras de Stgo. Una tremenda mujer!!!”* (ibíd., 27 de octubre). Siguiendo con esta idea, apela al rol central de

la familia en materia de campaña. Varias de sus fotografías, dan cuenta de la representación que Zalquett constituiría para la familia, en especial para dueñas de casa y madres.

Contexto:

En estos twitter se observa la importancia de mantener el orden público por sobre la generación de transformaciones societales. La integración y seguridad, por tanto, se erigen como valores sociales en desmedro de la ampliación de derechos. En cuanto al género, en sus discursos Mónica Zalaquett defiende la mayor participación en política y sobre todo en el Parlamento chileno o en otras palabras, una redistribución del poder en la institucionalidad; no obstante, se presenta como una mujer pro familia y cercana a los quehaceres domésticos, aspectos tradicionales en relación a lo privado.

**Marcela Sabat**(@MarceSabat)

Significados locales de carácter directo o explícito:

En los twitter de la candidata de RN, está la constante representación como mujer afectuosa y cálida. Sobre todo con los niños, a quienes define como “*mágicos y únicos*” (ibíd., 23 de octubre), con quienes aparece constantemente en fotografía. No obstante, no se posiciona en cuanto a alguna política de infancia, sino que solamente promociona actividades lúdico-recreativas con estos sujetos. Con los adultos mayores sucede algo similar. La candidata posa frente a la cámara y solamente se refiere a ellos en el marco de un posible proyecto que reduzca las contribuciones y el precio de la locomoción colectiva a este grupo etario. En materia de educación, se refiere únicamente a la impronta de incluir a niños con necesidades educativas especiales y en beneficiar a la juventud con la eliminación de cobros de titulación y un plan facilitador de inserción laboral.



**Ilustración 4.** Propaganda de campaña de Marcela Sabat.  
Fuente: Captura realizada por la autora desde Twitter@MarceSabat,  
(23 de octubre y 1 de noviembre de 2013)

El resalte de sus atributos estéticos y aptitudes para el cargo parlamentario por parte de sus seguidores de esta red social son altamente difundidos por Sabat, a quien se le denomina de “bella”, “guapa”, “simpática” o “la estupenda”, y además, de mujer “trabajadora”, “preparada”, “perseverante” (ibíd., 25 de octubre-11 de noviembre).

Sobre el aborto, con la siguiente expresión es categórica con el rechazo a la legislación cuando está en peligro la salud de la madre: “*eso requiere una ley de aborto terapéutico?// No*” (ibíd., 30 de octubre). Aunque esta mujer no expone los argumentos de su tajante negativa, se infiere que tampoco estaría de acuerdo con otras situaciones que pudieran desembocar en la interrupción de la gestación.

En términos de políticas de género, la candidata solo indica la inauguración de un nuevo “*Centro penitenciario femenino de San Miguel. [que significa] un gran avance en polít.carcelaria [sic] con enfoque de género*” (ibíd., 25 de octubre).

#### Significados locales de carácter indirecto o implícito:

La candidata confiere fragilidad a los infantes y a los adultos mayores, para los cuales ella aparece como eminente protectora de estos sujetos “más vulnerables” y “abandonados”. Sus variadas fotografías la representan como mujer afectuosa, pero a la vez con carácter para la política, dado el eminente respaldo ciudadano que recibe para que continúe con la labor legislativa. De tal modo, es que se defiende de las acusaciones de privilegios de campaña realizados por Luis Mariano Rendón, contra el edil de Ñuñoa, Pedro Sabat, a favor de la publicidad de la candidatura de su hija, a quien trató “pinturita”. A lo que Marcela respondió que ello se trataba de “violencia contra la mujer” (ibíd., 29 de octubre).

#### Estructuras formales sutiles:

Acerca del proyecto que pretende rebajar la remuneración económica de aquellos parlamentarios que no asisten suficientemente al Congreso: “*Parlam. q [sic] no trabaja no recibe sueldo*” (ibíd., 30 de octubre), Sabat refuerza la impresión de haber realizado un trabajo efectivo en su anterior periodo legislativo, motivo para seguir en el cargo. Esto se ve reforzado con las expresiones de apoyo que la califican de trabajadora y con capacidad sobresaliente. Llama la atención que cuando se refiere a avances en materia de género en las cárceles, Sabat no brinda detalles en qué aspectos estas instituciones de control social

implementarían medidas para su funcionar, que consideren las relaciones socioculturales entre mujeres y hombres.

#### Contexto:

En estos comentarios se distingue una mirada de beneficencia-caridad por sobre los derechos sociales para los adultos mayores, jóvenes e infantes. La excesiva cercanía a los niños, población no votante, destacan la alegoría de la madre. Junto a su belleza, es que intenta permanecer en el escaño parlamentario, aprovechando elementos los roles tradicional de género como son la reproducción, la superioridad moral femenina.

### **DISCUSIONES A LA LUZ DEL GÉNERO EN LOS MEDIOS Y EN POLÍTICA**

Camila Vallejo (PC), privilegió los elementos de la desigualdad de clase en términos macro o estructurales en desmedro de la desigualdad de género, y los obstáculos que enfrentan las mujeres para desempeñarse en política y en otras esferas de la sociedad. En este nuevo medio de comunicación, y desde su evidente progresismo en política por su relación con las Juventudes Comunistas, se representa a sí misma como candidata distante del bloque Nueva Mayoría. En cuanto al género, aparece indiferente (ni progresista ni tradicional) a esta desigualdad relacional basada en los cuerpos y significados atribuidos socialmente a estos. Llama la atención, dado que parte de la discusión mediático-público meses antes en otros medios fue precisamente la aparente contradicción entre el rol materno y el rol político que pudiese desarrollar una mujer.

Maya Fernández (PS), sí se posicionó en cuanto a problemáticas que afectan de manera específica a las mujeres tanto en temas que generan controversia y otros que aún no despiertan la discusión pública. Sin embargo, no hizo reiteración o argumentación mayor acerca de sus convicciones, por lo que podemos decir se encuentra a medio cambio entre el progresismo de género y la indiferencia. En política y a diferencia de Vallejo, se auto representa medianamente progresista en esta materia, por su inclinación hacia las reformas más que hacia la transformación.

Mónica Zalaquett (UDI), se representó a sí misma como promotora de la normatividad y mantención del orden para el eventual siguiente periodo legislativo, en vez de cambios profundos a las estructuras de la sociedad chilena o la invitación de otras y otros actores



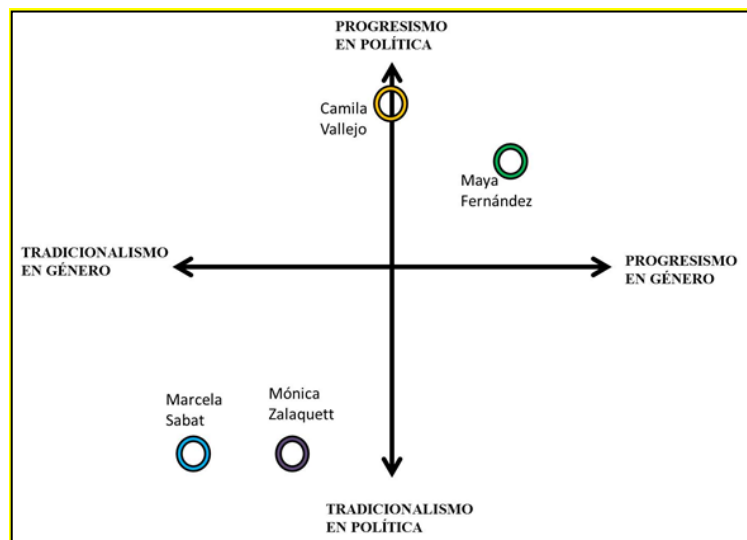
sociales a participar de la actividad política. En ese sentido, constituye una mujer tradicional en el eje política. En cuanto al género, enfatizó la mayor presencia de mujeres en el Congreso, no obstante, mantuvo intactos los roles de madre y esposa para las mujeres, no apuntando a desentrañar los núcleos duros en materia de derechos. Pese a que se refirió a algunas problemáticas específicas relacionadas con el género, predominó el resguardo de la familia y la mantención del lugar histórico de las mujeres en lo privado, por lo que podemos decir que encarna un tradicionalismo moderado en género.

Marcela Sabat (RN), se representó en su red social como mujer-madre y guardiana de niños y ancianos en su condición de vulnerables, tajantemente defensora de la vida y no de los derechos de las mujeres para decidir sobre sus cuerpos. Su perspectiva de cambio social gira en torno a compensaciones económica, no así a cambios culturales, como podrían ser las relaciones entre hombres y mujeres. Su representación es totalmente tradicional tanto en materia de género, como en política, donde se sirve de su objetivación estética para proponer la mantención social mediante su quehacer como parlamentaria.

En su posición de candidatas, solo aquella de la UDI, logró referirse a la importancia de que haya mayor cantidad de mujeres en el Parlamento chileno. El problema es que no se hace desde una perspectiva de género, sino meramente mujerista, donde, al igual que la candidata de RN, no trastoca las atribuciones sociales hegemónicas que recaen sobre los cuerpos femeninos. La candidata del PS, se acerca, pero no alcanza a profundizar la importancia de la distribución del poder al interior de los escaños del Congreso Nacional. Por último, la carta parlamentaria del PC no se posicionó en torno a los debates sobre las relaciones sociales construidas sobre el sexo y solo se refiere a cómo combatir las desigualdades de clase. Las Representaciones Sociales analizadas y discutidas, se muestran de manera resumida en un plano cartesiano teórico cuyos ejes son tradicionalismo-progresismo en género y política (ver ilustración 5).

Los resultados de esta investigación sostienen que las mujeres cuyo posicionamiento político es de derecha (UDI, RN) emplean estrategias mediáticas más cercanas a los afectos y al rol tradicional femenino en lo privado. Las de izquierda (PC, PS), en cambio, emplean estrategias de persuasión racional para llegar al electorado de sus respectivos distritos. Sin embargo, el trasfondo teórico-práctico acerca de las relaciones de género, es decir, la

problematización en torno a la desigualdad que enfrentan las mujeres, no fue un tema central discutido por ellas.



**Ilustración 5.** Clasificación de las representaciones sociales de las candidatas parlamentarias  
*Fuente: Elaboración propia.*

Es, precisamente, en el desarrollo de la conciencia de género de las mismas mujeres donde se ha de esperar acciones y medidas orientadas a la transformación del sistema patriarcal (Araujo, 2002). Si las candidatas no son referentes orientadores para que más mujeres cuestionen la lógica de la diferencia sexual (Castillo, 2011) y puedan sumarse e irrumpir en el espacio público, a hacer valer sus derechos y hacer escuchar sus demandas más allá de la expectativa de reproducción social, posiblemente las desigualdades de representación y representatividad en estos espacios permanecerán.

Al no problematizar de manera amplia las relaciones desiguales entre los géneros, estas mujeres en sus (auto)representaciones sociales mediáticas, tienden a reproducir y difundir estereotipos sociales arraigados en el imaginario, sin cuestionarlos mayormente.

Estos persistentes criterios ideológicos o pautas culturales arraigadas en la sociedad que envuelven a las mujeres, constituyen el principal enemigo de la libertad y la democracia (Marco, 1996). Para combatir las desigualdades profundas existentes por razón de sistema sexo/género se ha de modificar el comportamiento y apropiación de los agentes mediáticos en torno a la representación de las mujeres. Por ello, concluimos que es preciso abrir los medios de comunicación al género para ampliar las imágenes y modelos de mujer para las actuales y nuevas generaciones.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**Amigo, B., Bravo, M.C., y Osorio, P.** (2014). Telenovela, recepción y debate social. En *Cuadernos.Info*, 35, 135-145.

**Arancibia, J.P.** (2006). *Comunicación Política. Fragmentos para una genealogía de la mediatización en Chile*. Santiago: Universidad ARCIS.

**Araujo, K.** (2002). *Género y movimientos sociales, retos para la acción colectiva*. Programa Mujer y democracia en el MERCOSUR. ISIS Internacional. Movimiento Pro Emancipación de la Mujer (MEMCH). Santiago: Fundación Instituto de la Mujer.

**Bach, M., Altés, E., Gallego, J., Plujá, M., y Puig, M.** (2000). El sexo en la noticia. Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo. Barcelona: Icaria.

**Baeza, M.** (2008). *Mundo real, mundo imaginario social: Imaginario social del ser-otro: el inmigrante. Teoría y práctica de sociología profunda*. Santiago de Chile: RIL Editores.

**Baeza, A.** (2014) ¿Mujeres en la arena política? Representaciones sociales de las candidatas parlamentarias en Chile de 2013. *Memoria para optar al título profesional de Socióloga*. Departamento de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Chile. Santiago de Chile.

**Baeza, A.** (2015). ¿Mujeres en la Arena Política? El Discurso Periodístico Acerca de las Candidatas Parlamentarias en Chile de 2013. *Comunicación y Medios*, 30, 176-200.

**Calogne, S.** (2006). La representación mediática: teoría y método. *Revista da Psicologia da Educação* 23, 75-102.

**Cámara de Diputados** (2014). *Diputados*. Recuperado de: <http://www.camara.cl/camara/diputados.aspx#tab> [consultado el 2 de diciembre de 2014]

**Castellanos, G.** (1996). Género, poder y posmodernidad: Hacia un feminismo de la solidaridad. En Luna, L., y Vilanova, M. (comps). *Desde las orillas de la Política. Género y Poder en América Latina*. Seminario Interdisciplinar Mujeres y Sociedad (SIMS). Barcelona: Institut Català de la Dona (ICD), Generalitat de Catalunya. Universidad de Barcelona.

**Castillo, A.** (2011). La autonomía política de las mujeres en las democracias elitistas. En Largo, E. (ed.). *Autonomía política de las mujeres. Algunas reflexiones*. Santiago: Corporación Humanas.

**CESOP** (2013). Solo 12 mujeres son candidatas al Senado y 88 a la Cámara de Diputados de un total de 548 [sic] postulantes. Elecciones 2013. *Boletín CESOP N°1*, Agosto. Santiago de Chile. Recuperado de:

[http://www.ucentral.cl/prontus\\_ucentral2012/site/artic/20130827/asocfile/20130827170922/bolet\\_n\\_cesop\\_ucen\\_elecciones\\_parlamentarias\\_2013.pdf](http://www.ucentral.cl/prontus_ucentral2012/site/artic/20130827/asocfile/20130827170922/bolet_n_cesop_ucen_elecciones_parlamentarias_2013.pdf) [consultado el 4 de mayo de 2015]

**Corporación Humanas** (2011). *Representación Social de las Mujeres en los Partidos Políticos y Medios de Comunicación* en Chile. Serie Género y Política. Santiago: Corporación Humanas. Recuperado de: <http://www.humanas.cl/wp-content/uploads/2011/12/mujeres-y-repres.pdf> [consultado el 10 de abril de 2013]

**Elizalde, A.** (2003). Reflexiones sobre la nueva divisoria digital. La declaración de la sociedad civil a la cumbre mundial de la sociedad de la información. En Porrás, J.I., y Araya, R. (eds.). *e-democracia. Retos y Oportunidades para el fortalecimiento de la participación ciudadana y la democracia en la Sociedad de la Información*. Colección Tecnología y Sociedad. Santiago: Universidad Bolivariana.

**Facio, A., y Fries, L.** (1999). Feminismo, género y patriarcado. En Facio, A. y Fries, L. (eds.) *Género y Derecho*. Colección Contraseña Estudios de Género. Serie Casandrea. Santiago: LOM.

**Lochard, G. y Boyer, H.** (2004). *La Comunicación Mediática*. Barcelona: Gedisa.

**Marco, A.** (1996). Las mujeres en prensa. En Portugal, A.M., y Torres, C. (ed). *Por todos los medios. Comunicación y Género*. N°23. Santiago: ISIS Internacional, Ediciones de las Mujeres.

**Martínez, J., y Muñoz, D.** (2008). Aproximación teórico-metodológica al imaginario social y las representaciones colectivas: apuntes para una comprensión sociológica de la imagen. *Universitas Humanística*, 67, 207-221.

**Mattelart, M.** (1982). *Mujeres e industrias culturales*. Barcelona: Anagrama.

**Mejía, J.** (2004). Sobre la investigación cualitativa. Nuevos conceptos y campos de desarrollo. *Investigaciones Sociales*, 8 (13), 277-299.

**Moscovici, S.** (1979) *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.

**Ortega, M.** (2009). Metodología de la sociología visual y su correlato etnológico. *Argumentos*, 59, (22), 165-184.

**Pintos, J.** (1995). Orden social e imaginarios sociales. Una propuesta de investigación. *Papers*, 45, 101-118.

**PNUD-UIP** (2012) *Informe Parlamentario Mundial. La naturaleza cambiante de la representación parlamentaria*. Dinamarca: PNUD. Recuperado de: <http://www.undp.org/content/dam/undp/library/Democratic%20Governance/Parliamentary%2>

[0Development/Global%20Parliament%20Report%20Spanish%20WebReady-15March2012.pdf](#) [consultado el 8 de mayo de 2015]

**Provoste, P.** (2011). Tiempo de autonomía: La igualdad de género en el ámbito privado. En Largo, E. (ed.). *Autonomía política de las mujeres. Algunas reflexiones*. Santiago: Corporación Humanas.

**Rovetto, F., y Simelio, N.** (2012). Diferencias de género en los medios de comunicación. Análisis de la invisibilización del trabajo de las mujeres en la prensa española. *Enfoques*, 24, 31-52.

**Sandoval, J.** (2004). *Representación, discursividad y acción situada. Introducción crítica a la psicología del conocimiento*. Valparaíso: Universidad de Valparaíso

**Scherman, A., & Arriagada, A.** (2012). Disposition to vote and media consumption patterns among Chilean youth. *Comunicación y Sociedad*, 1(25), 85-112.

**Stake, R. E.** (1999). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata.

**Van Dijk, T.** (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 186, 22-36.