

Representaciones de candidatas parlamentarias en nuevos medios de comunicación¹

Representations of women parliamentary candidates in new media

Representações de candidatas parlamentárias nos novos meios de comunicação

ANDREA BAEZA REYES, Universidad de Chile, Santiago, Chile (andreaa.baeza@gmail.com)

SILVIA LAMADRID ÁLVAREZ, Universidad de Chile, Santiago, Chile (slamadr@u.uchile.cl)

RESUMEN

Este artículo indaga en las representaciones sociales construidas por candidatas parlamentarias durante su campaña electoral de 2013 en Chile. Considerando la baja representación política femenina y el rol de los nuevos medios en la política mediatizada, se revisaron las cuentas de Twitter de mujeres aspirantes al Congreso Nacional para el periodo 2014-2018. Aplicando un análisis crítico de discurso, se detectaron representaciones progresistas o tradicionales en términos de política, pero indiferencia respecto de problemáticas de género, o su reducción a asuntos de familia. Ello supone desafíos a la representación mediática de las necesidades de las mujeres para su autonomía política.

Palabras clave: nuevos medios de comunicación, género, campañas parlamentarias, análisis crítico del discurso (ACD).

ABSTRACT

This paper investigates the social representations built by parliamentary female candidates during the 2013 electoral campaign in Chile. Considering the low female political representation and the role of new media for mediated politics, we revised the Twitter accounts of women aspiring to the National Congress for the period 2014-2018. Applying a critical discourse analysis, we detected progressive or traditional representations in terms of politics, but indifference regarding gender issues or their reduction to family topics. This poses challenges to the media representation of the women's needs for their political autonomy.

Keywords: new media, gender, parliamentary electoral campaigns, critical discourse analysis (CDA).

RESUMO

Este artigo pesquisa nas representações sociais construídas por candidatas à Câmara e ao Senado durante a campanha eleitoral de 2013, no Chile. Considerando a baixa representação política feminina e o papel dos novos meios na política mediatizada, foram analisadas as contas de Twitter das mulheres candidatas ao Congresso Nacional para o período de 2014 a 2018 e, aplicando uma análise crítica do discurso, foram detectadas representações progressistas ou tradicionais em termos de política, mas indiferença no que diz respeito a questões de gênero, ou sua redução a assuntos de família. Isto implica a existência de desafios para a representação midiática das necessidades das mulheres relacionadas à sua autonomia política.

Palavras-chave: novos meios de comunicação, gênero, campanhas parlamentares, análise crítica do discurso (ACD).

Forma de citar:

Baeza, A. y Lamadrid, S. (2016). Representaciones de candidatas parlamentarias en nuevos medios de comunicación. *Cuadernos.info*, (39), 67-86. doi: 10.7764/cdi.39.784

INTRODUCCIÓN

Chile se ve afectado por problemas de representación política y representatividad. Las cifras de mujeres en los escaños parlamentarios se mantienen bajas en comparación con el promedio de la región, y aún más lejanas de las de países europeos, por lo que algunas autoras hablan de infrarrepresentación en materia política (Provoste, 2011; Valdés, 2011; Zúñiga, 2013).

A partir de la época clásica, la política ha sido elaborada desde la perspectiva masculina, y se ha sustentado 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 su subsecuente destierro de la política y la tardía concreción que tuvo en su caso, por ejemplo, uno de los derechos políticos fundamentales de la vida pública como es el sufragio universal (Biblioteca del Congreso Nacional [BCN], 2005; Lamadrid, 2010).

Desde los inicios de la vida republicana occidental y durante mucho tiempo, política y mujer fueron consideradas antítesis una de la otra (Castellanos, 1996). La rigidez de las representaciones y roles femeninos “no solamente restringen desde el espacio privado la participación de mujeres en igualdad de condiciones con los hombres”, sino que se extienden a “todos los espacios de la vida social extra doméstica”, como viene a ser el de la política (Provoste, 2011, p.148). En ese sentido, se trata de una configuración social que legitima el rol secundario de las mujeres, incidiendo en su participación en esta esfera.

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, pp.38-39). Precisamente, en el mundo occidental “las diferencias sociales entre los géneros [que] se han empleado para representar simbólicamente las relaciones de poder” (Ibíd., p. 40), han colaborado en justificar que “las mujeres no necesitan representación social ni política fuera del ámbito privado” (Facio & Fries, 1999, p. 51). Frente a tal discurso, su presencia concreta y simbólica en los espacios de representación pública, se hace extremadamente relevante.

Considerando las últimas elecciones parlamentarias de 2013 en Chile, este escrito se aboca a la dimensión simbólica de la arena política, susceptible de ser analizada a través de las representaciones sociales construidas por las candidatas al Congreso Nacional en nuevos medios de comunicación. En la actualidad, los medios configuran “el nuevo foro de discusión pública

y un espacio privilegiado donde se dilucidan los temas que afectan a la ciudadanía en general”, conformando parte de nuestra percepción de la realidad: de cómo nos vemos a nosotros mismos y a los demás (Bach, Altés, Gallego, Plujá & Puig, 2000, p. 4).

Sobre la base de lo anterior, esta investigación indaga, desde una perspectiva de género, los tópicos sobre los cuales las mismas candidatas articulan campos de representación femenina, para caracterizarlas en términos de tradicionalismo o progresismo político y de género.

ANTECEDENTES SOBRE MUJERES EN POLÍTICA

La cantidad de mujeres parlamentarias en 1990 bordeaba el 6% (ambas cámaras), cifra que se ha elevado 2,6 veces en un periodo de más de veinte años (gráfico 1). No obstante, este aumento es todavía insuficiente para poder hablar de una real representación femenina, si se compara con el panorama dentro del continente y a nivel internacional.

América Latina promedia 25,93% de mujeres en las instituciones legislativas, más de seis puntos porcentuales por encima del promedio mundial (19,25%). En este *ranking*, se ubican en los tres primeros lugares Ruanda (63,8%), Bolivia (53,1%) y Cuba (48,3%). Chile se encuentra en el puesto 87, con apenas 15,8% (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo-Unión Interparlamentaria [PNUD-UIP], 2012).

Las diferencias de la participación femenina en los Parlamentos a nivel mundial han encontrado argumento en las barreras estructurales derivadas del nivel de desarrollo socioeconómico de las naciones, donde los países con mayor crecimiento y avances sociales habrían de mostrar mejores índices de igualdad de género. También estarían las barreras institucionales que perduran en la democratización, en los sistemas de representación electoral y en las operaciones de los partidos políticos. Procesos de signo opuesto a esas trabas serían las medidas de acción afirmativa, como las cuotas de género. Sin embargo, el progreso en los anteriores factores no se traduce necesariamente en beneficios para la vida de las mujeres. Así, países con las mismas características pueden mostrar diferentes grados de participación femenina en cargos de elección popular (Inglehart & Norris, 2003).

El desarrollo humano es un proceso de transformación social complejo, multifacético, donde “no todos los ámbitos (...) avanzan de la mano para mejorar la posición de las mujeres en todas las sociedades” (Inglehart & Norris, 2003, pp. 20-21; traducción

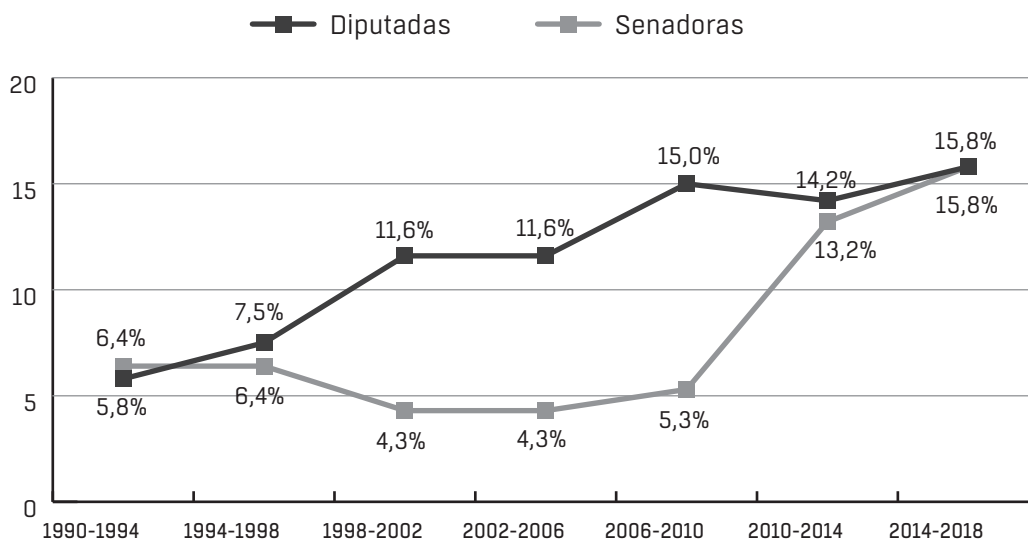


Gráfico 1. Distribución porcentual de las mujeres en el Congreso Nacional de Chile

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Cámara de Diputados (2013, 2014) y BCN (2012).

propia). En función de esto, surge la importancia de observar las barreras culturales sobre la política y la constitución de liderazgos femeninos, haciendo hincapié en comparar las actitudes favorables hacia la participación de las mujeres en el ámbito público en las distintas sociedades. Los estudios de Inglehart y Norris (2003) muestran una relación fuerte y significativa entre dicha actitudes y el aumento de la proporción de mujeres en los Parlamentos a nivel mundial. Tal como sostienen estos autores, es “la cultura la que conduce el éxito de las mujeres en los cuerpos electorales y no al revés” (p. 139).

Chile presenta un alto puntaje en la Escala de Igualdad de Género, pero mantiene su infrarrepresentación femenina en el Parlamento, a pesar de que ha aumentado su índice de desarrollo humano en el último tiempo (PNUD, 2015). Por eso, más allá de las restricciones estructurales e institucionales de la política chilena, es la arista cultural la que nos interesa estudiar, en particular, aquella vinculada a los medios de comunicación y la promoción o limitación de avances en materia de género.

ANTECEDENTES SOBRE GÉNERO Y MEDIOS

Los estudios sobre género y medios en el mundo occidental muestran cómo la representación de mujeres en los medios es sesgada y desproporcionadamente inferior a su presencia y contribución en el desarrollo

social. Si bien el desarrollo de las comunicaciones y las tecnologías a partir del siglo XX ha incidido en la incorporación de las mujeres en la labor periodística, la mirada androcéntrica sigue afectando la producción de los contenidos mediáticos (Gallego, 2013).

A finales de los años setenta, Gaye Tuchman (1978) acuñó el término ‘aniquilación simbólica’ (*symbolic annihilation*) para referirse a la desigual representación en los medios de comunicación que afecta a las mujeres, es decir, a su ausencia como protagonistas donde “ni su historia ni su actividad presente son objeto central de las noticias” (p. 24). Un par de años después, Mattelart (1982) analizó cómo los medios de comunicación, dentro de las industrias culturales, reforzaban una mentalidad tradicional en las mujeres, reproduciendo los ideales de la pureza y virginidad, el “sacrificio, el valor, la abnegación de las madres y de las esposas” (p. 36).

Cabe señalar que desde la segunda mitad del siglo XX, la producción académica sobre esta materia es vasta y diversa. A continuación, mencionaremos solo algunas de estas contribuciones.

Aurora Marco (1996) señala que los sesgos en la representación femenina en medios españoles recaen en el “estatus marital” y el “aspecto físico personal, aspectos que no suelen ponerse de relieve cuando los protagonistas son varones”. También se las vincula a “contextos domésticos y no profesionales (...) no se las representa ostentando cargos de directoras ni

presidentas de consejos de administración ni ligadas a las nuevas tecnologías (...), pero sí se plasman mujeres objeto, con sus atributos sexuales bien remarcados” (pp. 84-85). En ese sentido, suelen estar eminentemente ausentes en las secciones dedicadas a información política. Entroncado a lo anterior, Núria Simelio (2006) estudió las representaciones sociales de mujeres y hombres en periódicos españoles a finales del siglo XX, revelando la escasa atención que ellas reciben en la prensa, como “como si la actividad pública continuara siendo un reducto exclusivamente viril” (Rovetto & Simelio, 2012, p. 37).

Florencia Rovetto (2012), ha analizado la prensa española en perspectiva comparada con la prensa argentina, estableciendo que a pesar del aumento de las carreras de comunicaciones en ambos países, los estudios feministas no se han incorporado en todas las universidades. Además, junto a perspectivas críticas “sobre la representación y participación de las mujeres en la construcción del discurso informativo”, coexiste una mirada androcéntrica que banaliza y oculta el rol activo y protagónico de las mujeres en las transformaciones sociales del último tiempo.

María Soledad Rojas (2014) analizó y clasificó el tratamiento noticioso de la violencia de género realizado por la prensa escrita, televisión y radio en México. Señala al respecto que pese a que “la violencia contra las mujeres cruza a distintos espacios de prácticas sociales” (p. 56), sus resultados confirman el predominio de la cobertura de casos individuales en vez del abordaje de la violencia como problemática social y estructural de esta sociedad.

En Chile, la Corporación Humanas (2011) estudió las representaciones sociales de mujeres en los mismos tres medios, pero con miras a su posicionamiento político. Los resultados avalan cómo los medios “reflejan la débil posición de las mujeres en la actividad política, reproduciendo el papel secundario que tienen al interior de la estructura partidaria y en las listas parlamentarias” (p. 55). En esa línea, es importante el estudio de Paulina Salinas y Claudia Lagos (2014) acerca de los discursos políticos en prensa chilena durante 2006 y 2011. Las investigadoras sostienen que los valores socioculturales que se intercambiaban en estos espacios comunicacionales durante el gobierno de la primera mujer presidenta en Chile expresan escaso avance respecto a la disminución de estereotipos sexistas. La desigualdad presente en las prácticas comunicacionales durante el primer mandato de Michelle Bachelet, más bien nos aleja de los posibles avances en materia de equidad en la vida cotidiana.

Por su parte, Lorena Antezana (2011) ha indagado en la formación y transmisión de modelos culturales y la legitimación de estereotipos en los programas más vistos de la televisión abierta chilena, identificando claramente estereotipos sobre lo femenino y masculino entre programas de ficción y de realidad, y la baja presencia de mujeres como voz enunciativa, con tendencia a aparecer como objeto decorativo y secundario.

Teniendo en cuenta estos antecedentes, a continuación se presenta un apartado teórico sobre la relación entre medios y política y la relevancia que supone para la investigación con perspectiva de género.

REPRESENTACIONES SOCIALES Y MEDIÁTICAS EN POLÍTICA

Las representaciones sociales (RS) son “una modalidad particular de conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos” (Moscovici, 1979, pp.17-18). Se componen de informaciones, jerarquizadas (campos de representación) y de actitudes, cuyo dinamismo 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” con orientación hacia la acción (Sandoval, 2004, p. 71).

Como corpus de conocimiento, la importancia de las RS, cuya expresión es siempre pública, reside en la mediación entre la vida social y la individual a la hora de sistematizar la comunicación entre los individuos y facilitar la aprehensión del entorno. En la *objetivación y anclaje* de las RS (Moscovici, 1979) está la modificación de modelos explicativos para interpelar experiencias propias y de otros. En las interacciones interpersonales, su función es hacer que lo extraño resulte familiar, garantía básica en la que participan la tradición, la educación y la comunicación social, para reducir la incertidumbre de la vida social.

En cuanto a los medios y la importancia para la actividad política, estos conjuntos de significados y sistemas de referencias interpretativas que son las RS “configuran un régimen de politicidad”, según “prácticas de inclusión y exclusión”, visibilidad e invisibilidad, “irrupción y prescripción” y legitimación y deslegitimación de ciertos sujetos y relaciones sociales en el marco de la comunicación política contemporánea (Arancibia, 2006, pp. 31-33). Distinta a su forma clásica, la política mediatizada en la sociedad actual está configurada por “la expansión e institucionalización de los medios de comunicación social, como agentes organizativos y articuladores de un espacio social simbólico” (Ibíd., p. 71).

Esto ha tenido efectos en la forma en que se desarrolla la política, que anteriormente se desenvolvía en torno a la palabra —el imperio del *logos*— y ahora, cede espacio a otras formas de lenguaje, como son los elementos visuales e iconográficos.

En lo que respecta a un periodo de renovación de representantes, “es difícil encontrar alguna campaña política que solo (...) informe y persuada a través del texto lingüístico escrito” (Araya, 2010, p. 38), así como otra que solo se base en la imagen para sus propósitos. La palabra y la imagen obedecen a lógicas diferentes² y a “una estructura propia”, que se conjugan mutuamente en la interpretación del mundo, pero “con la misma importancia en el discurso social” (Ortega, 2009, p.167).

Las ilustraciones, al igual que las palabras, nunca son neutrales ni una exhibición arbitraria. Los medios son actores sociales que más allá de entregar informaciones, interpretan la realidad social, interviniéndola activamente. Y “esta forma específica de intervención (...) en la realidad social y política del país se da a través del discurso” (Sunkel, 1983, p.15). Estos aparatos culturales de producción y reproducción de discursos ideológicos mediante el posicionamiento de una determinada visión de mundo, son un poderoso factor aglutinante para los miembros de una comunidad en la creación de consenso (Lochard & Boyer, 2004).

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 (1961/1979), se trata de intermediadores en la transmisión 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 a las realidades que ella [la representación mediática] analiza o que comenta” (Calonge, 2006, p. 79).

Lo anterior nos habla del componente político de los soportes comunicacionales en tanto tienen la capacidad de influir e incidir sobre los debates públicos, así como 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 & Osorio, 2014;

Lochard & Boyer, 2004), por ejemplo, para el estudio de las representaciones sociales de género dentro de la arena política.

Con el auge de las redes sociales virtuales, las tradicionales Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) también se están adecuando a los nuevos soportes y formatos de la era del Internet. Considerando “el notable incremento del acceso y consumo de Internet, la diversificación mediática y la convergencia tecnológica” (Amigo et al., 2014, p.136), es posible apreciar un desplazamiento, o si no, una apertura hacia las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (NTIC), caracterizadas por una base electrónica y procesamiento digital.

La importancia de estos cambios reside en que el “consumo de información de los ciudadanos es considerado como una fuente de participación ciudadana” y “para poder ejercer el rol de ciudadano en cualquiera de sus modos de participación —y especialmente en el de tipo político— es necesario estar informado sobre los temas que afectan a una sociedad en su conjunto” (Arriagada & Schuster, 2008, pp. 36-38). En ese sentido, la apropiación de las plataformas *online* que realizan los sujetos —y, de la mano, el auge de los nuevos medios, como una herramienta para la profundización democrática— facilitaría sustantivamente el ejercicio cotidiano de la ciudadanía (Elizalde, 2003). En otras palabras, ello implicaría teóricamente que cada ciudadano puede participar mucho más activamente en el debate de lo que fue posible en el pasado, a partir de este tipo de democratización inherente a la “sociedad informacional” (Castells, 1999).

METODOLOGÍA

La investigación tuvo un enfoque cualitativo basado en palabras e imágenes “para comprender la vida social por medio de significados y desde una perspectiva holística, pues se trata de entender el conjunto de cualidades interrelacionadas” (Mejía, 2004, p. 278) cuando los medios son de uso y apropiación de mujeres que, al mismo tiempo, son sus objetos mediáticos.

Obtuvieron centralidad las aspirantes al Congreso Nacional para el periodo 2014-2018, por la importancia de esta institución en la consolidación democrática, por la posibilidad de ampliar la participación ciudadana mediante una legislación con perspectiva de género, y porque no está ajena a prácticas sociohistóricas patriarcales que ponen en aprietos la autonomía política³ de las mujeres (Baeza, 2014; 2015).

La investigación fue de carácter descriptivo-exploratorio, de tipo no experimental y de alcance transversal (Hernández, Fernández & Sampieri, 2010; Taylor & Bogdan, 1994); se levantó información en un solo momento, correspondiente al último mes de campaña política legal previo a los comicios del 17 de noviembre de 2013. El periodo se estableció entre el viernes 18 de octubre y el jueves 14 de noviembre de 2013, ambos días incluidos, según la regulación legal⁴ de Propaganda y Publicidad de la prensa, momento en que existe mayor concentración de recursos mediáticos que visibilicen y posicionen las candidaturas frente al cada vez más incierto electorado en Chile.

Se realizó una revisión documental, considerando las cuentas de Twitter de algunas candidatas parlamentarias, ante la irrupción de Internet en el último tiempo y, con ello, la primacía del formato digital para una parte

importante de la población, que ha reducido las barreras de entrada a las informaciones claves para quienes votan (Araya, 2010). El interés versó en los discursos elaborados por las mujeres candidatas y compartidos a través de plataformas virtuales como las cuentas de Twitter para posicionarse y potenciarse en el campo político electoral. Por la complementariedad entre discursos verbales y no verbales en estos tipos de medios, los escritos y las imágenes publicadas por las candidatas fueron registrados para su análisis.

De las cien candidatas parlamentarias que se presentaron a los últimos comicios parlamentarios (88 a la Cámara de Diputados, 12 al Senado⁵), se optó por un muestreo no probabilístico de tipo intencionado, para la elección de casos típicos de los cuales se puedan desprender informaciones representativas de la diversidad política e ideológica (Stake, 1999). Primero

	Camila Vallejo	Maya Fernández	Mónica Zalaquett	Marcela Sabat
Cuenta de Twitter	@camila_vallejo	@Mayafernandez	@monicazalaquett	@MarceSabat
Profesión	Geógrafa	Bióloga y Médico Veterinaria	Comunicadora Social y empresaria	Licenciada en Ciencias Jurídicas
Fecha de nacimiento	28 de abril de 1988	27 de septiembre de 1971	4 de mayo de 1962	4 de abril de 1981
Partido político	Partido Comunista (PC)	Partido Socialista (PS)	Unión Demócrata Independiente (UDI)	Renovación Nacional (RN)
Bloque político	Nueva Mayoría	Nueva Mayoría	Alianza por Chile	Alianza por Chile
Reelección	No	No	No (con el mismo distrito anterior)	Sí
N° Distrito (comunas) que representaba	26 (La Florida)	21 (Providencia y Ñuñoa)	22 (Santiago Centro)	21 (Providencia y Ñuñoa)
Cargos políticos desempeñados en los últimos años	Consejera Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile (FECh) en 2008; presidenta de la FECh en 2010-2011; vicepresidenta de la FECh en 2011-2012. Líder del movimiento estudiantil por la educación en 2011.	Concejal de la comuna de Ñuñoa entre 2008 y 2012.	Diputada de las comunas de Cerrillos, Maipú y Estación Central (distrito 20), entre 2010 y 2014.	Vocera del presidente Sebastián Piñera en 2009, mismo año que se presentó como diputada en el distrito 21. Diputada entre 2010 y 2014.

Tabla 1: Mujeres que entraron en muestra

Fuente: Elaboración propia.

se seleccionó la Región Metropolitana, por concentrar el mayor número de zonas electorales (16 distritos). En segundo lugar, se seleccionó a aquellas mujeres que se presentaban a la Cámara Baja del Congreso Nacional. Ellas debían cumplir con los siguientes criterios:

- **Accesibilidad:** Inscritas legalmente en las dependencias del Servicio Electoral (Serel), y que hubieran creado una cuenta para esta red social por lo menos 30 días antes de los comicios parlamentarios.
- **Heterogeneidad:** Pertenencia a diferentes partidos políticos para inquirir en la variedad de los discursos, privilegiando a los bloques políticos “Alianza por Chile”⁶ y “Nueva Mayoría”⁷, ya que la institucionalidad electoral binominal les ofrece mayores garantías de salir electas: 15 de las 17 diputadas del periodo 2010-2014 adscribían a una de las dos coaliciones (Cámara de Diputados, 2013).
- **Real posibilidad de elección:** Altas probabilidades de ser electas diputadas, teniendo en cuenta los siguientes subcriterios que les conferían visibilidad mediática y trayectoria política, ambas formas de legitimidad para los votantes, hombres y mujeres:
 - › Reelección parlamentaria en el mismo distrito que el que en ese momento representaban.
 - › Desempeño en algún otro cargo político de impacto comunal mediante elección popular, por lo menos durante los últimos cuatro años.
 - › Figuras públicas para la ciudadanía y, por tanto, capaces de posicionarse como rivales fuertes a otras candidatas.

En función de lo mencionado, fueron cuatro 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 (tabla 1).

Se realizó un análisis crítico del discurso (ACD), cuya fuerza metodológica estriba en que está orientado al “modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el

contexto social y político” (Van Dijk 1999, p. 23). Este implica “estudiar múltiples variedades discursivas” (Wodak, 2003, p.109), que aunque no sean representativas en términos estadísticos de la población, sean interesantes y significativas para poder reconstruir las coherencias, contradicciones y tensiones generadas por las representaciones sociales de género y las actitudes promovidas en torno a la política eleccionaria.

Siguiendo la lógica del ACD, donde “la información no está previamente expresada, sino ‘dada por supuesta’” (Van Dijk, 1980, p. 48), es a partir de las estructuras superficiales semánticas que se llega a conocer las estructuras pragmáticas subyacentes del discurso. El abordaje del discurso no es inmediato, ni su significado es evidente según lo enunciado explícitamente por un texto; más bien, es posible de dilucidarlo mediante el establecimiento de niveles discursivos graduales en amplitud: significados locales directos e indirectos (plano de significado/texto); estructuras formales sutiles y contexto (plano formal/texto-contexto).

A partir de esta aproximación, se clasifica a las candidatas seleccionadas según sean progresistas o tradicionalistas en materia política y de género.

RESULTADOS E INTERPRETACIONES

CAMILA VALLEJO

Significados locales de carácter directo o explícito

Los comentarios de la red social de la candidata del PC se concentran en los ámbitos política, trabajo remunerado, salud y educación.

A lo largo de su candidatura, Vallejo enfatizó la posible creación de una Nueva Constitución mediante la iniciativa Marca tu voto con la siglas de AC (Asamblea Constituyente) y la importancia que tendría esta práctica para el día de los comicios electorales. Tal como ella señaló, marcar el voto no es un acto vinculante, es un hecho político que generará fuerza para que la nueva Constitución sea escrita por una Asamblea Constituyente (Vallejo, 2013a).

Vallejo fue explícita a la hora de defender las luchas de los trabajadores, denunciando la excesiva concentración de riqueza y las bajas remuneraciones de los empleados de los sectores público y privado (Vallejo, 2013b). Además, apoyó las demandas sociales en el área de salud, simpatizando con la lucha de la Federación Nacional de Profesionales Universitarios de los Servicios de Salud (Fenpruss), expresando su compromiso con una salud pública digna, rechazando su privatización y precarización.



Figura 1. Campaña electoral de Camila Vallejo

Fuente: Vallejo (2013e).

Respecto a la educación, sostuvo que “la segregación educativa existe” (Vallejo, 2013c) y promovió el seguimiento de la serie de televisión abierta *El reemplazante*, que tematiza las dificultades de escolares en un establecimiento público 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 relativas al país, y a los trabajadores en materia de remuneración, con la consigna de democratizar los recursos para la población. Ello sugiere trabajar por superar la desigualdad social en su dimensión macro.

Estructuras formales sutiles

Para la exlíder del movimiento estudiantil y candidata comunista, las políticas necesariamente adquieren un enfoque de derechos sociales, donde no puede quedar fuera ningún sujeto social. Ello, por ejemplo,

implicaría reconocer a los adultos mayores dentro de las políticas públicas y no omitirlos o dar por conocidas sus necesidades y demandas.

Contexto

En los tuis de la candidata, su posición ideológica queda claramente en evidencia con frases que versan sobre cambios estructurales en política y en 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 (figura 1). Las relaciones entre hombres y mujeres no aparecen aquí como un ámbito de conflicto en nuestra sociedad, ni siquiera cuando uno de sus seguidores en esta red social le escribió “acaso su partido está preparado para dar mamaderas y cambiar pañales” (Vallejo, 2013d).



Figura 2. Campaña electoral de Maya Fernández

Fuente: Fernández (2013c).

MAYA FERNÁNDEZ

Significados locales de carácter directo o explícito

La candidata del PS privilegió las categorías de política, cultura, educación y, en cierta medida, las de sexualidad-reproducción y medioambiente.

En primer lugar, se inclinó hacia el desarrollo y fortalecimiento de la vida de barrio, criticando la intervención desmedida de las inmobiliarias y sus repercusiones en la calidad de vida de los vecinos de Providencia y Ñuñoa. En ese sentido, escribió sobre la importancia de desarrollar una ciudad amable, a escala humana para mujeres y hombres, promocionando la iniciativa *Muévete Santiago* para favorecer el uso de la bicicleta como transporte limpio y un nuevo paradigma de cultura urbana.

Fernández apoyó la campaña de marcar el voto con la sigla AC, y la demanda de una nueva Constitución para una sociedad más justa. Además, compartió diversas expresiones de apoyo hacia la Nueva Mayoría, en especial hacia Michelle Bachelet, sobre la importancia de situar a la persona en el centro de las decisiones en la apropiación de la política.

Una dimensión relevante fueron las artes, en especial la música, pintura y literatura. La candidata socialista

utilizó sus tuis para promocionar actividades dentro de estas disciplinas, como conciertos de piano, remates de obras de arte, e incluso para convocar al lanzamiento de un libro sobre los discursos de su abuelo Salvador Allende (ex Presidente de Chile entre 1970 y 1973) (figura 2).

En materia de sexualidad y reproducción, se posicionó como defensora del aborto terapéutico en el país y de la implementación de una “real educación sexual en los colegios” (Fernández, 2013a). En esa línea, declaró haber siempre “condenado la violencia y sobre todo hacia las mujeres en su condición de madres” (Fernández, 2013b). Además, en estrecha vinculación con su profesión, denunció el maltrato animal y promovió actividades de cuidado forestal y tenencia responsable de mascotas.

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 que se infiere su meta de contribuir a restablecer un gobierno

socialista. Dentro de este espacio de difusión comunicacional, resalta la tarea pendiente de reconstruir el tejido social y acercar la política a la ciudadanía.

Estructuras formales sutiles

Cuando Maya Fernández se refiere a la necesidad de una ‘real educación sexual’ en los establecimientos educacionales del país, cuestiona la formalidad y transversalidad de este proceso, que hasta la fecha no ha sido tema de amplia discusión pública, sino que está sujeto a la voluntad e ideología de cada escuela.

La candidata también imputa al Servicio Nacional de Menores (Sename) malas prácticas institucionales en el cuidado de infantes y jóvenes, a partir de revelación periodísticas en la materia. Fernández señala, entonces, que es menester articular políticas públicas de infancia, pues esta institución “como está hoy día no da garantías a los niños, (...) se deben hacer transformaciones profundas que proteja realmente a los niños” (Fernández, 2013d).

Contexto

A partir de sus tuits, 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 lo hay acerca del rol o los roles que les competen principalmente a las mujeres en nuestra sociedad y sobre cómo sería posible deconstruir algunas miradas hegemónicas en torno a aquello. En último término, 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

Significados locales de carácter directo o explícito

La candidata UDI comparte tuits sobre su quehacer como política y respecto de los acontecimientos comunicacionales que la atañen. En menor medida, sobre educación. Hace hincapié en la mayor participación femenina, señalando que para que exista un “apoyo transversal de las mujeres en política, es importante que el Congreso tenga mujeres parlamentarias” (Zalaquett, 2013a). Por este motivo, comparte la noticia del periódico *La Segunda* sobre el sorpresivo apoyo que había recibido su candidatura por parte de otras candidatas del bloque opositor, la Nueva Mayoría, solamente por ser mujer.

Zalaquett da centralidad a la difusión de sus entrevistas, y también a la importancia de debatir con otras personalidades políticas, mujeres y hombres, en el marco de la campaña. Así, por ejemplo, agradeció la invitación de radio Cooperativa para debatir sobre mujeres y política, y también por el debate realizado en un canal de televisión abierta con miras a las elecciones.

Dentro de los terrenos de campaña, la candidata tuitea sobre la conversación con comerciantes del centro de Santiago, a quienes se refiere como “víctimas de encapuchados en cada una de las marchas” (Zalaquett, 2013b), por los destrozos producto de las movilizaciones sociales que allí se desarrollan. Al respecto, agrega que se debe promover una política de barrios integrados, donde los vecinos cuenten con todas las garantías que les permitan vivir de manera digna y tranquila.

En materia educativa, por otra parte, propone trabajar contra la violencia de género que afecta principalmente a las mujeres en Chile. La candidata expresa que, para contrarrestar el femicidio, es necesario invertir en mayor educación, prevención y protección de las mujeres, más allá de solo aumentar las penas para los agresores.

Significados locales de carácter indirecto o implícito

Su propuesta para contrarrestar la violencia de género contra la mujer se articula desde lo cultural y no desde lo jurídico, lo que podría constituir una mirada progresista. Sin embargo, no existen mayores alusiones a esta iniciativa que el comentario analizado de 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, comunicaciones que la candidata recibe y retuitea a sus seguidores. Esto último contrasta con la acusación de robo de propaganda política por parte del comando de Felipe Kast (Evópoli), ante la cual se defendió señalando que nunca ha avalado malas prácticas en campaña.

Estructuras formales sutiles

Además de las instancias de conversación política que la candidata destaca, otorga espacio —de manera contrastante— a instancias televisivas de preparación de alimentos y a la relevancia que tendría para las mujeres el conocimiento culinario. De



Figura 3. Campaña electoral de Mónica Zalaquett

Fuente: Zalaquett (2013d).

este modo, escribió estar contenta de “conocer a la reina de las recetas caseras de la capital” (Zalaquett, 2013c). Siguiendo con esta idea, apeló al rol central de la familia en materia de campaña. Varias de sus fotografías dan cuenta de la representación que Zalaquett constituiría para la familia, en especial dueñas de casa y madres (figura 3).

Contexto

En los tuits de Zalaquett se observa la importancia que atribuye a la mantención del 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; 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 con lo privado.

MARCELA SABAT

Significados locales de carácter directo o explícito

La candidata de RN emplea la plataforma virtual, en primer lugar, para promocionar sus actividades e ideas políticas. En segundo lugar, da espacio importante a las categorías de estética y rol tradicional de cuidado a otros. Con mínima frecuencia, se refiere a las categorías de educación y derechos reproductivos.

Un importante reforzamiento de su candidatura tiene como base la aprobación de las iniciativas del anterior gobierno de derecha de Sebastián Piñera (2010-2014), junto a la realización de propaganda de candidatos de su sector político en distintos cargos (consejerías regionales, senadurías, presidencia).

Un asunto recurrente en los tuits de Marcela Sabat es su representación como mujer afectuosa y cálida, sobre todo con los niños, a quienes define como “mágicos y únicos” (Sabat, 2013a) y con quienes aparece constantemente en fotografía (ilustración 4). No obstante, no se posiciona en cuanto a alguna política de infancia, sino que solamente promociona actividades



Figura 4. Campaña electoral de Marcela Sabat

Fuente: Sabat (2013b).

lúdico-recreativas dirigidas a este sector. 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.

El resalte de sus atributos estéticos y aptitudes para el cargo parlamentario por parte de sus seguidores en 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”. Ello ocurre en diversos mensajes entre el 25 de octubre y el 11 de noviembre, que ella agradece y retuitea constantemente.

En materia de educación, se refiere básicamente a la importancia de incluir a niños con necesidades educativas especiales y beneficiar a la juventud con la eliminación de cobros de titulación y un plan facilitador de inserción laboral.

Sobre el aborto, es categórica en su rechazo a la legislación sobre su despenalización cuando está en peligro la salud de la madre, escribiendo en su cuenta de Twitter que no se requiere una ley de aborto en esta circunstancia. Esta candidata no expone los argumentos de su tajante negativa, pero se infiere que tampoco

estaría de acuerdo con otras causales que pudieran permitir eventualmente la interrupción de la gestación.

En términos de políticas de género, Sabat solo se refiere a la inauguración de un nuevo centro penitenciario femenino en la comuna de San Miguel, de la Región Metropolitana de Santiago, lo que considera un avance en política carcelaria con enfoque de género.

Significados locales de carácter indirecto o implícito

La candidata asigna a infantes y adultos mayores básicamente la condición de fragilidad; en su discurso, son los sujetos ‘más vulnerables’, frente a los cual ella aparece como eminentemente protectora. Sus variadas fotografías la representan como mujer afectuosa, pero a la vez con carácter para la política, dado el respaldo ciudadano que recibe para que continúe con la labor legislativa. Es así que se defiende de las acusaciones realizadas por Luis Mariano Rendón contra su padre, Pedro Sabat (edil de Ñuñoa), sobre privilegios de propaganda política de la candidatura de su hija, a quien Rendón trató de “pinturita”. Ante esta acusación, Sabat respondió calificándola de “violencia contra la mujer” (Sabat, 2013c).

Estructuras formales sutiles

Sabat se muestra favorable al proyecto que pretende rebajar la remuneración económica de aquellos parlamentarios que no asisten suficientemente al Congreso. Refuerza la impresión de haber realizado un trabajo efectivo en su anterior periodo legislativo, como razón para seguir en el cargo. Esto se ve fortalecido 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 respecto de las medidas en estas instituciones de control social implementarían 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, aparece como un componente de la 'alegoría de la madre'. Sostiene su proyecto de permanecer en el escaño parlamentario en su representación icónica de los roles tradicional de género, como son la reproducción y la superioridad moral femenina.

DISCUSIONES FINALES

A partir del análisis crítico de los discursos contruidos por las candidatas en sus respectivas cuentas de Twitter, se encontraron diversas representaciones en lo que a política y género concierne.

Camila Vallejo, candidata del Partido Comunista, privilegió los elementos de la desigualdad de clase en desmedro de la de género y siempre en términos macro o estructurales, pero no los obstáculos y dificultades que enfrentan las mujeres para desempeñarse en política o 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 la desigualdad relacional basada en los cuerpos y en los roles y significados atribuidos socialmente. Ello sorprende, dado que parte de la discusión mediático-pública durante su campaña fue precisamente la aparente contradicción entre el rol materno y el rol político que pudiese desarrollar una mujer (Coope-rativa, 2013; *La Nación*, 2013).

Maya Fernández, candidata del Partido Socialista, en sus tuis de campaña política sí se posicionó en cuanto a problemáticas que afectan de manera específica a las mujeres, tanto en temas que generan controversia como en 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 que se encuentra a medio cambio entre el progresismo de género y la indiferencia. En política, y a diferencia de Vallejo, brindó espacio y atención a la Nueva Mayoría, y en especial a Michelle Bachelet, para las elecciones de 2013. Puede concluirse, así, que se autorrepresenta como medianamente progresista en esta materia, por su inclinación hacia las reformas más que hacia la transformación.

Mónica Zalaquett, candidata por la Unión Demócrata Independiente, se representó a sí misma como promotora de la normatividad y mantención del orden para el eventual siguiente periodo legislativo, en vez de optar por cambios profundos a las estructuras de la sociedad chilena o por invitar a 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, sin 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 puede decirse que encarna un tradicionalismo moderado en género.

Marcela Sabat, candidata por Renovación Nacional, 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 económicas, no así a cambios culturales, como podrían ser los relativos a las relaciones entre hombres y mujeres. Su representación es claramente tradicional, tanto en materia de género como en política, donde aprovecha su objetivación estética para proponer la mantención social mediante su quehacer como parlamentaria.

Todo lo anterior lleva a señalar que en los nuevos medios de comunicación, como Twitter, se promueven actitudes favorables respecto a la participación política formal de mujeres para el Estado (Inglehart & Norris, 2003), pero no por todas las candidatas

parlamentarias. Solo Mónica Zalaquett, militante de la UDI, logró referirse sin disfraces a la importancia de que haya mayor cantidad de mujeres en el Congreso Nacional. El problema es que no se plantea al respecto desde una perspectiva de género, sino meramente “mujerista” (Lamadrid, 2010), donde, al igual que en el caso de la candidata RN, Marcela Sabat, no se cuestionan las atribuciones sociales hegemónicas que recaen sobre los cuerpos femeninos. La candidata del PS, Maya Fernández, se acerca, pero no alcanza a apropiarse más profundamente la importancia de la distribución del poder al interior de estos escaños. Por último, la carta parlamentaria del PC, Camila Vallejo, 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. Esto es consistente con la tendencia a subsumir el género dentro de otras categorías sociales en el marco de las políticas y su planificación (Moser, 1999).

Este estudio confirma que 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 asunto relevante en los medios controlados por estas cuatro mujeres en su condición de aspirantes a la Cámara Baja del Congreso Nacional. Se trata de un aspecto clave si pensamos en la posibilidad de llevar demandas de género a la discusión legislativa para el desarrollo democrático.

No solo interesa que haya más mujeres asumiendo un poder político, sino que ellas logren cuestionar la lógica de la diferencia sexual con la cual se legitima la representación y el liderazgo de carácter eminentemente masculino (Castillo, 2011). Precisamente, es 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). Como lo enfatiza Moser (1999), la capacidad de confrontar las inequidades que afectan a las mujeres pasa por promover necesidades estratégicas en vez de necesidades prácticas de género. Las primeras se orientan a identificar las formas de subordinación femenina en particulares contextos culturales y modificar roles atribuidos socialmente, mientras que las segundas se concentran en resolver problemáticas de sobrevivencia en contextos de pobreza y vulnerabilidad, por lo que no desafían las divisiones de género, sino que a menudo las mantienen y refuerzan.

Si ni las candidatas ni los medios de comunicación son referentes orientadores para que más mujeres cuestionen la lógica prevalente en materia de género y

puedan participar en el espacio de la política a fin de hacer valer sus derechos y hacer escuchar sus demandas más allá de la expectativa de reproducción social, las desigualdades de género mencionadas tenderán a permanecer. Tal situación puede interpretarse como una hábil maniobra que extiende la aprobación y la legitimación social del patriarcado, al no visibilizar o posicionar las necesidades estratégicas de género (Moser, 1999), esto es, problematizar de manera amplia las relaciones de subordinación entre los géneros.

Las (auto)representaciones sociales, como maneras de interpretar y de pensar la realidad, construidas y difundidas por las redes sociales —ahora también una nueva estrategia política de campaña— dejan entrever la persistencia de aquellos sistemas cognitivos preexistentes que, más que modificar, adecúan los antiguos sistemas de creencias (Sandoval, 2004). En nuestro caso, aquellos relativos al lugar que, en su sistema de referencias, les corresponde a la mujer y al hombre en sociedad. En ese sentido en el uso y apropiación de medios como Twitter y otras redes sociales, las mujeres tienden a reproducir y difundir estereotipos sociales sobre rasgos y roles de género (Morales & López, 1993), sin cuestionarlos mayormente.⁸ Así es como se comprende la imbricación entre la dominación política y la dominación cultural. En las representaciones sociales mediáticas analizadas se deja entrever la “aporía de la inclusión política” formal y práctica analizada por Castillo (2006), según la distinción general/particular, a la que la comunicación mediática contribuye con la expectativa de “Madres Públicas” (Vera, 2009), lo que refuerza una sujeción femenina de larga duración.

Frente a lo anterior, se sugiere abrir los medios de comunicación al género a fin de cambiar estereotipos, ampliar imágenes y modelos de mujer para las actuales y nuevas generaciones (Marco, 1996, p. 80). Los persistentes “criterios ideológicos o pautas culturales arraigadas en la sociedad, constituyen el principal enemigo de la libertad y la democracia” (Ibíd., p. 79). De este modo, “si se quiere combatir las desigualdades profundas existentes por razón de sexo (...) se ha de modificar el comportamiento [y apropiación] de los medios de comunicación (Rovetto, 2010, p. 220) en torno a la representación de las mujeres, visibilizando sus múltiples roles y necesidades. Solo así se podrá construir una sociedad con mayor equidad de género.

El aumento de la sensibilidad de la opinión pública hacia la igualdad de género es clave para promover estos cambios. Las sociedades posindustriales, las generaciones más jóvenes y las mujeres tienden a ‘mostrar mayor

apertura al género', porque han tenido la experiencia de contar con mayor cantidad de mujeres involucradas en la vida política. Ello les ha permitido modificar sus actitudes en una dirección más igualitaria, deconstruyendo aquellos estereotipos tradicionales que reducen el liderazgo político a los varones y el rol de la mujer a las labores domésticas y de cuidado (Inglehart & Norris, 2003). Un importante obstáculo es que estos cambios culturales no se visualizan en el

corto plazo, pero pueden impulsarse mediante regulaciones gubernamentales, leyes y reglamentación internas dentro de los partidos políticos, de manera que las mujeres y sus diversidades de intereses y necesidades efectivamente sean protagonistas en los medios, más aún cuando realizan carreras políticas. Esto constituye un legítimo "reclamo vinculado a la justicia, a la paridad y a la democratización de la sociedad" (Rovetto & Simelio, 2012, p. 223).

NOTAS AL PIE

1. Este estudio recibió financiamiento del Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (FONDECYT), Proyecto n° 1131144: *Imaginario del género, representaciones del cuerpo y mercados del sexo en Chile (siglo XX) 2013-2015*, dirigido por el académico Jorge Pavez de la Universidad Alberto Hurtado.
2. El texto escrito se comprende, en primer lugar, por la racionalidad, y en 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).
3. Nos referimos a la libertad "para participar e influir en los asuntos públicos" (Castillo, 2011), la cual, desde una perspectiva de género, implica la capacidad de "cuestionar la lógica de la diferencia sexual inherente a la construcción de los liderazgos femeninos, la lógica naturalizada de la desigualdad social propia a la formación, consolidación y legitimación" de la democracia (p. 19), así como también "des-enmarcar a la política de mujeres de las formas de representación patriarcal que históricamente la han constituido" (p. 24).
4. 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. En <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=30082>
5. Del total de 538 candidatos en 2013, el 81,2% (de 469) a la Cámara Baja y 82,6% (de 69) a la Cámara Alta, fueron hombres (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública [CESOP], 2013).
6. Renovación Nacional (RN), Unión Demócrata Independiente (UDI) e independientes de derecha. Desde 2015 esta coalición fue rebautizada como Chile Vamos.
7. Partido Socialista de Chile (PS), Partido Demócrata Cristiano de Chile (PDC), Partido por la Democracia (PPD) y el Radical Socialdemócrata (PRSD), además del Partido Comunista de Chile (PCCh), Izquierda Ciudadana (IC), Movimiento Amplio Social (MAS) e independientes de centroizquierda.
8. Aunque los propósitos de este estudio no permiten profundizar en estos elementos, es posible plantear la emergencia de algunos estereotipos femeninos, tales como la dama de hierro, dama, dueña de casa, madre y muñeca.

REFERENCIAS

- Amigo, B., Bravo, M. C. & Osorio, P. (2014). Telenovela, recepción y debate social [Soap operas, reception and social debate]. *Cuadernos.Info*, (35), 135-145. doi: 10.7764/cdi.35.654
- Antezana, L. (2011). La mujer en la televisión: el caso chileno [Women in television: The Chilean case]. *Cuadernos de Información*, (29), 105-116. Retrieved from <http://cuadernos.info/index.php/CDI/article/viewFile/240/233>
- Arancibia, J. P. (2006). *Comunicación política. Fragmentos para una genealogía de la mediatización en Chile* [Political communication. Fragments for a genealogy of mediatization in Chile]. Santiago, Chile: Universidad ARCIS.

- Araujo, K. (2002). *Género y movimientos sociales, retos para la acción colectiva* [Gender and social movements, challenges for collective action]. Programa Mujer y democracia en el Mercosur. Santiago, Chile: Fundación Instituto de la Mujer, ISIS Internacional.
- Araya, V. (2010). *Comunicación política en una campaña electoral. Análisis de campaña municipal*. Jaime Ravinet, Pablo Zalaquett, Ricardo Israel [Political communication in an election campaign. Analysis of municipal campaign. Jaime Ravinet, Pablo Zalaquett, Ricardo Israel]. Masters Dissertation, Comunicación Política, Universidad de Chile, Santiago.
- Arriagada, A. & Schuster, M. (2008). Consumo de medios y participación ciudadana de los jóvenes chilenos [Media consumption and citizen participation of the Chilean youth]. *Cuadernos de Información*, (22), 34-47. Retrieved from <http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/87/79>
- Bach, M., Altés, E., Gallego, J., Plujá, M. & Puig, M. (2000). *El sexo en la noticia. Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo* [Sex in the news. Reflections on gender in information and style recommendations]. Barcelona: Icaria.
- Baeza, A. (2014). ¿Mujeres en la arena política? Representaciones sociales de las candidatas parlamentarias en Chile de 2013 [Women in the political stage? Social representations of women parliamentary candidates in Chile 2013]. Sociology Dissertation, Universidad de Chile, Santiago.
- Baeza, A. (2015). ¿Mujeres en la arena política? El discurso periodístico acerca de las candidatas parlamentarias en Chile de 2013 [Women in the political stage? The journalistic discourse about women parliamentary candidates in Chile 2013]. *Comunicación y Medios*, (30), 176-200. doi:10.5354/0719-1529.2014.32380
- Biblioteca del Congreso Nacional (BCN), Chile (2005). *La Constitución. Historia constitucional de Chile* [Constitution. Constitutional History of Chile]. Retrieved from <http://www.bcn.cl/ecivica/histcons/>
- Biblioteca del Congreso Nacional (BCN), Chile (2012). Seminario sobre Comunicación y Representación Parlamentaria: los desafíos del Informe Parlamentario Mundial UIP-PNUD 2011 (Síntesis) [Seminar on Communication and Parliamentary Representation: The challenges of the Global Parliamentary Report IPU-UNDP 2011 (Synthesis)]. Santiago: Chile: Departamento de Estudios, Extensión y Publicaciones de la Biblioteca del Congreso Nacional. Retrieved from http://www.camara.cl/camara/media/seminarios/representacion/informe_final.pdf
- Biblioteca del Congreso Nacional (BCN), Chile (2013). Capítulo V. Congreso Nacional. [Chapter V. Congreso Nacional]. In *Chile. Constitución* [Chile. Constitution]. Retrieved from <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=242302>
- Calonge, S. (2006). La representación mediática: teoría y método [Media representation: Theory and method]. *Revista da Psicologia da Educação*, (23), 75-102. Retrieved from <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/psie/n23/v23a05.pdf>
- Cámara de Diputados, Chile (2013). Diputados [Deputies]. Retrieved from <http://www.camara.cl/camara/diputados.aspx#tab>
- Cámara de Diputados, Chile (2014). Diputados [Deputies]. Retrieved from <http://www.camara.cl/camara/diputados.aspx#tab>
- Castellanos, G. (1996). Género, poder y posmodernidad: Hacia un feminismo de la solidaridad [Gender, power and postmodernity: Towards a feminist solidarity]. In L. Luna & M. Vilanova(Comp.), *Desde las orillas de la política. Género y poder en América Latina* [From the shores of politics. Gender and power in Latin America]. Seminario Interdisciplinario Mujeres y Sociedad (SIMS) [Interdisciplinary Seminar on Women and Society (ISWS)] (pp. 21-48). Barcelona: Institut Català de la Dona (ICD), Generalitat de Catalunya, Universitat de Barcelona.
- Castells, M. (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Volumen I* [The age of information. Economy, society and culture. Volumen I]. Madrid: Alianza.
- Castillo, A. (2006). La república masculina y la promesa igualitaria [Male republic and the egalitarian promise]. Santiago. PhD Dissertation in Philosophy (Political Philosophy), Universidad de Chile, Santiago.

- Castillo, A. (2011). La autonomía política de las mujeres en las democracias elitistas [The political empowerment of women in elitist democracies]. In E. Largo (Ed.), *Autonomía política de las mujeres. Algunas reflexiones* [Political autonomy of women. Some reflections] (pp. 9-24). Santiago, Chile: Corporación Humanas.
- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP), Universidad Central, Chile (2013). Solo 12 mujeres son candidatas al Senado y 88 a la Cámara de Diputados de un total de 548 postulantes. Elecciones 2013 [Only 12 women are candidates for the Upper Chamber and 88 in the Lower Chamber of a total of 548 applicants. 2013 elections]. In *Boletín CESOP* (1). Retrieved from http://www.ucecentral.cl/prontus_ucecentral2012/site/artic/20130827/asocfile/20130827170922/bolet__n_cesop_uce_n_elecciones_parlamentarias_2013.pdf
- Cooperativa [Radio] (2013, April 12). Vallejo está embarazada [Vallejo is pregnant]. Cooperativa online. Retrieved from <http://www.cooperativa.cl/noticias/pais/politica/parlamentarias/camila-vallejo-esta-embarazada/2013-04-12/064054.html>
- Corporación Humanas (2011). *Representación social de las mujeres en los partidos políticos y medios de comunicación en Chile* [Social representation of women in political parties and media in Chile]. Santiago, Chile: Corporación Humanas.
- 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 [Reflections on the new digital divide. The civil society statement to the World Summit on the Information Society]. In J. I. Porrás & R. Araya (Eds.), *e-democracia. Retos y oportunidades para el fortalecimiento de la participación ciudadana y la democracia en la Sociedad de la Información* [e-democracy. Challenges and opportunities for strengthening citizen participation and democracy in the Information Society] (pp. 45-68). Santiago, Chile: Universidad Bolivariana.
- Facio, A. & Fries, L. (1999). Feminismo, género y patriarcado [Feminism, gender and patriarchy]. In A. Facio & L. Fries (Eds.), *Género y Derecho* [Gender and Law]. Santiago, Chile: LOM Ediciones.
- Fernández, M. [Maya Fernández] (2013a, November 12). @javirgin disculpa mi silencio, he apoyado el compromiso por aborto terapéutico y real educación sexual en los colegios, saludos [@javirgin Sorry for my silence, I have supported the commitment for therapeutic abortion and real sex education in schools, greetings] [Tweet]. Retrieved from <https://twitter.com/Mayafernandez>
- Fernández, M. [Maya Fernández] (2013b, November 12). @cheojaque siempre he condenado la agresión y menos a una madre que llora y pide justicia por su hijo, saludos miles [@cheojaque I have always condemned the aggression and less to a mother who cries and asks for justice for her son, greetings thousands] [Tweet]. Retrieved from <https://twitter.com/Mayafernandez>
- Fernández, M. [Maya Fernández] (2013c, October 28). Maya con compañeras de campaña sosteniendo una fotografía de Salvador Allende [Maya with campaign partners holding a photograph of Salvador Allende]. [Picture]. Retrieved from <https://twitter.com/Mayafernandez>
- Fernández, M. [Maya Fernández] (2013d, November 11). El sename como esta hoy día no da garantías a los niños, se deben hacer transformaciones profundas que proteja realmente a los niños, saludos [Sename as this day does not give guarantees to the children, they must make deep transformations that really protect the children, greetings]. [Tweet]. Retrieved from <https://twitter.com/Mayafernandez>
- Gallego, J. (2013). *De reinas a ciudadanas: Medios de comunicación, ¿motor o rémora para la igualdad?* [From queens to citizens: Media, drive or hindrance to equality]. Barcelona: Aresta Mujeres.
- Hernández, R., Fernández, C. & Sampieri, P. (2010). *Metodología de la investigación* [Research Methodology]. 5th ed. Mexico: Mc Graw Hill.
- Inglehart, R. & Norris, P. (2003). *Rising tide: Gender equality and cultural change around the world*. New York: Cambridge University Press.
- La Nación (2014, July 11). Camila Vallejo llegó a la marcha con un panfleto en su "guatita" [Camila Vallejo came to the march with a flyer in her "little belly"]. La Nación online. Retrieved from <http://www.lanacion.cl/camila-vallejo-llego-a-la-marcha-con-un-panfleto-en-su-guatita/noticias/2013-07-11/121237.html>

- Lamadrid, S. (2010). *Enfoques de género, familias y políticas públicas* [Gender approaches, families and public policy]. Teaching material. Diplomado de Extensión, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile, Santiago.
- Lochard, G. & Boyer, H. (2004). *La comunicación mediática* [Media communication]. Barcelona: Gedisa.
- Marco, A. (1996). Las mujeres en prensa [Women in the press]. In A. M. Portugal & C. Torres (Eds.), *Por todos los medios. Comunicación y género* [By all media. Communication and gender] (pp. 79-89). Santiago, Chile: ISIS Internacional, Ediciones de las Mujeres.
- Mattelart, M. (1982). *Mujeres e industrias culturales* [Women and cultural industries]. Barcelona: Anagrama.
- Mejía, J. (2004). Sobre la investigación cualitativa. Nuevos conceptos y campos de desarrollo [On qualitative research. New concepts and developmental fields]. *Investigaciones Sociales*, 8(13), 277-299. Retrieved from <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/sociales/article/view/6928>
- Morales, J. F. & López, M. (1993). Bases para la construcción de un sistema de indicadores sociales de estereotipia de género [Bases for the construction of a system of social indicators of gender stereotyping]. *Psicothema*, 5(S1), 123-132. Retrieved from <http://www.psicothema.com/psicothema.asp?id=1133>
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público* [Psychoanalysis, its image and its public]. Buenos Aires: Huemul. (Original work published in 1961).
- Moser, C. (1999). *Gender planning and development. Theory, practice and training*. New York: Routledge.
- Ortega, M. (2009). Metodología de la sociología visual y su correlato etnológico [Methodology of visual sociology and its ethnological correlate]. *Argumentos. Estudios Críticos de la Sociedad*, 59(22), 165-184. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59511412006>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2015). *Desarrollo Humano en Chile: Los tiempos de la politización*. 2015 [Human Development in Chile. The Times of Politicization. 2015]. Santiago, Chile: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Retrieved from http://desarrollohumano.cl/idh/download/Informe_2015.pdf
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo-Unión Interparlamentaria (PNUD-UIP). (2012). *Informe Parlamentario Mundial. La naturaleza cambiante de la representación parlamentaria* [Global Parliamentary Report. The changing nature of parliamentary representation]. Geneva: Unión Interparlamentaria (UIP) / New York: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Retrieved from <http://bit.ly/2dkAULE>
- Provoste, P. (2011). Tiempo de autonomía: La igualdad de género en el ámbito privado [Autonomy time: Gender equality in the private sphere]. In E. Largo (Ed.), *Autonomía política de las mujeres. Algunas reflexiones* [Political autonomy of women. Some reflections] (pp. 143-160). Santiago, Chile: Corporación Humanas.
- Rojas, M.S. (2014). La violencia contra las mujeres en las noticias de México: El tratamiento acrítico y dispar de un grave problema social [Violence against women in the news in Mexico: Uncritical and dissimilar treatment of a serious social problem]. *Acta Sociológica*, (65), 37-64. Retrieved from <http://www.revistas.unam.mx/index.php/ras/article/view/46664>
- Rovetto, F. (2010). Las palabras tienen sexo II. Herramientas para un periodismo de género [Reseña]. [Words have sex II. Tools for gender journalism. Review]. *Conflicto Social*, 3(4), 220-224. Retrieved from <http://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/CS/article/view/406/365>
- Rovetto, F. (2012). Estudios feministas y medios de comunicación: Avances teóricos y periodísticos en España y Argentina [Feminist studies and media: Theoretical and journalistic advances in Spain and Argentina]. *Revista Faro*, 1(16), 14-27. Retrieved from <http://www.revistafaro.cl/index.php/Faro/article/view/255>

- Rovetto, F. & Simelio, N. (2012). Diferencias de género en los medios de comunicación. Análisis de la invisibilización del trabajo de las mujeres en la prensa española [Gender differences in the media. Analysis of the invisibility of women's work in the Spanish press]. *Enfoques*, (24), 31-52. Retrieved from http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-27212012000100004
- Sabat, M. [Marcela Sabat]. (2013a, October 23). La energía y el amor entregados x l@s niñ@s son mágicos y únicos. Seguiremos trabajando x el #DefensordelNiñopic.twitter.com/1xcTBCrSxg [The energy and love given for the children are magical and unique. We will continue working #DefensordelNiñopic.twitter.com / 1xcTBCrSxg] [Tweet]. Retrieved from <https://twitter.com/MarceSabat>
- Sabat, M. [Marcela Sabat]. (2013b, October 23). Marcela Sabat con una niña en sus brazos [Marcela Sabat with a girl in her arms] [Picture]. Retrieved from <https://twitter.com/MarceSabat>
- Sabat, M. [Marcela Sabat]. (2013c, October 29). Me empelota la violencia contra la mujer !!! [Violence against women enervates me !!!] [Tweet]. Retrieved from <https://twitter.com/MarceSabat>
- Salinas, P. & Lagos, C. (2014). Género, discurso crítico y violencia simbólica: un trinomio epistemológico en la prensa chilena entre 2006-2011 [Gender, critical discourse and symbolic violence: A three-pronged epistemology of the Chilean press from 2006-2011]. *Comunicación y Sociedad*, (21), 181-212. Retrieved from http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2014000100008
- Sandoval, J. (2004). *Representación, discursividad y acción situada. Introducción crítica a la psicología del conocimiento* [Representation, discourse and action located. Critical introduction to the psychology of knowledge]. Valparaíso, Chile: Universidad de Valparaíso
- Simelio, N. (2006). *Prensa de información general durante la transición política (1974-1984): pervivencias y cambios en la representación de las relaciones sociales* [General press during the political transition (1974-1984): Survivals and changes in the representation of social relations]. Bellaterra: Servicio de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- Stake, R. E. (1999). *Investigación con estudio de casos* [Cases study research]. Madrid: Morata.
- Sunkel, G. (1983). *El Mercurio. 10 años de educación político-ideológica 1696-1979* [El Mercurio. Ten years of political and ideological education 1696-1979]. Santiago, Chile: Estudios ILET (Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales).
- Taylor, S. & Bogdan, R. (1994). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación* [Introduction to qualitative research methods]. Buenos Aires: Paidós.
- Tuchman, G. (1978). *Making news*. New York: The Free Press.
- Valdés, T. (2011). Acción política de mujeres 1990-2009: Institucionalizando la equidad de género [Political actions of women 1990-2009: Institutionalizing gender equity]. In E. Largo, (Ed.), *Autonomía política de las mujeres. Algunas reflexiones* [Political autonomy of women. Some reflections] (pp. 43-84). Santiago, Chile: Corporación Humanas.
- Vallejo, C. [Camila_Vallejo]. (2013a, October 21). Marcar el voto no es un acto vinculante, es un hecho político que generará fuerza para que la nva constitución la escriba una AC #Marcatuvoto [Marking the vote is not a binding act, it is a political fact that will generate force for the new constitution be write by CA #Marcatuvoto]. [Tweet]. Retrieved from https://twitter.com/camila_vallejo
- Vallejo, C. [Camila_Vallejo]. (2013b, October 22). La excesiva concentración d la riqueza y las bajas remuneraciones d l@s trabajador@s dl sector público y privado son intolerables @Cutchile [The excessive concentration of wealth and the low remunerations of the workers of the public and private sector are intolerable @Cutchile] [Tweet]. Retrieved from https://twitter.com/camila_vallejo
- Vallejo, C. [Camila_Vallejo]. (2013c, October 28). La segregación educativa existe, y esta serie la aborda de manera muy real. Por eso #YoVeoElReemplazante HOY 23:15 hrs. TVN [Educational segregation exists, and this series addresses it in a very real way. That's why #YoVeoElReemplazante TODAY 23:15 hrs. TVN] [Tweet]. Retrieved from https://twitter.com/camila_vallejo

- Vallejo, C. [Camila_Vallejo]. (2013d, October 28). Tu comando está preparado para dar mamaderas y cambiar pañales??? [Your command is ready to give bottles and change diapers ???] [Tweet]. Retrieved from https://twitter.com/camila_vallejo
- Vallejo, C. [Camila_Vallejo]. (2013e, November 14). Camila Vallejo en terreno de campaña electoral [Camila Vallejo on election campaign field] [Picture]. Retrieved from https://twitter.com/camila_vallejo
- Van Dijk, T. (1980). Algunas notas sobre la ideología y la teoría del discurso [Some notes on ideology and discourse theory]. *Semiosis*, (5), 37-53. Retrieved from <http://bit.ly/2doxO4z>
- Van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso [Critical discourse analysis]. *Anthropos*, (186), 23-36. Retrieved from <http://www.discursos.org/oldarticles/El%20an%20Ellisis%20cr%20Edtico%20del%20discurso.pdf>
- Vera, A. (2009). Una crítica feminista a la Madre Pública postdictatorial: los discursos de género en la campaña presidencial de Michelle Bachelet [A feminist critique of Public Mother postdictatorial: gender discourses in Michelle Bachelet's presidential campaign]. *Nomadias*, (10), 111-129. doi:10.5354/0719-0905.2009.15133
- Wodak, R. (2003). El enfoque histórico del discurso [The historical approach of discourse]. In R. Wodak & M. Meyer (Comps.), *Métodos de análisis crítico del discurso* [Methods of critical discourse analysis] (pp. 101-141). Barcelona: Gedisa.
- Zalaquett, M. [Mónica Zalaquett]. (2013a, November 14). El apoyo transversal de las mujeres en política.... Es importante que el Congreso tenga mujeres parlamentarias. Muchas gracias! [The transversal support of women in politics It is important that Congress has women parliamentarians. Thank you very much!] [Tweet]. Retrieved from <https://twitter.com/monicazalaquett>
- Zalaquett, M. [Mónica Zalaquett]. (2013b, November 5). Escuchando a víctimas de encapuchados en cada una de las marchas,,junto a @evelynmathei y @felipekast Donde Zacarías [Listening to hooded victims in each of the marches, next to @evelynmathei and @felipekast Donde Zacarías] [Tweet]. Retrieved from <https://twitter.com/monicazalaquett>
- Zalaquett, M. [Mónica Zalaquett]. (2013c, October 27). Feliz de haber conocido a la Sra. Carmelita, la reina de las recetas caseras de Stgo. Una tremenda mujer!!! [Happy to have met Mrs. Carmelita, the queen of home recipes from Stgo. A tremendous woman !!!] [Tweet]. Retrieved from <https://twitter.com/monicazalaquett>
- Zalaquett, M. [Mónica Zalaquett]. (2013d, November 13). Mónica Zalaquett en propaganda electoral [Mónica Zalaquett in election campaign] [Infographics]. Retrieved from <https://twitter.com/monicazalaquett>
- Zúñiga, Y. (2013). Mujeres, ciudadanía y participación política [Women, citizenship and political representation]. In N. Lacrapette (Ed.), *Derechos humanos y mujeres: Teoría y práctica* [Human rights and women: Theory and practice] (pp.181-209). Santiago, Chile: Centro de Derechos Humanos.

SOBRE LAS AUTORAS

Andrea Baeza Reyes, Socióloga, Universidad de Chile. Asistente de Investigación y Publicaciones del Centro de Desarrollo Cognitivo de la Universidad Diego Portales. Miembro del Núcleo de Género Julieta Kirkwood y del Comité Editorial de la Revista Punto Género, Universidad de Chile. Sus líneas de investigación son sociología del género, medios de comunicación y educación.

Silvia Lamadrid Álvarez, Socióloga, Pontificia Universidad Católica de Chile. Doctora en Historia, mención Historia de Chile, Universidad de Chile. Académica del Departamento de Sociología de la Universidad de Chile, donde coordina el Núcleo de Género Julieta Kirkwood. Editora de la Revista Punto Género. Sus líneas de investigación son sociología del género, acción colectiva, historia del género.