
**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS
SUPERIORES DE OCCIDENTE**

Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de Nivel Superior según Acuerdo Secretarial
15018, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de noviembre de 1976

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN CON ESPECIALIDAD EN LA DIFUSIÓN DE LA CIENCIA Y
LA CULTURA



**Ni calladitas ni bonitas: las representaciones de las políticas
mexicanas en la prensa de Guadalajara (2004-2007)**

Tesis que para obtener el grado de
Maestro en Comunicación con Especialidad en la Difusión de la Ciencia y la Cultura
Presenta

Lic. Zazil Elena Reyes García

Director de tesis: Dra. Alejandra Aguilar Ros

Resumen

En los últimos 15 años, pero especialmente en los últimos cinco o seis, las mujeres aparecieron y se instalaron en la escena política de nuestro país. Sin duda el cambio de un escenario político totalmente masculino a otro en donde las mujeres tienen una presencia que ya no es esporádica ni se percibe como una rareza que brotó solamente para desaparecer en seis años, sino que se ha establecido como presencia permanente, representa una transformación vital de la esfera pública. El hecho no solamente no ha pasado de manera discreta por los medios de comunicación, sino que éstos han jugado un papel muy importante en su construcción y todo el país ha sido testigo de la visibilidad, a veces incluso estruendosa, que estas mujeres han ido adquiriendo en la prensa, la televisión y la radio. Es precisamente éste, el objetivo del presente trabajo, el de analizar cómo se ha ido construyendo a estas mujeres en los medios, específicamente en la prensa partiendo de la idea de que estas representaciones no sólo hablan de las “mujeres políticas”, sino también y de manera muy importante, de la imagen que actualmente tenemos de las mujeres en nuestro país.

Agradecimientos

Hace un par de días había renunciado a la idea de escribir los agradecimientos a todas las personas que me apoyaron en este proceso. Por lo mismo quiero agradecer en primer lugar a mi asesora Alejandra Aguilar quien me recordó que ésta una de las partes más importantes de la tesis. Gracias Alejandra por tus clases, por haberte entusiasmado con mi proyecto desde el inicio y por acompañarme y guiarme durante todos los años que me tomó completarlo.

Quiero también darle las gracias a mi *Red de Colaboradoras para un Final Feliz*. A mi “arma secreta” que fue mi editora de cabecera con el lema “para qué decirlo con pocas palabras si puedes decirlo con muchas”. Muchas gracias madre por todo el cariño, las porras y por todos tus adjetivos y adverbios. A mi hermanita la doctora, quien me ayudó a formatear la bibliografía y a terminar. Sin ella y su aterrizaje forzoso, la conclusión se pudo haber prolongado para siempre. Y aquí tengo que darle gracias también a mi padre por la beca Reyes para el estudiante y por sus llamadas alentadoras, acompañadas de lluvias de ideas. A mis queridísimas compañeras de parranda, de angustias académicas -y de todos tipos- que me leyeron desde el principio. Sin las traducciones de Claudia Sorais y las precisiones de la Solanita, esta tesis sería otra.

Gracias a Miguel Zaldívar, director del departamento de Comunicación y Relaciones Internacionales del Tec de Monterrey, Campus Guadalajara por su paciencia y por seguirme dando clases a pesar de que la tesis no se terminaba. A Daniel Lemus, Rosa María Brito y Cristina Flores de la Prepa Tec, por hacerme la vida más fácil. A mis compañeros y amigos de la misma institución: Gacela, Candela, Alejandra, Juan de Dios, Angélica, Susana, Rosalinda, José Luis, Leonardo y Santiago. A mis alumnos y becarios por todas las satisfacciones y enojos de los últimos años.

Gracias también a Sofía. Sin ella no hubiera encontrado la paz emocional para terminar este proceso. Gal y el Dr. Ochoa también contribuyeron en este sentido.

Esta tesis jamás hubiera sido posible sin el apoyo de la familia Flores Guevara. Gracias a las “hermanitas veneno” por desvelarse con nosotros y por mantener esta casa en pie durante este frenético cierre. A Emiliano por romper con las tensiones justo cuando hacía falta. Y especialmente a Jaimito por acompañarme, quererme, apoyarme y aguantarme durante los últimos 7 años.

Gracias a mis queridísimos amigos que se han manifestado física y virtualmente durante los últimos años para darme sus porras y su cariño: Lídice, Claus, Jimena, Elvira, Ximena, Verónica, Elvia, Luis Mario, Campillo, Silas, Negro, Rodrigo, Pablo y Kabeza -quien además enriqueció este trabajo con sus cartones. Seguramente olvido a algunos, a todos gracias.

Y finalmente a todos mis maestros y compañeros del ITESO, por una maestría que disfruté enormemente y que me hizo crecer otro tanto.

Índice

Índice de figuras

Agradecimientos

Introducción

Capítulo 1. Construcción de la opinión pública: marco teórico	6
Historia de la publicidad: la conformación de lo público y lo privado	9
La visibilidad del escándalo	15
La importancia de la prensa en la construcción de una publicidad política	19
Medios y visibilidad política	25
Mujeres: Visibilidad y marginación	30
Capítulo 2. Mujeres y medios	32
El lenguaje como reforzador de estereotipos	40
Las mujeres en los medios	41
Las trabajadoras de los medios y su influencia	51
Cómo afectan los estereotipos a las mujeres políticas	54
Capítulo 3. Mujeres políticas: El dilema mujer privada- mujer pública	62
Capítulo 4. Metodología	93
La prensa, su universo y su impacto	93
El Informador	96
Público-Milenio	97
Mural	100
El universo de la investigación	103
Capítulo 5: Las Políticas	106
Mujeres poderosas	106
Beatriz Paredes	107
Dulce María Sauri	109
Xóchitl Gálvez	111
Visibilidad mediática: Escándalos y corrupción	114
Elba Esther Gordillo: escándalo, corrupción y maldad	119
Dolores Padierna	123
Rosario Robles: El escándalo amoroso	127
Invisibilidad: El caso de Amalia García	137
Josefina Vázquez Mota	140
Guadalupe Morfín	146
Capítulo 6. Las nuevas primeras damas	151
Conclusiones	210

Índice de figuras

Figura 1.1.	4
Figura 1.2.	4
Figura 2.1	58
Figura 2.2	58
Figura 2.3.....	59
Figura 2.4	60
Figura 5.1	122
Figura 5.2	123
Figura 5.3	124
Figura 5.4	133
Figura 6.1	155
Figura 6.2	160
Figura 6.3	167
Figura 6.4	170
Figura 6.5	184
Figura 6.6	186
Figura 6.7	188
Figura 6.8	197
Figura 6.9	207
Figura 7.1	210
Figura 7.2	211
Figura 7.3	212
Figura 7.4	213
Figura 7.5	213
Figura 7.6	214
Figura 7.7	216
Figura 7.8	216
Figura 7.9	217
Figura 7.10	217
Figura 7.11	218
Figura 7.12	219

Índice

Índice de figuras Agradecimientos

Introducción.....	1
Capítulo 1. Construcción de la opinión pública: marco teórico.....	6
Historia de la publicidad: la conformación de lo público y lo privado	9
La visibilidad del escándalo	15
La importancia de la prensa en la construcción de una publicidad política	19
Medios y visibilidad política	25
Mujeres: Visibilidad y marginación	30
Capítulo 2. Mujeres y medios.....	32
El lenguaje como reforzador de estereotipos	40
Las mujeres en los medios	41
Las trabajadoras de los medios y su influencia	51
Cómo afectan los estereotipos a las mujeres políticas	54
Capítulo 3. Mujeres políticas: El dilema mujer privada- mujer pública.....	62
Capítulo 4. Metodología.....	93
La prensa, su universo y su impacto	93
El Informador.....	96
Público-Milenio.....	97
Mural.....	100
El universo de la investigación.....	103
Capítulo 5: Las Políticas.....	106
Mujeres poderosas.....	106
Beatriz Paredes.....	107
Dulce María Sauri.....	109
Xóchitl Gálvez	111

Visibilidad mediática: Escándalos y corrupción.....	114
Elba Esther Gordillo: escándalo, corrupción y maldad.....	119
Dolores Padierna.....	123
Rosario Robles: El escándalo amoroso	127
Invisibilidad: El caso de Amalia García.....	137
Josefina Vázquez Mota.....	140
Guadalupe Morfín.....	146
 Capítulo 6. Las nuevas primeras damas.....	 151
Marta Sahagún ¿La esposa acompañante?	151
Marta Sahagún: de escándalo en escándalo.....	146
Marta y los medios –vida pública y privada.....	162
Primeras damas candidatas.....	167
Marta candidata.....	169
Maricarmen Ramírez.....	183
Martha Elena García de Echeverría.....	188
El discurso “feminista” de Marta Sahagún.....	191
El marido mandilón: ¿quién es el castigado?	197
Marta Sahagún y el poder: una conclusión.....	203
 Conclusiones.....	 210
Referencias.....	221
 Anexo 1	

Introducción

En los últimos 15 años, pero especialmente en los últimos cinco o seis, las mujeres aparecieron y se instalaron en la escena política de nuestro país. Sin duda el cambio de un escenario político totalmente masculino a otro en donde las mujeres tienen una presencia que ya no es esporádica ni se percibe como una rareza que brotó solamente para desaparecer en seis años, sino que se ha establecido como presencia permanente, representa una transformación vital de la esfera pública. El hecho no solamente no ha pasado de manera discreta por los medios de comunicación, sino que éstos han jugado un papel muy importante en su construcción y todo el país ha sido testigo de la visibilidad, a veces incluso estruendosa, que estas mujeres han ido adquiriendo en la prensa, la televisión y la radio. Es precisamente éste, el objetivo del presente trabajo, el de analizar cómo se ha ido construyendo a estas mujeres en los medios, específicamente en la prensa partiendo de la idea de que estas representaciones no sólo hablan de las “mujeres políticas”, sino también y de manera muy importante, de la imagen que actualmente tenemos de las mujeres en nuestro país.

Lamaré “mujeres políticas” a aquellas que se dedican al ejercicio de la política.¹ En el análisis hago la distinción entre dos tipos de “mujeres políticas”, dos perfiles que definen dos maneras distintas de ejercer la política. Por una parte están las que llamaré políticas de carrera y son aquellas que participan formalmente en las instituciones, ya sea como secretarías de Estado o subsecretarías o en puestos de elección popular, partidaria o sindical. Y otras que forman parte del círculo de poder aunque no estén formalmente dentro de una institución política, y que antes, hace apenas un par de sexenios no hubieran sido consideradas como “políticas” propiamente, pero a partir del sexenio pasado empezaron a adquirir prominencia y presencia propia. Específicamente, me refiero a las primeras damas.²

¹ Existen otros trabajos de mujeres en la política, como el de Victoria Rodríguez (2003). Sin embargo, con el título *Women in Contemporary Mexican Politics* (Mujeres en la política mexicana contemporánea), Rodríguez abarca diferentes maneras de participación política, desde movimientos sociales y ONGs, hasta mujeres en puestos de elección popular y primeras damas. Desde este punto de vista mi trabajo no trata sobre las mujeres en la política, ya que esto incluiría otras formas de participación.

² En un trascendido publicado el 8 de julio del 2007, *Público-Milenio* reproduce la información difundida por la revista *Emeequis* que, en base a una encuesta de *Consulta-Roy Campos Research* da a conocer a las “13 mujeres vivas más conocidas de México”. En la lista figuran “cuatro políticas” que aparecen en el siguiente orden: Marta Sahagún (según esta encuesta la cuarta mujer más conocida de México, después de Silvia Pinal, Lolita Ayala y Thalía), Beatriz Paredes, Elba Esther Gordillo y Margarita Zavala. Es de llamar la atención el hecho de que la actual primera dama también figura en la lista. Durante mi análisis mediático Margarita Zavala no sobresalió como una política muy visible para la prensa, aunque sí apareció en algunas noticias.

Los discursos que sobre todas ellas circulan, forman parte de un conjunto de representaciones colectivas que “preceden e introducen nuestras potenciales experiencias del mundo” (Sáez Carreras, 1998: 54). Aquí comparto la idea de que la realidad social se va creando “a través del lenguaje, los gestos y todas las formas del signo simbólico social” (Butler, 1990: 270)³ y de que los discursos también son acciones: “las palabras hacen lo que dicen” (Felluga, 2003).⁴

Me fue de mucha utilidad pensar en la categoría de “cultura de género” para efectos del análisis. Aquí retomo un estudio de Elsa Muñiz quien la utiliza al considerar que la categoría de género es limitada. Explica que ella trata de “estudiar la cultura de género como una forma de la historia cultural, donde la historia de las representaciones permita atender la comprensión de las prácticas que articulan representaciones colectivas y conductas personales, maneras generales de sentir, conocer, pensar respecto al estado de una sociedad y, por tanto, a su historia” (2002: 14).

Sáez Carreras considera que es de suma importancia reflexionar acerca de las representaciones actuales de las mujeres, ya que éstas “subyacen... a nuestra manera de pensar y... quizá, el que podamos pensarlas signifique un cierto progreso humano en tanto que su vigencia, condicionante de nuestros modos de pensar y de actuar, y su influencia comiencen a decrecer” (Sáez Carreras, 1998: 54).

Analizar las representaciones de las mujeres políticas en la prensa constituye mi interés principal en este trabajo de investigación. Aunque su participación en esta arena sigue siendo limitada si se la compara con la de los hombres –no llega ni al 15% en los cargos públicos (Sánchez, 2003: 78)- los espacios que las mujeres han ganado desde entonces son muy importantes, e incluso hay quien habla ya de una “feminización de la vida pública mexicana” (Rodríguez, 2003: 3).

³ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

⁴ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

La visibilidad que las mujeres políticas adquieren hoy en día gracias a los medios de comunicación no puede ser ignorada. ¿De qué otra manera nos familiarizamos con estos personajes si no es a través de la televisión, la radio o la prensa? En el 2004 estas mujeres ocuparon espacios importantes en los medios, y son precisamente sus representaciones las que me interesa abordar. Este trabajo se centra en la prensa local de Guadalajara, con la intención de responder a las siguientes preguntas de investigación: ¿Cómo se construye a la mujer política en la prensa? ¿Qué papel juegan los estereotipos en esta construcción?

Hoy aparece una gran ambigüedad en los medios cuando se trata de hablar sobre las mujeres que pertenecen a la cúpula política. Puedo adelantar que lo que sucede es que el discurso está cargado de estereotipos tradicionales que ya resultan caducos. Imágenes que cada vez están más lejos de las mujeres actuales y donde la única vía para mantenerlos en uso es a través de ironías que resultan muy destructivas. Pero esto no significa que no se pueda criticar el trabajo político-público de una mujer. Lo que critico aquí es que hoy parece que la crítica política a las mujeres políticas, no es posible sin hablar de su vida privada, de su cuerpo y en no pocas ocasiones de lo que sucede en su alcoba. Así ha ocurrido con figuras como Rosario Robles, Dolores Padierna, Elba Esther Gordillo y Marta Sahagún, pero también es interesante contrastarlas con una Amalia García, o una Beatriz Paredes, quienes no suelen protagonizar ningún “escándalo”, al menos no de tipo personal.

Esta investigación comenzó con un interés por estudiar las representaciones del cuerpo femenino en la prensa. Sin embargo, la gran cantidad de material y posibles líneas de investigación me obligaron a hacer una delimitación de mi objeto de estudio. Fue así como decidí explorar a las mujeres políticas. Considero que la representación del cuerpo –y lo que se habla sobre él- está ligada a la moral de cada “personaje”, pero también a la moral social. Así por ejemplo, la autoridad de Condoleeza Ríce queda destruida al representarla como una rumbera brasileña; lo mismo sucede con Marta Sahagún, al ponerle un cuerpo con senos abundantes, una mandíbula colgante, o unas pestañas kilométricas. Por otra parte la representación de un personaje como Elba Esther Gordillo remite, de manera metafórica, a los descuartizamientos de los cuerpos durante los

suplicios en la Edad Media. Hoy estos descuartizamientos aparecen en mi análisis como resultado de un intento por ridiculizar a las mujeres que ejercen la política.



Figura 1.1. Hernández, 19 de febrero 2004, *Público*

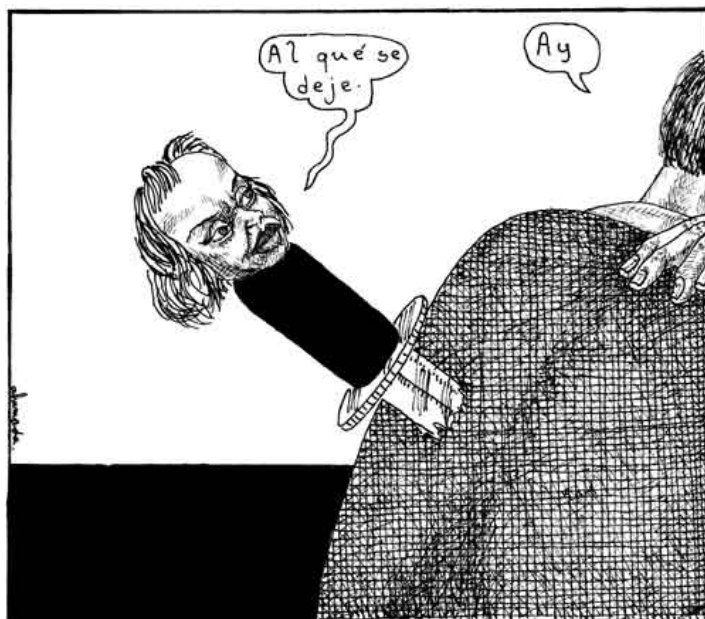


Figura 1.2. Ahumada, 18 de agosto 2006, *La Jornada*.

Esta tesis está estructurada en seis capítulos. En el primero abordo la historia de la opinión pública y el tema del escándalo político, utilizando como base a Habermas y a Thompson. Así como la formación de representaciones y el tema de la visibilidad mediática. El segundo capítulo consiste en la discusión sobre las representaciones de las mujeres en los medios y la importancia de los estereotipos que se producen sobre ellas, así como su participación en los medios de comunicación. Aquí reviso trabajos relevantes para el tema de las mujeres en los medios. El capítulo tres toca la teoría sobre las mujeres que participan en la política, describo el acceso de las mujeres a la ciudadanía y su participación en las cúpulas de poder. Específicamente hablo de cómo el eje público privado define la representación de las mujeres políticas y le da un sesgo. En el capítulo cuatro explico la metodología, detallo la manera en que revisé la prensa local con el objetivo de determinar la calidad de la visibilidad de las mujeres políticas a través de sus representaciones y de cómo los estereotipos sirven para comprender por qué las mujeres son representadas de determinadas maneras. Los capítulos cinco y seis comprenden el análisis de las representaciones de las políticas mexicanas más destacadas de los últimos cinco años. El primero incluye los perfiles de las políticas de carrera mientras que el segundo trata a las primeras damas que en el 2004 se interesaron por el poder. Por último, las conclusiones me llevaron al tema del cuerpo como un corolario de las representaciones femeninas en la prensa. No lo quise dejar de lado ya que me pareció que es un tema que teje los estereotipos de estas representaciones y que apunta hacia estudios más profundos sobre el tema de cómo se construye a la mujer en la prensa.

Capítulo 1. Construcción de la opinión pública: marco teórico.

“Qué quieren, así soy de apasionada” (Robles, 8 de febrero 2005, *El Financiero*). Esta fue la respuesta de Rosario Robles después de que un periódico publicara sus cartas personales a Carlos Ahumada. Cartas que, desde la intimidad de la alcoba hasta el continuo movimiento y bullicio del camión, el martes, ocho de febrero del 2005, miles de personas leían simultáneamente siguiendo una relación convertida en telenovela política por la prensa y luego por todos los medios. El ritual del periódico -que según Hegel funciona como un sustituto de las oraciones matutinas (citado por Anderson, 1999: 35)-se repite diariamente en nuestra ciudad y en el resto del mundo mientras miles de personas se unen en torno a una lectura de la realidad. El periódico, según Benedict Anderson, se convierte así en literatura, en ficción que se cuela en nuestra vida cotidiana para formar parte del imaginario colectivo. Esta comunidad anónima, privada y a la vez compartida, es de acuerdo a este autor, “el sello distintivo de las naciones modernas” (1999: 35, 36).¹

Hablar de imaginario es hablar de la imaginación de una colectividad, de las imágenes que una sociedad tiene de sí misma. Para Esther Cohen: “El imaginario nutre y hace actuar al hombre”, por lo tanto estudiar sus representaciones –productos del imaginario- es fundamental para estudiar una cultura (2003: 149). Hoy en día los medios de comunicación tienen un papel preponderante en la construcción de los imaginarios. Las imágenes de la mujer presentadas por los medios se convierten así en un elemento importante en la construcción de las mujeres de carne y hueso. Según Ana Jorge Alonso:

Los estereotipos de lo femenino sustituyen en multitud de ocasiones a la imagen plural de las mujeres reales. Esta construcción artificial que de la identidad femenina se realiza desde los medios de comunicación contribuye en gran medida a una distorsión que impide la proyección de los problemas y necesidades reales de las mujeres (2004: 64).

¹ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

Para hablar sobre la construcción de la mujer política en la prensa considero necesario abordar el tema de la opinión pública, para ello me apoyaré en Habermas (1999) y su estudio sobre la historia de lo que él llama publicidad y que otros autores han traducido como esfera pública (Thompson, 1998). Se trata de un concepto que rebasa al de la opinión pública e incluye lo referente a “el estado y la calidad de las cosas públicas”, esto es, la vida social pública, la opinión pública y “lo público” (Habermas, 1999: 37). Bajo esta óptica, la publicidad no es estática, sino que está sujeta a cambios estructurales, junto con las transformaciones del Estado, la economía y la sociedad. Históricamente, estos cambios han transformado lo que se entiende por esfera pública y privada, así como la composición y el comportamiento del público, y el proceso de legitimación de las democracias. Los medios de comunicación han tenido también una participación importante en la publicidad. Los libros consumidos por la burguesía desde el siglo XVIII, las revistas y periódicos, y más recientemente, los medios de masas electrónicos han producido y conformado diferentes públicos y distintas formas de vivir la vida pública. La función de la publicidad tampoco ha permanecido igual, pues según Habermas hoy ha perdido su función política como mediadora de la opinión pública y ahora actúa como instrumento de las relaciones públicas (1999: 11- 13, 42).

Junto con la comercialización y la condensación de la red de comunicación, junto con el creciente despliegue del capital y el ascendente grado organizativo de los dispositivos publicistas, los canales de comunicación pasaron a estar regulados de manera más intensa y las oportunidades de acceso a la comunicación pública quedaron sujetas a una presión selectiva aún mayor. Surgió así una nueva clase de influencia, a saber, un poder de los medios que, utilizado manipulativamente, hace perder la inocencia al principio de la publicidad. La esfera pública, dominada y preestructurada al mismo tiempo por los mass media, degeneró en un ruedo impregnado por el poder (Habermas, 1999: 16, 17).

Pero poder y publicidad siempre han estado vinculados, y difícilmente se podría decir que ésta última haya sido en algún momento “inocente”. Nunca ha sido una característica de la publicidad el ser incluyente, y por lo tanto siempre ha habido grupos que se han quedado al margen. Durante la

Edad Media europea los nobles y poderosos de la iglesia eran los únicos que podían acceder a ella, para después ser reemplazados por la burguesía. Los “hombres no autosuficientes” como los campesinos y los trabajadores no tenían oportunidad de participar; las mujeres tampoco, sin embargo su marginalidad es diferente (Habermas, 1999: 8). Hoy en día las mujeres han penetrado espacios antes reservados al género masculino, sin embargo sigue siendo válido preguntarse sobre su participación en la publicidad –en la vida pública, en la opinión pública.

El empuje hacia la emancipación... ha entrado entre tanto en un proceso de creciente efectividad y se encuentra en la línea de una universalización de los derechos civiles, al igual que la emancipación social de los trabajadores asalariados. Sin embargo, a diferencia de la institucionalización del conflicto de clase, las transformaciones de las relaciones sexuales no sólo afectan al sistema económico, sino también al ámbito nuclear y privado del espacio interior de la pequeña familia. De ahí que la exclusión de las mujeres haya sido también constitutiva de la publicidad política, en el sentido de que dicha publicidad no sólo fue dominada por hombres de manera contingente, sino que además quedó determinada de una manera específicamente sexista tanto en su estructura como en sus relaciones con la esfera privada. A diferencia de la exclusión de los hombres subprivilegiados, la exclusión de las mujeres tuvo una fuerza configuradora de estructuras (Habermas, 1999: 8, 9).

Estas estructuras siguen teniendo hoy rasgos patriarcales, según la autora Carol Pateman, “Ahora que la lucha feminista ha alcanzado el punto en que las mujeres son casi iguales en lo cívico-formal, se destaca la oposición entre la igualdad conseguida a imagen del hombre y la posición social real de la mujer en tanto que mujer”. Pateman identifica dos dimensiones del patriarcalismo: la paternal que se da entre padre e hijo y la masculina que se da entre marido y mujer. Asegura que los teóricos políticos “silencian el aspecto sexual o conyugal del patriarcado (*patriarchy*), el cual aparece como no- político o natural” (citada por Habermas, 1999: 9). Éste es uno de los supuestos que me acompaña en la lectura de las representaciones femeninas en la prensa, sobretodo porque la mayoría de los caricaturistas políticos – si no es que su totalidad- y de los

comentaristas que escriben sobre política son varones. Retomaré estas ideas en el análisis de la prensa, pero antes creo que es importante hacer una breve historia sobre la vida y la opinión pública.

Historia de la publicidad: la conformación de lo público y lo privado

El antecedente más antiguo de nuestra sociedad occidental, con respecto a las categorías de lo público y lo privado proviene de la antigua Grecia:

En la ciudad-estado griega plenamente formada, la esfera de la polis, común al ciudadano libre (*coiné*), está estrictamente separada de la esfera *oikos*, en la que cada uno ha de apropiarse aisladamente de lo suyo... La vida pública, *bios politikos*, se desenvuelve en el *agora*, pero no está localmente delimitada: la publicidad se constituye en la conversación (*lexis*), que puede tomar también la forma de la deliberación y del tribunal, así como en el hacer común (*praxis*), sea ésta la conducción de la guerra o el juego pugnaz (Habermas, 1999: 42, 43).

Pero la publicidad que describe Habermas tiene sus orígenes en la Edad Media europea. Ésta era una publicidad representativa, exclusiva de los nobles y el alto clero.

El status del señor feudal, siempre encaramado a su jerarquía, es neutro frente a los criterios “público” y “privado”; pero el poseedor de ese status lo representa públicamente: se muestra, se presenta como la corporeización de un poder siempre “elevado”... la representación sólo puede ‘darse en la esfera de la publicidad... no hay representación que pudiera considerarse “asunto privado”’ Y, ciertamente, lo que pretende esa representación es hacer visible, por medio de la presencia públicamente presente del señor, un ser invisible... ‘algo muerto, algo de poca valía, o carente totalmente de ella, algo bajo, no puede obtener representación. Le falta el elevado modo de ser capaz de resaltar en el ser público, de ser capaz de una existencia. Palabras como grandeza, alteza, majestad, fama,

dignidad y honor van al encuentro de esa particularidad del ser capaz de representación’ (Habermas, 1999: 46, 47).

La publicidad representativa está ligada al comportamiento “noble”, y es dueña de un código conformado por la vestimenta, el peinado, los gestos, y los discursos. Es este código el que convierte al noble en persona pública. Según Habermas, esta situación se modifica con la llegada de la burguesía, ya que: “El noble es lo que representa; el burgués lo que produce” (1999: 47, 51, 52). Sin embargo, aunque el autor ubique a la publicidad representativa en la Edad Media, considero que hoy las personas públicas pueden seguir representando poder de la misma manera.

A mediados del siglo XVII los ingleses comienzan a hablar de “*public*” para distinguir al público lector de las personas que se reúnen “en torno de un conferenciante o un actor, en un sitio público”. En ambos casos se trata de un “público juez”, distinto de los conceptos “*world*” y “*mankind*” utilizados hasta el momento. “Lo que se somete a juicio público consigue “publicidad”... La crítica misma se expone en forma de ‘opinión pública’, noción acuñada en la segunda mitad del siglo XVIII a partir de la francesa ‘*opinion publique*” (Habermas, 1999: 63, 64). Un elemento fundamental de la opinión pública del siglo XVIII es el raciocinio, necesario para formar a un público capaz de juicio. En 1792 en un discurso de la Cámara de los Comunes en Inglaterra, el “público políticamente raciocinante es indirectamente reconocido en su función de crítica pública.” Es la primera vez que el Parlamento habla de *ellos* de una “*public opinion*”, y no del “*sense of people*”. Ya no es una opinión cualquiera, sino una opinión pública que se forma en la discusión pública, “luego de que el público, por medio de la educación y la información haya sido puesto en condiciones de formarse una opinión fundada”, desde entonces “el raciocinio político del público ha llegado a articularse de tal modo que en el umbral del siglo XIX desempeña ya el papel de un permanente comentarista crítico, arrebatando la exclusiva al Parlamento y convirtiéndose en el interlocutor oficial de los diputados” (Habermas, 1999: 102, 103).²

² El libro de Habermas, traducido al español, mantiene las palabras que aparecen en cursivas en su idioma original, aquí las reproduzco de la misma manera.

Por su parte, la palabra 'privado' existe ya en el siglo XVI. Se le utiliza para hablar de aquello que no tiene oficio público, "sin empleo que lo implique en los asuntos públicos".³ Lo privado entonces está excluido de la esfera del Estado, que representa al "poder público" (Habermas, 1999: 50). Con la burguesía la idea de lo privado toma un significado distinto, y se vincula con la "libre disposición sobre la propiedad capitalísticamente activa" (Habermas, 1999: 110). Así es como en el siglo XVIII la burguesía se convierte en la representante de la esfera privada y se presenta como una "esfera libre de dominación", "exenta de poder", "neutral", defensora del libre mercado que se regula a sí mismo y que funciona para el bienestar de todos con "la justicia según la medida del rendimiento individual" (Habermas, 1999: 114, 115).

Es con la burguesía que la publicidad se coloca como una tensión constante entre Estado y sociedad, adquiriendo una nueva estructura, así como funciones políticas. Esta nueva publicidad comienza a gestarse en las conversaciones de los intelectuales burgueses en los salones y cafés del siglo XVIII, reemplazando a la publicidad representativa de la corte. El objeto de discusión en estas nuevas instituciones de la publicidad es la cultura:

En la medida en que la cultura cobra forma mercantil, convirtiéndose así propiamente, por vez primera, en "cultura" (como algo que se da por su misma voluntad de existir), es reclamada como objeto de sazónada discusión, objeto sobre el cual puede la – públicamente insertada- subjetividad llegar a acuerdo consigo misma (Habermas, 1999: 67, 68).

La cultura, convertida en mercancía, se convierte en algo "universalmente accesible". Las obras artísticas, filosóficas y literarias se desacralizan -pierden su aura- al ser producidas y mediadas por el mercado, y dejan de ser exclusivas de la publicidad eclesiástica o cortesana. Esto permite su

³ Habermas lo dice en alemán, usa la palabra *privat*, pero en español ocurre lo mismo, de un diccionario de 1611: "Privado. El que ha sido excluido de oficio y dignidad. 3. Privar. En otra significación vale ser favorecido de algún señor, de *PRIVATUS*, A, UM, cosa propia y particular, porque se particulariza con él y le diferencia de los demás; y este se llama privado, 4: y el favor que el señor le da privanza. Fuente: Covarrubias Orozco, Sebastián (1995) Privado. En Maldonado, Felipe (Ed.), *Tesoro de la lengua castellana o española* (p. 835). Madrid: Editorial Castalia.

problematización en las discusiones públicas y contribuye de manera esencial al “desenclaustramiento del público” (Habermas, 1999: 74).

Las cuestiones discutidas se convertían en algo “general”, no sólo en el sentido de su relevancia, sino también en el de su accesibilidad: todos debían *poder* entender de ello. Allí donde el público se institucionaliza como grupo fijo de interlocutores, éste no se equipara con *el* público, sino que en todo caso reclama ser reconocido como su portavoz, quizá incluso como su educador, quiere actuar en su nombre, representarlo: tal es la nueva forma de representación burguesa (Habermas, 1999: 75).

Al mismo tiempo las revistas se vinculan íntimamente con los cafés, convirtiéndose en una crónica de lo que ahí acontece y se discute diariamente:

La forma dialogal que muchos artículos mantenían indica la proximidad a la palabra hablada. La misma discusión es transportada a otro medio, proseguida en él, para volver luego, a través de la lectura, al originario medio de la conversación... El público se mira al espejo con el *Tatler*, con el *Spectator*, con el *Guardian*; aún no es capaz de entenderse a través del rodeo de una reflexión sobre obras filosóficas, literarias, artísticas y científicas, sino sólo entrando él mismo como objeto en la ‘literatura’ (Habermas, 1999: 79, 80).

Los salones y cafés, como lugares de discusión pública, permiten cierta igualdad social al reunirse en ellos personas pertenecientes a los distintos estamentos. Sin embargo esta aparente igualdad existe únicamente en oposición al Estado y no se extiende al género. Mientras que en los salones había una presencia femenina importante, los cafés restringen su entrada a los varones, y es en éstos en los que se da la práctica política (Habermas, 1999: 72, 73). En palabras de Habermas, “las mujeres y los económicamente dependientes están fáctica y jurídicamente excluidos de la publicidad política; mientras que el público lector femenino, así como el formado por aprendices y

criados, tiene a menudo una participación más fuerte en la publicidad literaria que los propietarios y padres de familia” (1999: 92).

En tiempos de la Ilustración la publicidad se convierte en una mediación necesaria para superar la “minoría de edad” y permitir el pensamiento autónomo. El mismo Habermas cita lo que antes apreció claramente Kant quien dice: “Es difícil para todos los hombres individualmente considerados esforzarse por salir de la minoría de edad a que han sido abandonados en la naturaleza... Pero es más posible que *un público* se ilustre a sí mismo; con sólo que se le deje en libertad, es casi inevitable” (citado por Habermas, 1999: 137). Sin embargo el uso público de la razón no es para todos, según Kant es más bien cosa de sabios, especialmente de filósofos; en sus palabras:

Si se presta atención al curso de los diálogos que se desarrollan en las reuniones mixtas, que no están tan sólo compuestas por sabios y hombres de razón, sino también por gentes de negocio o por mujeres, se nota que, aparte de narraciones y bromas, no se da conversación, es decir, raciocinio, en modo alguno (citado por Habermas, 1999: 137, 138, 140).

Habermas rescata de Kant la idea de que la publicidad funciona como mediación entre la política y la moral, por lo que sirve para orientar a las personas hacia la felicidad: “La virtud política no puede ser indiferente a la felicidad: todas las máximas políticas necesitan, pues, para coincidir con derecho y política a la vez, de la publicidad, puesto que ‘ellas tienen que medirse de acuerdo con la finalidad general del público (la felicidad)’, ya que ‘hacerle a éste feliz con su situación’ sería la tarea propia de la política” (Habermas, 1999: 145). La publicidad en este sentido parece ser una manipulación de la opinión pública para que las personas sean felices con el “deber ser” que el estado marca como “natural” y no cuestionen el estado actual de las cosas. Habermas retoma también el pensamiento de autores como Hegel y Marx quienes desde su punto de vista consideraron a la publicidad burguesa como ideología, cuestionando su aparente neutralidad. Para Habermas, Hegel pensaba que la sociedad burguesa “no sólo no supera la... desigualdad... que se

da en la naturaleza, sino que... levanta una desigualdad de talento, de la capacidad e incluso de la formación intelectual y moral" (1999: 151). Además rechazaba que existiera la solidaridad entre política y moral, ya que "el bien de un Estado tiene una justificación completamente distinta de la del bien del individuo" (1999: 153, 154). Habermas entiende que para Marx la opinión pública tiende a ocultar los intereses de la clase burguesa, ya que no existe la igualdad de oportunidades que permitan a cualquiera "con resolución y 'suerte', el *status* de un propietario, y con ello, las cualificaciones para ser admitido en la publicidad como hombre privado: propiedad e instrucción" (1999: 155, 156). Habermas señala que Marx se anticipó a lo que vendría años más tarde con la penetración de las "capas no burguesas" en la publicidad política. Al participar éstas en la prensa y en otras instituciones "el arma de la publicidad, afilada por la burguesía, se volverá contra ella" (1999: 158). Considera que el socialismo de Marx invierte la relación entre la publicidad y la esfera privada.

De acuerdo con este nuevo modelo, la autonomía no se basa ya en la propiedad privada; no puede ya fundarse en lo absoluto en la esfera privada, tiene que hacerlo en la publicidad misma... Las personas privadas, serán personas privadas de un público antes bien que el público un público de personas privadas... la libertad del hombre privado se determinará según el rol de los hombres como ciudadanos sociales... no... como propietarios privados... En ella se emancipará el trato informal e íntimo entre los hombres-convirtiéndose por vez primera en un trato realmente "privado"... con la eliminación de la propiedad privada caen también... la vieja base y la función, mantenida hasta el presente, de la familia, de la dependencia de la mujer con respecto al varón y de los niños respecto a los padres. Así "se convertirá la relación entre ambos sexos en una relación puramente privada que sólo a las partes habrá de concernir y en la que la sociedad no tendrá que inmiscuirse" (Habermas, 1999: 159, 160)

Sin embargo el proyecto socialista jamás se consolidó, y con la culminación del capitalismo la publicidad penetró cada vez más esferas de la sociedad al mismo tiempo que perdió, según

Habermas, su función política, esto es, “la sumisión de los estados de cosas hechos públicos al control de un público crítico”. M.L. Goldschmidt se refiere a estas dos “preocupantes tendencias”, “primero, una consecuente despreocupación por el derecho de privacidad de los individuos; y segundo, una tendencia hacia la escasa publicidad, con un incremento consecuente del secreto en las áreas... consideradas públicas” (citado por Habermas, 1999: 171).⁴

Esto es muy relevante para mi trabajo porque en las representaciones de las mujeres políticas en la prensa, su vida privada es algo que está siempre en riesgo de ser exhibida y juzgada. Al parecer el derecho a la privacidad se opone al derecho que la gente tiene a estar informada sobre los asuntos públicos. ¿Por qué resulta tan difícil hablar de una mujer política sin entrar a su alcoba o sin dejar a un lado su apariencia? Un buen ejemplo es el escándalo amoroso protagonizado por Rosario Robles y Carlos Ahumada. Éste dejó en un segundo plano al escándalo por corrupción y tráfico de influencias en el que también se vieron involucrados. Algo similar sucede con las esposas de los políticos, no se sabe cómo abordarlas sin hablar de sus relaciones de pareja, aunque al mismo tiempo es lo que ellas mismas han aprovechado para obtener visibilidad.

La visibilidad del escándalo

Durante el 2004 los escándalos políticos colocaron a varias de las mujeres analizadas en este trabajo en la mira de los medios. En los últimos años los escándalos políticos -y mediatizados- se han hecho cada vez más comunes. Para algunos esto es resultado del proceso de democratización del país, en donde los medios funcionan como un panóptico, y los políticos están bajo una vigilancia constante. Otros admiten: “Hemos confundido nuestra tarea periodística con la revancha política, la verdad con el desahogo y la honradez informativa con el escándalo” (García Vigil citado por Levario Turcott, 2002: 11).

Sin embargo Thompson considera que comprender el escándalo, “únicamente como la expresión de una decadencia moral o como el producto de un periodismo sin escrúpulos” es un error, ya que la importancia y el crecimiento de este fenómeno están relacionados con la

⁴ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

transformación de la vida pública y el papel que los medios de comunicación juegan en ella haciendo a las figuras públicas “mucho más visibles hoy que en el pasado” (2001: 12). Se dice que hemos pasado, “de la trascendencia de la política a la política de los trascendidos”, donde, “en el afán de buscar escándalos políticos, muchos medios dan como notas ciertas los trascendidos”, los cuales son revisados “con especial cuidado” por políticos y ciudadanos, “para saber quién aparece y por qué” (Gaytán Alcalá & Fregoso Bonilla, 2004: s/p). Esto se ha convertido en, “un albur [pues] puede ser cierta o no la relación del hecho con tu nombre, pero no escapas de ser señalado”. Y ha generado en los medios, “un clima donde el rumor impera como una verdad y no como una opinión” (Gaytán Alcalá & Fregoso Bonilla, 2004: s/p). Los políticos no son los únicos protagonistas de los escándalos, los medios tienen un papel igual de importante, y no son tan transparentes como pretenden. Los trascendidos en particular han arrancado juicios “despiadados” por parte de los ciudadanos, aunque forman parte de un “ejercicio interno” que resulta “opaco ante la mirada de los ciudadanos” (Gaytán Alcalá & Fregoso Bonilla, 2004: s/p).

En una línea similar, Thompson asegura que los “escándalos mediáticos”, “no son simples escándalos reflejados en los medios”, sino que son provocados por ellos. Por una parte el escándalo vende, por otra, “algunos periodistas consideran la revelación de los ocultos secretos del poder como una forma de dar cumplimiento a su vocación de guardianes del interés público” (2001: 55). Sin embargo el análisis no se agota ahí. Los escándalos mediáticos actuales son posibles gracias a que las relaciones entre vida privada y pública se han modificado, “creando nuevos tipos de visibilidad” (2001: 56):

La visibilidad mediática fue un obsequio para aquellos que llegaron a ser consumados expertos en el uso de los medios de comunicación para dar forma a su imagen o para promover sus fines. Sin embargo, debido a que los medios hacían visible la totalidad de las esferas de acción sobre las que se volcaban, esferas que se encontraban previamente apartadas de la vista, y debido igualmente a que generaban un complejo campo de imágenes y un no menos complejo flujo de información que resultaban muy difíciles de

controlar, la visibilidad mediática contenía la posibilidad de convertirse también en una trampa (Thompson, 2001: 68).

Thompson coloca el inicio del escándalo mediático en el siglo XIX con el “invento” del concepto moderno de la noticia, “como algo que debía ser descubierto mediante un proceso de averiguación”, y con la idea de que la vida cotidiana era, “un objeto susceptible de ser investigado”. La relación entre la prensa y los partidos políticos también cambió (2001: 79). En el siglo XIX la tecnología permitió tiradas masivas que permitieron a los periódicos dejar de depender del financiamiento de los partidos políticos. Finalmente podían presumir de cierta “neutralidad política”, y con ello comenzaron a separar la información de las noticias de la opinión de las páginas editoriales (2001: 79-80).

Thompson identifica dos ideales poco compatibles en la entonces naciente profesionalización periodística: “la fidelidad a los hechos y el entretenimiento” (2001: 80-81). Ambos tendrían un papel fundamental en la construcción del escándalo mediático. El primero de estos ideales se vio reflejado en el periodismo de investigación que en el siglo XX comenzó a cuestionar los hechos con la idea de que, “podían ocultarse y manipularse (por los gobiernos y los políticos carentes de escrúpulos, por ejemplo), y por la conciencia de que incluso aquellos hechos que resultaban menos contestables requerían a menudo una buena dosis de interpretación para adquirir sentido” (Thompson, 2001: 88). Esto contribuyó a colocar a los políticos -y a otras figuras públicas- en la mira de la prensa, incrementando su visibilidad. Las nuevas tecnologías de comunicación e información facilitaron esta tarea y al mismo tiempo crearon:

Un nuevo tipo de intimidad en el ámbito público, haciendo posible que los dirigentes políticos y otras personalidades apareciesen ante lejanas audiencias como individuos dispuestos a revelar –y así lo hicieron cada vez más- determinados aspectos de sus vidas privadas. Las nuevas tecnologías también proporcionaron un número cada vez más sofisticados de aparatos para controlar las actividades a través de monitores y de grabarlas... Un aumento de visibilidad no implica necesariamente un mayor grado de

sinceridad, pero sí aumenta el riesgo de que las actividades realizadas en la intimidad o casi en secreto acaben encontrando el modo de aparecer en el ámbito público (Thompson, 2001: 89).

Thompson afirma que el concepto de escándalo, “fue asociándose cada vez más con una multitud de fenómenos que habían sido moldeados por la prensa y otros medios” (2001: 91). Considera también que los escándalos políticos se dan con mayor frecuencia en una democracia liberal en donde existe cierta libertad de prensa y “la reputación tiene importancia” para conseguir el voto, debido a la competencia que existe entre los partidos y otros grupos donde, “el conflicto y la confrontación son la norma” en una lucha por el poder. En este caso, “el escándalo puede ser un arma poderosa”. Señalar a un oponente político que ha roto las normas, “que se ha visto involucrado en un asunto de corrupción o fraude... o que se ha comportado de un modo que implique un considerable grado de engaño o hipocresía- puede ser una forma eficaz de desacreditarle”, aunque se trate de una difamación (2001: 136).

Esto se explica por el declive de la “política ideológica” y la creciente importancia de la “política de confianza” (Thompson, 2001: 158). Hoy los votantes se preocupan más por “el carácter” y la “veracidad” de quienes gobiernan, ya que lo consideran, “el principal medio de garantizar que las promesas políticas se puedan convertir en realidades y de que las decisiones difíciles... puedan adoptarse sobre la base de juicios sensatos”. De esta manera los crecientes escándalos mediáticos se han convertido en una especie de “prueba de credibilidad”. Los escándalos entonces no son tanto del interés de la opinión pública porque, “consideren que los políticos deban observar unos estrictos códigos morales en sus vidas privadas” sino, “por lo que esa conducta les indica respecto a la integridad y la credibilidad del individuo en cuestión” (Thompson, 2001: 159). Al haber mayor competencia por los votantes, “las cuestiones relacionadas con el carácter se fueron politizando cada vez más a medida que los partidos trataban de establecer diferencias entre ellos en un contexto en el que era cada vez más difícil apelar a fundamentales diferencias de principios” (Thompson, 2001: 160).

El escándalo también se vincula con la idea del entretenimiento. Los intereses económicos de los medios de comunicación los llevan a, “producir historias que impliquen a personalidades relevantes con el fin de atraer la atención al público” (Thompson, 2001: 137) y así poder vender su producto. Bajo esta lógica, la política mediática adquiere tintes de espectáculo. Por eso no sorprende un artículo de Álvaro Cueva –analista de medios que escribe en la sección de espectáculos- quien se pregunta: “¿Qué le puede importar a la gente la vida sentimental de Rosario Robles?”. Él mismo da la respuesta. Parece que los medios consideran que es algo tan útil para el público como los pleitos entre Niurka⁵ y su maquillista, y pregunta si acaso los problemas sentimentales de la gente se terminarán al conocer los de Rosario Robles. “La gente que hace noticieros sabe que trabaja para entretener, cada conductor escoge el tono de su espectáculo y tan estrella es Carmen Salinas como Marta Sahagún, y tan taquillero es Juan Osorio como René Bejarano” (Cueva, 4 de abril 2004, *Público*).

Frente a este panorama en donde el escándalo político -y mediático- forma parte de la cultura, se sigue pensando que las mujeres políticas se inclinan por, “los temas relacionados con la ‘compasión’ y el asistencialismo, encaminados a paliar la problemática de los más desfavorecidos... Y no sólo se cree que se preocupan más por los demás, también se tiene la consideración de que están vacunadas contra los aspectos ‘sucios’ de la política (Fernández Poncela, 2003: 22). Quizá por eso se les castiga más severamente cuando se ven envueltas en algún escándalo.

La importancia de la prensa en la construcción de una publicidad política

Los medios de comunicación masiva, en especial la prensa, han jugado un papel fundamental en la construcción de las democracias. Éstas son impensables sin la función política de la publicidad, la cual está íntimamente ligada al desarrollo de la prensa. Los orígenes del periódico moderno se encuentran en los *corantos* de las primeras décadas del siglo XVII. Estas publicaciones de

⁵ Niurka Marcos es una vedette y actriz mexicana, nacida en Cuba. En el 2004 protagonizó el escándalo del año en lo que a “espectáculos” se refiere. Engañó a su marido (un productor que le había dado papeles importantes en varias telenovelas) por un actor. No solo eso, sino que ventiló detalles de su vida privada, acusando a su antigua pareja de no satisfacerla sexualmente. Durante el año protagonizó notas menores, como un pleito con su maquillista y confidente de muchos años. Con esto Niurka se convirtió en una referencia de mujer traicionera, conflictiva y peleonera. Es una figura icónica, emblemática, casi se puede decir que un concepto.

periodicidad semanal surgieron en varias ciudades alemanas y de ahí se extendieron al resto de Europa. Las noticias eran en su mayoría suministradas por los administradores de correos que recopilaban información de sus regiones y luego la editaban para mandarla a las ciudades más importantes (Thompson, 1998: 95). Los *corantos* en sus inicios incluían en su mayoría noticias extranjeras.

Los individuos que leían estos periódicos, o los escuchaban al ser leídos en voz alta por otros, se informaban de acontecimientos que sucedían en otros lugares de Europa, acontecimientos de los que no podían ser testigos directos en lugares que nunca, con toda probabilidad, llegarían a visitar. De ahí que la circulación de las primeras formas de noticieros ayudara a crear el sentido de un mundo de acontecimientos más allá del entorno inmediato de los individuos, pero que tenía alguna relevancia, y potencialmente alguna relación con su vida (Thompson, 1998: 95- 97).

Poco después los periódicos comenzaron a ocuparse cada vez más de los asuntos domésticos y la censura del Estado no se hizo esperar. Desde un principio las autoridades se dieron cuenta de la publicidad que podían obtener a través de la prensa y la utilizaron para conseguir sus propios objetivos.

En la medida en que ese instrumento les servía para dar a conocer órdenes y disposiciones, se convirtieron los destinatarios propiamente por vez primera en “público”. Los periódicos políticos comenzaron informando acerca de las idas y venidas reales... sobre fiestas... etc; en conexión con esas noticias cortesanas – noticias que podemos entender como una especie de adaptación de la representación a la nueva forma de la publicidad – aparecían también “disposiciones del soberano para el bien de los súbditos”. Pero al punto se convirtió la prensa en una sistemática servidora de los intereses de la Administración (Habermas, 1999: 59, 60).

En Inglaterra particularmente, fue hasta 1640 que el control estatal comenzó a debilitarse y el público empezó a exigir noticias sobre los asuntos políticos de su comunidad. A partir de ese momento “las publicaciones periódicas surgirían para jugar un papel clave en las cuestiones de Estado, ofreciendo un continuo flujo de información sobre los acontecimientos en curso y expresando un variado abanico de puntos de vista –algunas veces marcadamente conflictivos- sobre diversas materias de interés público” (Thompson, 1998: 97, 98).

En el siglo XVIII la prensa inglesa inició una nueva etapa que se extendería a otros países europeos; desde ese momento su orientación fue marcadamente comercial, al mismo tiempo que luchó por mantenerse independiente del poder del Estado. “Apareció una variedad de prensa especializada: había periódicos dedicados a acontecimientos culturales y al entretenimiento, otros a noticias comerciales y financieras y un tercer grupo a comentarios sociales y políticos” (Thompson, 1998: 98). Con periódicos como el *Tatler* y el *Spectator*, el género del ensayo político se popularizó. Para 1750 la circulación de estos y otros periódicos ingleses sumaba “alrededor de cien mil copias por semana... Dado que muchos periódicos eran leídos en lugares públicos, como tabernas y cafeterías, el número de lectores era, con casi toda seguridad, mucho mayor... quizá diez veces más.” La batalla entre la prensa independiente y la censura estatal jugó un “papel crucial en el desarrollo del moderno Estado constitucional” (Thompson, 1998: 98, 99).

La prensa por lo tanto no es únicamente un instrumento del Estado, aquellos interesados en influir de alguna manera en las decisiones de la autoridad también hacen uso de ella y “apelan al público raciocinante para legitimar sus exigencias ante esta nueva tribuna” (Habermas, 1999: 94). Según Habermas, a partir de ese momento: “El grado de desarrollo de la publicidad se medirá... de acuerdo con el nivel de disputa entre el estado y la prensa” (1999: 97). Una serie de cartas publicadas en el *Public Advertiser* de Inglaterra entre 1768 y 1772 ejemplifica esta disputa. Hoy se le conoce como “arts satíricos ‘pioneros de la prensa moderna’ porque en ellos se imputan públicamente al rey, a ministros, a altos militares” se revelan “maniobras políticas, y se descubren conexiones mantenidas en secreto y de relevancia política, de un modo que, desde entonces, resulta modélico para una prensa crítica” (Habermas, 1999: 97).

Por medio de la prensa la autoridad se dirigía “al público”, aunque en un principio este estaba conformado por los “estamentos ilustrados” más que por el “hombre común”. Es así como la burguesía comienza a ocupar “una posición central en el conjunto del ‘público’”. Esta toma conciencia de sí misma como “competidor en el juego”, capaz de oponerse al poder público en esta tribuna pública que es la prensa. La prensa se escapa del control del estado y por medio de ella los ciudadanos reciben ideas que “al punto convierten en propias y vuelven contra aquél” (Habermas, 1999: 60- 63). El negocio periodístico que comenzó como una pequeña industria artesanal en la que el editor se encargaba de la clasificación y el tráfico de noticias se transforma con la introducción del elemento político. Los periódicos se convierten en “portadores y guías de la opinión pública, medios de lucha de la política partidista” (Habermas, 1999: 210).

Pero ésta no es la única transformación de la prensa, la cual se convierte a partir del siglo XIX -con la venta de espacios para anuncios publicitarios- en una empresa lucrativa privada concentrada en poderosos conglomerados. Para Habermas, la prensa empezará entonces a perder su función política y las personas privadas del público se verán cada vez más influenciadas por los propietarios privados:

Con el modelo liberal de la publicidad, las organizaciones del público raciocinante estaban protegidas y a resguardo de las intromisiones del poder público en tanto se encontraran en manos de personas privadas. En la medida en que se van comercializando, y en la medida en que se van concentrando económica, tecnológica y organizativamente, se han ido transformando a lo largo de la última centuria hasta convertirse en complejos sociales de poder; de modo que es precisamente su permanencia en manos privadas lo que amenaza por todos lados a las funciones críticas de la publicística. En comparación con la prensa de la era liberal, han conseguido los medios de comunicación de masas, por un lado, un alcance y una eficacia mucho mayores – con ellos se ha extendido también la misma esfera de la publicidad.- Por otro lado, cada vez se evaden más de esa esfera para recluirse en la otra privada esfera del tráfico mercantil; cuanto mayor es su eficacia

publicística, tanto más vulnerables son a la presión de determinados intereses privados (individuales y colectivos) (Habermas, 1999: 215, 216).

La esencia del medio de comunicación -ahora de masas- está a partir de este momento ligada al entretenimiento y al consumo. Según este autor ya no se puede pensar en una separación entre los anuncios publicitarios –publicidad económica- de la publicidad política, por lo que su función crítica irá dando paso a una función de “relaciones públicas”:

El “ciudadano de opinión” se diferencia del mero reclamo comercial por el hecho de que recurre a la publicidad de un modo expresamente político... las *public relations* se dirigen a la “opinión pública”, a las personas privadas como público y no como consumidores. El remitente de tal mensaje camufla sus intenciones comerciales desempeñando el rol de alguien interesado en el bien público... El reclamo publicitario... interviene en el proceso de formación de la “opinión pública” en la medida en que crea novedades de un modo planificado o utiliza el interés despertado por ocasiones estimulantes. Se atiene así estrictamente a la psicología y la técnica de la *feature and pictorial publicity*... vinculada a los medios de comunicación de masas y a sus múltiplemente comprobados topoi del *human interest: romance, religión, money, children, health, animals*. Mediante una presentación dramática de los hechos y algunos calculados estereotipos, consigue una “*reorientation of public opinion by the formation of new authorities or symbols which will have acceptance*” (Habermas, 1999: 219- 221).

Pero no todos los autores comparten la visión pesimista de Habermas, los estudiosos de los medios hoy en día no pueden pensar al público como un receptor pasivo que se deja manipular por los medios, ahora es fundamental considerar las apropiaciones que éstos públicos hacen de los contenidos. Considero por lo tanto que es importante retomar otra mirada para analizar a la prensa. Jesús Martín- Barbero (1998) habla de la prensa popular de masas en América Latina, y aunque

los periódicos que voy a revisar para esta investigación no pueden considerarse como “populares”⁶ sí contienen elementos considerados por Martín- Barbero.

Este autor señala que la historia de la prensa se ha hecho sobre la “prensa seria”, mientras que la amarilla o sensacionalista solo ha sido estudiada en términos económicos, explicándose en función del desarrollo de las tecnologías de impresión y de la competencia de las grandes empresas periodísticas, y se pregunta: “¿Cómo se va a hablar de política, y menos aún de cultura, a propósito de periódicos que, según esas historias, no son más que negocio y escándalo, aprovechamiento de la ignorancia y las bajas pasiones de las masas?” (1998: 190). Martín-Barbero describe la prensa de la izquierda latinoamericana de principios de siglo XX como,

Una visión heroica de la política que deja fuera el mundo de la cotidianidad, de la subjetividad, de la sexualidad, tan fuera como quedará el mundo de las prácticas culturales del pueblo: narrativas, religiosas o de conocimiento. Fuera o, lo que es peor, estigmatizadas como fuente de alineación y obstáculos a la lucha política (Martín- Barbero, 1998: 190, 191).

Martín- Barbero retoma el trabajo del chileno Osvaldo Sunkel e identifica desde 1920 una revolución de la prensa en países como Chile y Argentina, con la aparición de “diarios que recogen y desarrollan las claves de las liras populares... rompiendo con el tono solemne y la ampulosidad de la prensa ‘seria’ “. Se introducen nuevos elementos “que buscaban explícitamente la conexión con los modos de expresión popular.” El humor y el escándalo se incorporan a la noticia con una escritura que pierde rigidez y se torna ágil.

Pero donde ese nuevo tipo de periodismo hallará su consagración será en el diario Clarín⁷, fundado en 1954, y en el que los criterios empresariales estarán siempre aliados a, y sobredeterminados por, criterios políticos- culturales. En ese diario se hará explícito el que

⁶ Los perfiles de lector de los tres diarios están incluidos en el capítulo de metodología. El nivel socioeconómico (NSE) de *Mural* y *Público* se concentra en AB y C+ (sectores medios y altos), *El Informador* no incluye NSE pero por ocupación llega a 1% de empresarios, 9% profesionistas, y el resto se divide en empleados, comerciantes, amas de casa, técnicos y pensionados. También es el más vendido de los tres.

⁷ Diario argentino.

la cuestión del cambio de lenguaje periodístico no remite ni se agota en la trampa con que atrapar un público sino que responde a su vez a una búsqueda de conexión con los otros lenguajes que circulan marginados en la sociedad. Desde ahí había que leer la caricatura a las diferentes hablas de los grupos sociales y la transposición del discurso de la crónica roja a la política (Martín- Barbero, 1998: 192, 193).

Comparto esta visión sobre el periódico y me interesa porque algunas columnas de crítica política que incluyo en mi análisis hacen esta mezcla entre política y espectáculos. No creo que por esto la crítica política desaparezca o se trivialice, al contrario, se realizan críticas fuertes cargadas de ironía. Pero uno no podría leer algunas de estas columnas y comprenderlas sin estar al tanto de lo que sucede en *Big Brother*, de los escándalos de la cubana Niurka⁸ o de Gloria Trevi. Como mencioné anteriormente, no se trata de columnas dirigidas a las clases populares, sin embargo incluyen la cultura popular, la cotidianidad para hablar de política, de sus personajes y sus escándalos, se trata de un lenguaje distinto, de otra forma de contar. Retomo a Martín- Barbero, quien dice que estas expresiones contienen “Una estética melodramática que se atreve a violar la repartición racionalista entre temáticas *serias* y las que carecen de valor, a tratar los hechos políticos como hechos dramáticos y a romper con la “objetividad” observando las situaciones de ese otro lado que interpela la subjetividad de los lectores” (Martín- Barbero, 1998: 192, 193).

Medios y visibilidad política

Como mencioné anteriormente las fronteras entre lo público y lo privado se han ido desdibujando cada vez más. Según Michel Foucault, desde el nacimiento del estado moderno en el siglo XVIII surge el bio-poder, una “tecnología política” que se vale de la disciplina de los cuerpos para controlar a los individuos, y que por lo tanto requiere de una creciente intervención del estado en la vida cotidiana de las personas. La vida, la muerte, el trabajo, las actividades y preocupaciones de los individuos, se volvieron desde entonces políticamente y científicamente útiles, las personas se

⁸ Niurka ya es toda una referencia de la cultura popular. Un grupo de mujeres que se autodenominan BVC (Bola de Viejas Cabronas) y que forman parte del movimiento social que apoya a Andrés Manuel López Obrador tiene un blog titulado “Mi veldá”. La descripción de la o las que lo escriben dice: “Un blog políticamente incorrecto de la BVC (Bola de Viejas Cabronas), para dejar salir la Niurka que todos llevamos dentro”. Disponible en: <http://miveld.blogspot.com>
Para mayores referencias sobre Niurka, ver nota 5 de este mismo capítulo.

convirtieron en objetos del estado y de la ciencia (Dreyfuss & Rabinow, 1983: 136 -139). Sin embargo esta creciente intervención también ha estado acompañada, sobretodo desde finales del siglo XIX, de organizaciones de individuos en “sociedades civiles” como un intento por influir en las políticas de los gobiernos.

Thompson (1998) identifica como parte del dominio público a las organizaciones que son propiedad del Estado, mientras que el dominio privado está conformado por las relaciones personales y familiares, así como por organizaciones económicas de propiedad privada “que operan en la economía de mercado y están orientadas a la obtención de beneficio”. Identifica también organizaciones que se encuentran en medio de estos dos dominios, como es el caso de los partidos políticos, los grupos de presión, las empresas de propiedad cooperativa y las instituciones de caridad. El autor considera que:

La verdadera frontera entre lo público y lo privado se ha convertido en un punto clave de los debates políticos, en la medida en que los sucesivos gobiernos tratan de redefinir el marco de la actividad estatal a través de la ampliación de servicios públicos, invirtiendo o rechazando acuerdos del sector público mediante la privatización (Thompson, 1998: 164-166).

Pero lo público y lo privado no son solamente estos dos dominios, tienen también un segundo sentido según el cual “lo público” es lo visible, lo que está “disponible al público”, “lo que se expone a todos o a muchos para que sea visto u oído, o para que tengan noticias de ello” (Thompson, 1998: 166). Lo privado en cambio es lo invisible, “lo que queda oculto a la mirada, lo que es dicho o realizado en la privacidad o en secreto o dentro de un círculo restringido de personas”. La visibilidad – invisibilidad del Estado –del poder- no ha sido estática, sino que se ha modificado con cada forma de gobierno (Thompson, 1998: 166).

Foucault habla de los cambios que ha sufrido la visibilidad del poder en la historia y lo hace a través de un análisis del castigo. Inicia con los suplicios públicos de la Edad Media, a través de los cuales se demostraba simbólicamente el poder del rey. Bajo esta figura, el rompimiento de la

ley era considerado como un ataque violento en contra del cuerpo del propio soberano, por lo que éste estaba obligado a responder con fuerza excesiva. El castigo se inscribía en el cuerpo de la víctima por medio de la tortura pública, en la cual el dolor aplicado debía corresponder al crimen. Sin embargo esta publicidad contrastaba con los procedimientos legales, los cuales eran realizados en secreto (Dreyfuss & Rabinow, 1983: 144-146).

En el siglo XVIII los reformadores humanistas exigieron poner un alto a ese “teatro de atrocidades”, entonces se volvió “preciso que la justicia criminal, en lugar de vengarse, castigue al fin (Foucault, 2003: 78).” Era la época del Contrato Social, el crimen ya no atentaba en contra del cuerpo del soberano, sino contra la sociedad entera. A partir de ese momento, “se requieren relaciones exactas entre la naturaleza de la ofensa y la naturaleza del castigo” (Dreyfuss & Rabinow, 1983: 148).⁹ Esto se traducía en que el castigo debía estar basado en un conocimiento preciso, de manera que se inició un proceso de individualización que fue objetivando a los crímenes y a los criminales. Según los humanistas franceses, con estos castigos, se aplicaba el conocimiento a las almas de los individuos. El poder ya no se inscribía directamente en el cuerpo, sino en las mentes y en las almas. Se trataba de “la sumisión de los cuerpos por el control de las ideas” (Foucault, 2003: 107). Para estos humanistas, el trabajo público representaba el castigo perfecto. Gracias a su visibilidad la sociedad se beneficiaba no sólo de la productividad del trabajo, sino también de la lección moral (Dreyfuss & Rabinow, 1983: 149, 150).

Conforme el siglo XVIII fue avanzando, el castigo se fue modificando hasta convertirse en un encierro normalizado. Al trabajo público se le añadió el aislamiento, “a partir del cual el condenado, al escapar a las malas influencias, puede reflexionar y descubrir en el fondo de su conciencia la voz del bien” (Foucault, 2003: 127). Este castigo pretendía modificar las conductas del cuerpo y del alma con la ayuda de técnicas específicas del poder y del conocimiento. Si se lograba crear cuerpos dóciles, entonces el castigo había cumplido con su objetivo (Dreyfuss & Rabinow, 1983: 152). Éste es, según Foucault el poder disciplinario, el cual invierte la visibilidad; se vuelve invisible, mientras que los objetos del poder –aquellos sobre los que opera- se vuelven visibles. De esta manera surge el *dossier*, y con ello cada persona se convierte en un caso que hay

⁹ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

que conocer perfectamente. El individuo –y las ciencias que lo estudian- es el resultado y el objeto de un cruce entre poder y conocimiento “el nacimiento de las ciencias del hombre... puede ser encontrado en archivos innobles, donde tuvo origen el moderno juego de coerción sobre los cuerpos, gestos y conductas” (Dreyfuss & Rabinow, 1983: 159, 160).¹⁰

El ejercicio del poder en las sociedades modernas ha encontrado entonces formas de mantenerse en secreto, oculto a la mirada del público, aunque al mismo tiempo se ha hecho más visible al hacer públicos los procesos de toma de decisiones (Thompson, 1998: 168) totalmente ocultos con otros sistemas como las monarquías o las dictaduras.

Los medios de comunicación han tenido un papel importante en esta nueva visibilidad. Desde la imprenta hasta el Internet, los medios han transformado las fronteras entre la vida privada y la vida pública:

Antes del desarrollo de los *media*, la propiedad pública de los individuos y de los acontecimientos estaba vinculada a la idea de compartir un espacio común. Un acontecimiento se convertía en acontecimiento público al presentarse ante una multitud de individuos físicamente presentes en el momento en que acontecía... El desarrollo de los *media* ha creado formas de propiedad pública nuevas, completamente diferentes de la propiedad pública tradicional basada en la co-presencia. La característica fundamental de estas nuevas formas es que, con la ampliación de la disponibilidad ofrecida por los *media*, la propiedad pública de los individuos, las acciones o acontecimientos, dejan de vincularse al hecho de compartir un lugar en común (Thompson, 1998: 168, 169).

Con la imprenta surge un público lector, un público sin lugar (Thompson, 1998: 170). Según Anderson el periódico, una “forma extrema del libro”, “vendido a una escala colosal, pero de popularidad efímera” crea comunidades imaginadas de lectores que comparten el tiempo pero no el espacio. Estos lectores participan diariamente en una paradójica “ceremonia masiva”: “el

¹⁰ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

consumo ('imaginario') casi simultáneo del periódico como ficción" (1999: 35).¹¹ Esta paradoja consiste en una lectura privada que al mismo tiempo es compartida con miles de otros a quienes se desconoce, aunque se sabe de su existencia.

Además, esta ceremonia es repetida incesantemente en intervalos diarios o semidiarios a lo largo del calendario. ¿Qué figura más vívida puede ser concebida para la secular comunidad imaginada, históricamente cronometrada? Al mismo tiempo, el lector de periódicos, al observar réplicas exactas de su propio papel consumido por sus vecinos del metro, la barbería, o la colonia, reafirma continuamente que el mundo imaginado se encuentra visiblemente enraizado en la vida cotidiana... la ficción se cuela continua y calladamente en la realidad, creando la notable confianza de comunidad en el anonimato que es el sello característico de las naciones modernas (Anderson, 1999: 35, 36).¹²

Es frente a estas audiencias físicamente ausentes que los gobernantes y los políticos se presentan a través de los medios de comunicación. Los medios han permitido que la imagen del poder se transmita a miles o millones de personas en lugares lejanos, pero también han brindado un espacio para sus detractores. Así, el interés por administrar la visibilidad otorgada por los medios ha ido en aumento, sobretodo desde el surgimiento de la televisión. Para Paul Virilio el espacio público ha cedido ante la imagen pública al tiempo que "la vigilancia y la iluminación se desplazan... de calles y avenidas, en dirección a ese terminal de recepción de anuncios a domicilio que suple a la Ciudad, con lo que la esfera privada continúa perdiendo su relativa autonomía" (1989: 84). Thompson comparte esta idea, ya que según él, la sensación que da la televisión de transmitir acontecimientos "en vivo" resalta "el grado de vigilancia y de control reflexivo requerido por los líderes políticos" (1998: 182). Pero los políticos saben que también son objeto de la vigilancia, por lo que el cuidado de su apariencia –vestimenta, gestos, palabras- se ha convertido en algo sumamente importante. Éstos saben que su presencia en los medios, el uso de esta nueva

¹¹ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda y Zazil Reyes.

¹² Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

visibilidad, es hoy imprescindible para cualquier persona o partido político que quiera posicionarse en el poder (Thompson, 1998: 182- 184).

Mujeres: Visibilidad y marginación

Ya al hablar sobre la historia de la publicidad toqué el tema de la marginación de las mujeres de la esfera pública burguesa. Según Thompson esta exclusión fue una característica esencial –no incidental- de la esfera pública, algo que marcó su estructura (1998: 105) y que por lo tanto ha tenido implicaciones en la participación de las mujeres en los medios de comunicación. ¿Qué se puede decir al respecto sobre las mujeres en América Latina hoy en día? Hace 10 años una periodista latinoamericana escribió: “las voces de las mujeres y las minorías son sólo tenues murmullos, pero en comparación con el silencio del pasado, son sonidos audibles” (Chávez Coy, 1995: 81). Seguramente hoy estas voces se escuchan con mucha mayor fuerza, pero considero que aún hay un camino por recorrer para que las mujeres tengan una mayor participación en las sociedades. Para la periodista Cissie Chávez Coy las mujeres latinoamericanas se encuentran en una mejor posición que las minorías ya que están integradas en las sociedades latinoamericanas a pesar de su fuerte tradición machista. Según ella el papel subordinado de la mujer puede cambiar mejorando sus modos de participación en la sociedad, y una forma de hacerlo es ocupando más espacios en los medios de comunicación, formando parte de sus discursos, incidiendo en sus temáticas (1995: 82). Sin embargo la chilena Silvia Pellegrini dice que: “Con la creciente incorporación de la mujer al mundo laboral y el cambio de los papeles tradicionales, la gama de sus intereses se ha diversificado de modo tal que parece difícil distinguir necesidades comunicacionales del público femenino que sean propia y radicalmente diferentes de las de sus congéneres masculinos” (1995: 93). Existen diferentes puntos de vista al respecto. En un estudio realizado por la UNESCO para conocer si un mayor número de mujeres trabajando en los medios traía como consecuencia cambios en los contenidos, los resultados fueron “no necesariamente” (Hernández de Gómez, 1995: 98). Por otra parte, investigaciones sobre el trabajo en países nórdicos encontraron diferencias en la forma en que hombres y mujeres organizan y hacen su trabajo. Esto llevado a los medios de comunicación podría significar que la participación de las

mujeres implica una mayor inclusión de temas de su interés o una nueva perspectiva sobre los que ya están colocados (Hernández de Gómez, 1995: 98)

Independientemente de que no sea fácil distinguir necesidades comunicacionales distintas según el género, Pellegrini admite la necesidad de ampliar los matices y las perspectivas en los temas tratados por los medios, y considera que las mujeres pueden impulsar estos cambios. La inclusión de estos nuevos intereses facilita también la “incorporación social real de los grupos de intereses específicos” (1995: 93). Finalmente de lo que se está hablando es de democracia -no de género- y para que ésta exista Pellegrini hace un llamado a la comunicación para “dar cuenta de ambos mundos, de su diversidad, sin que uno se constituya en alternativa del otro” (1995: 94).

Esta discusión me parece relevante, sin embargo este trabajo se centra en el tema de la representación de las mujeres en una industria aún dominada por hombres. Según la venezolana Marieta Hernández la imagen de las mujeres ha ido cambiando en la medida en que adquieren una mayor presencia en el ámbito profesional en general y en los medios de comunicación en lo particular (1995: 98, 99). Sin embargo:

En general, hay un acuerdo en que la imagen de la mujer hasta hace poco tiempo era limitada, poco realista y, en el peor de los casos, hasta denigrante. Sus actividades y aspiraciones aparecían ligadas sólo al hogar y a la familia, y en la publicidad, la imagen de la mujer se ha utilizado fundamentalmente como símbolo sexual en función de su atractivo físico (1995: 98).

Actualmente las representaciones de las mujeres podrían parecer distintas. Sin embargo si se les analiza a detalle se puede encontrar en qué medida el imaginario colectivo sigue arrastrando estereotipos que hacen pensar que las mujeres siguen siendo un símbolo sexual, o siguen limitadas al hogar. En el siguiente capítulo abordaré las representaciones de las mujeres en los medios y utilizaré la categoría de los estereotipos para entenderlas.

Capítulo 2. Mujeres y medios

Sacrificada como ninguna, valiente como la que más, incomprendida como muchas; elegante y sofisticada como cualquiera sueña ser.
Epigmenio Ibarra, **Retrato del poder**

Esta descripción del periodista y productor de televisión Epigmenio Ibarra (13 de febrero 2004, *Público*), bien podría referirse a personajes de la televisión como “Doña Florinda”¹ o “Súper ratón” –o ratona. Sin embargo se trata de la que fue primera dama del país, quien en la prensa ha sido llamada de diversas formas, desde “señora presidenta” (Corona, 29 de septiembre 2004, *Público*), “señora ‘bien’ del Bajío” (Arredondo Ramírez, 9 de febrero 2004, *Mural*), “emperatriz de todos los pobres” (Valdés Castellanos, 22 de marzo 2004, *Público*), “Barbie descontinuada” (Poniatowska citada por Gómez Leyva, 28 de enero 2004, *Público*) hasta “un personaje vacío lleno de buenos propósitos” (Valencia, 6 de marzo 2004, *Público*). Según Marcela Gómez Zalce (7 de junio 2004, *Público*) su imagen, “evoca (o se compara) a la madre Teresa de Calcuta, a Santa Teresita de Jesús, Evita Perón” y ella disfruta e incluso se cree las creativas imágenes de los medios. En este mismo sentido, Ibarra afirma que: “De estereotipo en estereotipo, Fox y Marta, Vicente y su señora intentan mantener su audiencia cautiva. Tienen razón, lo suyo, ciertamente, es el entretenimiento” (10 de junio 2005, *Público*).

El personaje de Marta Sahagún es ambiguo y contradictorio. La misma primera dama admite: “Hay quienes me conocen y saben quién soy. Hay también quienes me han inventado” (Sahagún de Fox, 2005: 15). Sin embargo ella misma se ha cobijado bajo distintos estereotipos buscando la visibilidad y la popularidad, construyéndose como un personaje que se le ha salido de control. La imagen de Marta Sahagún es un notable ejemplo del uso de los estereotipos en los medios de comunicación. El resultado de esta imagen puede ser descrito con la siguiente cita de Sander Gilman:

¹ Personaje creado por Roberto Gómez Bolaños, en su popular serie televisiva “El chavo del ocho.”

Las cualidades asignadas al Otro fácilmente forman patrones con poca o ninguna relación con la realidad externa... Los patrones de asociación están comúnmente basados... en una combinación de experiencia de la vida real (tal como es filtrada a través de los modelos de percepción) y el mundo del mito y los dos se entrelazan para formar imágenes fabulosas, ni enteramente de este mundo ni del reino del mito (1985: 21).²

Los análisis de estereotipos son centrales para los estudios sobre las representaciones de las mujeres en los medios, es por eso que voy a presentar una revisión de diferentes autores que abordan este asunto desde varios niveles y perspectivas. Abordaré las propuestas de varios estudiosos que han trabajado sobre la construcción misma de estereotipos, como Gilman, a quien acabo de citar líneas arriba; también abordaré estudios sobre mujeres y estereotipos; además presentaré argumentos de quienes han trabajado sobre mujeres políticas y sus estereotipos.

Antes de entrar al tema de los estereotipos quiero tomar de Elisa Muñiz (2002) la definición del concepto de “cultura de género”. Considero que esta “categoría explicativa” que Muñiz a su vez toma de Teresa de Lauretis, explica muy bien la importancia del estudio de las representaciones para comprender cómo se construye actualmente a las mujeres y a los varones. Según Muñiz, la cultura de género:

Contempla las diferencias sexuales en su noción más abstracta: como producto no de la biología ni de la socialización sino de la significación y de los efectos discursivos. En este sentido, se comprende a los sujetos constituidos en el género no exclusivamente a partir de las diferencias biológicas, sino sobretodo a través de diversos lenguajes y representaciones culturales... la cultura de género considera la representación y la autorrepresentación de lo femenino y lo masculino como productos de diversas tecnologías sociales, como son: el cine, la fotografía, las diversas epistemologías y las prácticas críticas, así como las prácticas de la vida cotidiana, y en este sentido, las propias experiencias de los sujetos. En la actualidad, dice de Lauretis, el género se construye con

² Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

tanta intensidad como en otras épocas, y no sólo desde los discursos tradicionales, sino también desde la academia y los discursos artísticos de vanguardia, e incluso el feminismo y la historia de la mujer (Muñiz, 2002: 20).

Es por ello que la noción de “cultura de género”, al señalar la importancia de las representaciones en las prácticas que construyen el género, me es mucho más útil que ahondar en las diferentes teorías de género.

Coincido con los estudios de género que consideran que las mujeres están siendo representadas a través de estereotipos que presentan una imagen que no corresponde a su realidad actual (Bach Arús et al. 2000; Jorge Alonso, 2004; Fernández Díaz, 2003; Funes, 1995; Sánchez Leyva, 1999). Estoy de acuerdo con que el problema es que las mujeres se quedan atrapadas en estas imágenes consideradas tradicionalmente como “femeninas”. En palabras de Ana Jorge Alonso: “Entre Eva y la Virgen, como representación de todas las Pandoras y las honorables matronas, ejemplares esposas y madres. Las mujeres se transforman en un reflejo de los deseos y las necesidades masculinas” (2004: 58).

Para Juan Sáez Carreras los estereotipos son “representaciones falseadas de la realidad originadas por una generalización abusiva de casos o rasgos particulares... representaciones cuya estructura comporta una alta dosis de rigidez y de estabilidad, incluso cuando se prueba científica o socialmente su falsedad” (1998: 47).

Los estereotipos no son exclusivos de los medios de comunicación, tampoco de las representaciones de género: “Todos creamos imágenes de las cosas que tememos o glorificamos. Estas imágenes nunca se quedan en abstracciones: las entendemos como entidades del mundo real. Les asignamos etiquetas que sirven para separarlas de nosotros. Creamos ‘estereotipos’” (Gilman, 1985: 15).³ Desde una perspectiva interdisciplinaria que incorpora los aportes de Freud, Sander Gilman dice que las personas no podríamos vivir en sociedad sin utilizar los estereotipos ya que éstos nos permiten controlar nuestro miedo al mundo exterior. Explica que para un niño pequeño el mundo exterior es una extensión del yo. Al darse cuenta de que existe una distinción,

³Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

se genera un sentimiento de angustia que proviene de la percepción de una pérdida de control. El niño se sobrepone a este sentimiento creando categorías para los objetos y las personas que le rodean (1985: 16,17). Esta idea es trasladada a lo social por Berger y Luckman (2003), quienes consideran que en la vida cotidiana utilizamos “esquemas tipificadores” bajo los cuáles interactuamos con los otros. Así, los seres humanos se perciben mutuamente bajo ciertas categorías o tipificaciones que pueden corresponder al género -“hombre”, “mujer”- a la edad – “viejo”, “joven”- o al origen –“indígena”, “europeo”- por mencionar algunas. Estas categorías no son estáticas, sino que se están negociando continuamente, especialmente en una relación “cara a cara”. “Las tipificaciones de la interacción social se vuelven progresivamente anónimas a medida que se alejan de la situación ‘cara a cara’” (Berger & Luckman, 2003: 47). De acuerdo a estos autores: “La estructura social es la suma total de estas tipificaciones y de las pautas recurrentes de interacción establecidas por intermedio de ellas” (Berger & Luckman, 2003: 49,50).

Para Sander Gilman la complejidad del estereotipo se debe al contexto social en el que se encuentra. Este contexto es similar al del niño que comienza a diferenciarse del resto del mundo, y en el que se crea la base de los estereotipos que resurgen en los adultos como respuesta a la angustia; “La ansiedad surge tanto por cualquier alteración del sentido del orden (real o imaginado) entre el ser y el Otro (real o imaginado) como por las tensiones de los mecanismos de regulación reprimidos” (1985: 19).⁴ Según Gilman, la imagen que cada uno tiene de sí mismo se proyecta en las representaciones mentales que cada individuo construye sobre el mundo exterior, y moldea su percepción de los objetos – y de las personas. De manera que la interacción con los objetos – y con las personas- se hace a través del filtro de la representación interna del mundo. Esta representación está centrada en la necesidad de controlar el mundo interno y el que nos rodea. El autor considera que los objetos del mundo exterior se reducen a imágenes que cada persona contrasta constantemente con la realidad en la que se basan. Algunas veces hay contradicciones entre el mundo interno y el externo, conflictos que se pueden resolver modificando la imagen interna –o quizá ignorando la contradicción. Pero cuando el conflicto no se resuelve y se duda sobre el control sobre el mundo interno, aparece la angustia, la cual es proyectada en “el Otro”,

⁴ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

exteriorizando la pérdida de control. A “el Otro” se le pueden atribuir cualidades “malas” o “buenas”, de esto depende que el estereotipo sea “negativo” o “positivo”; “El primero es aquello que tememos llegar a ser; el último, lo que tememos no poder lograr” (Gilman, 1985: 19,20).⁵

Marta Bach Arús et al., (2000) advierten que los estereotipos normalmente “se presentan en una doble vertiente, positiva y negativa. De manera que la descripción de un estereotipo positivo proyecta una sombra negativa que recuerda a la persona la dualidad de la imagen” (2000: 45). Un ejemplo de esta dualidad que las autoras consideran frecuente en los estereotipos femeninos es el de la virgen y la puta, y explican que esta manera de operar de los estereotipos ocasiona que incluso al utilizarse una imagen positiva “el fondo del inconsciente lo descodificará añadiéndole una contrapartida negativa” (2000: 45). Esta dicotomía se puede dar también en comparación con el estereotipo masculino, así nos encontramos con que: “los hombres son racionales y las mujeres emocionales o que la objetividad es masculina y la subjetividad femenina” (Bach Arús et al., 2000: 45,46).

De acuerdo con Gilman, los estereotipos no son creados por la imaginación de un solo individuo, y tampoco se trata de imágenes construidas al azar. Los estereotipos corresponden a las imágenes que los grupos sociales construyen con base en su historia y su cultura. Algunas veces éstos son reforzados por las acciones de las entidades reales que representan, “pero los estereotipos pueden ser perpetuados, resucitados y moldeados por textos que contengan la vida de fantasía de la cultura, independientemente de la existencia o ausencia del grupo en una sociedad dada” (1985: 20).⁶

Los estereotipos mantienen la diferencia necesaria entre el yo y “el Otro”: “Ya que no existe una línea real entre el ser y el Otro, se debe dibujar una línea imaginaria” (Gilman, 1985: 18).⁷ Así, percibimos a “el Otro” a través de un estereotipo, de una representación mental que puede ser positiva o negativa (Gilman, 1985: 18). En palabras de Stuart Hall, “el estereotipo reduce, esencializa, naturaliza y fija la ‘diferencia’” (citado por Barker, 2003: 166). Esto se hace a través de la cultura de cada sociedad, como dice Sander Gilman:

⁵ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

⁶ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

⁷ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

La idea de la diferencia emerge del sentido comunal de la sociedad sobre su mundo. Por mucho que este sentido de control sea articulado; ya sea como poder político, estatus social, misión religiosa o dominación geográfica; éste provee un vocabulario apropiado para el sentido de la diferencia. Diferencia es aquello que amenaza el orden y el control; es el polo opuesto a nuestro grupo. Esta representación mental de la diferencia no es otra que la proyección de la tensión entre el control y la pérdida, presente en cada individuo de cada grupo. La tensión produce una ansiedad a la que se da la forma del Otro (1985: 21).⁸

Esta reflexión puede ayudar a entender por qué las mujeres son representadas por medio de estereotipos que no corresponden a sus logros. La situación de la mujer está experimentando – desde hace varias décadas- cambios muy fuertes. Están rompiendo con los roles que tenían en el pasado, y esto seguramente ocasiona un sentimiento de pérdida de control en una sociedad que apenas se está acostumbrando a ver a las mujeres en espacios y situaciones antes reservadas a los hombres. Los estudios sobre mujeres y medios critican el hecho de que hoy, a pesar de todo lo que éstas han conquistado en el ámbito social y laboral –en la esfera de lo público- convirtiéndose en “el más decisivo fenómeno social de fin de siglo” (Saéz Carreras, 1998: 285), se les siga encasillando a través de estereotipos tradicionales como el de ama de casa, madre, u objeto; siempre “paciente de los deseos, acciones y voluntades de otros”, marginándolas al ámbito de lo privado (Sánchez Leyva, 1999:154).

Mary Douglas considera que es de humanos buscar el orden y la rigidez:

La añoranza por la rigidez está en todos nosotros. Es parte de nuestra condición humana anhelar las líneas duras y los conceptos claros. Cuando los tenemos, debemos de encarar el hecho de que algunas realidades los eluden o cegarnos a la insuficiencia de los conceptos (citada por Gilman, 1985: 19).⁹

⁸ Traducción libre por Claudia Sorais Castañeda.

⁹ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

Hoy muchas mujeres – y algunos hombres también- se han dado cuenta de que los estereotipos perpetuados por los medios de comunicación son obsoletos. No solo esto, sino que frenan su lucha por la igualdad. Un ejemplo de ello es *WomenAction*, una red internacional de información, comunicación y medios que agrupa a distintas ONG con el objetivo de *empoderar* a la mujer (www.womenaction.org). Esta coalición es resultado de la Plataforma de Acción de Beijing (PAB), producto a su vez de la IV Conferencia Mundial de la Mujer, convocada por las Naciones Unidas en Beijing, China, y en la que participaron alrededor de 50 mil mujeres de todas las regiones del mundo (*Centre de documentation sur l' éducation des adultes et la condition féminine*, 2001: 11, 12). Dos años después de la Conferencia en Beijing, un grupo de comunicadoras de Latinoamérica y el Caribe se reunieron en Santiago de Chile para revisar las recomendaciones de la PAB. En aquella reunión decidieron concentrar los esfuerzos de la región en tres puntos. El tercero fue precisamente “Fomentar una capacitación que tenga en cuenta los aspectos relacionados con el género para las/ los profesionales de los medios para que se eviten los estereotipos y se aliente la equidad de género en la producción de la información” (*Centre de documentation sur l' éducation des adultes et la condition féminine*, 2001: 64).

Aunque es de humanos crear estereotipos, no es imposible tratar de modificarlos. Como apunta Sander Gilman: “Los cambios de paradigma en nuestras representaciones del mundo pueden ocurrir y ocurren. Podemos pasar de temer a glorificar al Otro. Podemos pasar del amor al odio... Así los estereotipos son proteicos, más que rígidos” (1985: 18).¹⁰

Un conjunto de problemas centrales que se plantean actualmente los estudiosos del binomio mujeres y medios, y que retomaré para la elaboración de mis categorías, tiene que ver con: el uso acrítico de los estereotipos por parte de los medios de comunicación y el uso del lenguaje como reforzador de estos estereotipos.

Según Bach Arús, et al., (2000: 44) los medios reproducen y difunden estereotipos “sin cuestionarlos previamente”. Para Ana Jorge Alonso los roles asignados a las mujeres y los estereotipos que se usan para representarlas “asfixian la posibilidad de un análisis real de la diversidad” y “dificultan el reconocimiento de la identidad individual en las mujeres”. La autora

¹⁰ Traducción libre de Zazil Reyes.

considera que la circulación de los estereotipos a través de los medios “facilita la fijación de estos en el imaginario colectivo” (2004: 14). En palabras de Juan Sáez Carreras:

El estereotipo actúa... como un filtro adaptador al esquema cognitivo que condiciona nuestra representación y nuestra codificación de informaciones que nos proporciona la realidad. Pero se trata, además, de un filtro que resulta opaco para aquellos elementos que no se avienen a nuestro estereotipo, dejando pasar únicamente la información que lo confirma... al rechazar la asunción de nuevas perspectivas, el estereotipo rechaza la diversidad y al simplificar la realidad la deforma y falsea, generando, además, un círculo vicioso de autoconfirmación de sus presupuestos (1998: 54).

Marta Bach Arús et al., consideran que si de estereotipos se trata, los hombres quedan mejor parados que las mujeres. Esto porque el estereotipo masculino se relaciona con “características instrumentales y de actividad, como agresividad, independencia y competitividad”, mientras que el estereotipo femenino corresponde a “características comunicativas, como la afectividad, la dependencia y la preocupación por los demás” (Bach Arús et al., 2000: 44). Estas diferencias en la representación ocasionan que: “A pesar de la igualdad formal, los estereotipos de género siguen sirviendo a la causa de la discriminación sexual” (Bach Arús et al., 2000: 45). En este mismo sentido Sáez Carreras considera que los estereotipos que vinculan a la mujer con las imágenes tradicionales del “hogar, el sexo y ‘el glamour’” frenan la democratización de la sociedad e impiden “derribar los muros” que dividen a los sexos (1998: 271-272).

María José Sánchez Leyva (1999) tiene otro punto de vista al respecto. Esta autora habla de un cambio cualitativo en la presencia de las mujeres en los medios de comunicación. El cambio consiste en una “redefinición del rol del género femenino” y esto “se manifiesta en un aumento de la presencia de mujeres y en su presentación cada vez más relacionada con una estructura preponderantemente práctica y de utilidad social” (1999: 154). Sin embargo, aunque es positivo que a la mujer se le vincule cada vez más con lo público – y no quede sólo relegada a lo privado- esto no es suficiente. La autora considera que la redefinición del rol del género femenino debe ir

más allá de la conquista de lo público: “Ya que el punto de referencia de esta modificación sigue partiendo de una escisión y jerarquización de los ámbitos privado y público” (1999: 155). En esta jerarquización se privilegia lo público como “fundamental en la realización de las personas”, mientras que lo privado se considera poco importante. Esto, según la autora, sigue apoyando una “mirada androcéntrica sobre la realidad” y significa “continuar contemplando entonces la modificación del papel de las mujeres sólo desde una perspectiva que podría denominarse de la ‘ascensión’, desde su escalada de lo privado a lo público, es continuar con una lectura patriarcal de la realidad que nos ha sido impuesta” (1999: 155).

Lo verdaderamente valioso para Sánchez Leyva, sería analizar cómo se “diseña” en los medios lo público y lo privado, cuestionando la valoración que se le da a cada esfera. Su principal preocupación es que la lucha por la equidad –llevada a cabo desde los términos del patriarcado– lleve a la mujer a perder su “identidad femenina” (1999: 155). En sus palabras, “Siendo el ámbito de lo privado el lugar histórico por excelencia de las mujeres y espacio decisivo en las prácticas de construcción de nuestra identidad, vemos cómo desaparece de la argumentación teórica y apenas se le confiere importancia para la realización humana” (1999: 155, 156).

El lenguaje como reforzador de estereotipos

El lenguaje no es inocente. Es producto de la cultura y al igual que ésta influye y moldea el pensamiento y el comportamiento de los individuos (Bach Arús, 2000: 29, 30). Para algunos estudiosos de las representaciones de las mujeres en los medios de comunicación, el lenguaje es un elemento determinante en la fijación de los estereotipos que jerarquizan a los sexos (Bach Arús, 2000; Sáez Carreras, 1998). Uno de los cuestionamientos principales sobre el uso del lenguaje en los medios es que invisibiliza a la mujer: “La ocultación comienza con el hecho de no nombrar.... Por una parte, por imperativo de la economía de palabras que reina en los *mass media* y, por otra, con la utilización de los genéricos masculinos que pretendidamente, incluyen a hombres y mujeres” (Bach Arús, 2000: 31). Sáez Carreras se refiere a este fenómeno como la “masculinización” del lenguaje, la cual actúa sobre la “conceptualización de la realidad”, ocultando lo femenino y reforzando una visión masculina del mundo (1998: 270). Así lo humano se identifica con lo

masculino (1998: 271) y se termina diciendo “el hombre” cuando en realidad se pretende hablar de todos los seres humanos. Por su parte Marta Bach Arús et al. señalan:

El lenguaje no es neutro... es... donde se determina y forma la imagen que cada persona construye individualmente de sí mismo y de su propia experiencia... La estructura social imperante en nuestras sociedades occidentales, y también en otras, ha conducido a la lengua a una síntesis intencionada. De tres géneros gramaticales, masculino, femenino y neutro, hemos pasado a tener dos (2000: 31).

Esto es porque, “el masculino se usa para su género y para el neutro, y el femenino para lo femenino” (Bach Arús, 2000: 32). Para Elena Larrauri es evidente que en el lenguaje de la prensa existe una división de los sexos, en donde “el lenguaje utilizado por las mujeres es el lenguaje de la debilidad”, y continúa diciendo que “el discurso femenino o sobre las mujeres en los medios sigue estando representado en términos masculinos” (citada por Sáez Carreras, 1998: 288). Pero este uso de la lengua ya empieza a cuestionarse. El lenguaje no es estático, sino que se transforma al igual que la cultura. Con esto en mente existen desde hace algunos años propuestas para modificar el lenguaje y promover un “uso no sexista de la lengua” (Sáez Carreras, 1998: 279).

En España las críticas de las y los especialistas a los usos sexistas del lenguaje, han derivado en una serie esfuerzos por revisar el “papel del lenguaje utilizado por los media en la construcción del significado del género y de los valores asociados con el mismo”. Una de las propuestas que ha surgido en aquel país es el de crear “revisores de textos y sus contenidos” (Sáez Carreras, 1998: 283). Esta misma idea es promovida por Marta Bach Arús et al., (2000) quienes redactaron una serie de recomendaciones de estilo que tienen como eje una reflexión permanente sobre el género en la prensa española.

Las mujeres en los medios

Una de las consecuencias de que en la actualidad las mujeres sigan ligadas a roles que las encierran en el ámbito privado –relacionado con lo afectivo- es que son “sistemáticamente

ignoradas” en los espacios de “poder” (Jorge Alonso, 2004: 60). Estos “espacios prestigiados” están vinculados a lo público, es decir al trabajo, la economía, la ciencia y la política, por mencionar algunos. En estos espacios las mujeres siguen estando en un segundo plano (Jorge Alonso, 2004: 60, 61).

Amparo Moreno Sandoval considera que los espacios noticiosos en general están reservados a los “colectivos dominantes”, es decir: “varones adultos blancos, heterosexuales” (citada por Sánchez Leyva, 1999: 156). Como resultado, las mujeres así como otros grupos minoritarios, están ausentes de estos espacios. Ana Sánchez Leyva (1999) identifica una distinción entre las noticias “duras” y las “blandas”. Las primeras con temas como economía y política, presentan según la autora, una visión reducida de lo público ya que sólo estos asuntos son considerados como “de interés general, comunes y prioritarios” (1999: 157). La participación de las mujeres en estos espacios es muy limitada. Esto es comprensible si se considera la baja participación de las mujeres en el ámbito laboral y político – la autora maneja un porcentaje del 30% de las mujeres españolas (1999: 157). Por su parte las mujeres públicas mexicanas, especialmente las feministas y miembros de ONG consideran que los medios siguen representando a la mujer como objeto sexual. Culpan a la prensa de continuar el estereotipo de la mujer al relegarla a secciones como “Sociales” y “Cultura” (Rodríguez, 2003: 240, 241). Sobre la distinción entre noticias “duras” y “blandas”, Sánchez Leyva agrega:

Son los medios los que delimitan estos espacios, haciéndose eco de una estructura de pensamiento más amplia pero que ellos reflexivamente también crean. ‘También crean’ porque aunque se señale que los medios son la principal institución de ‘reproducción ideológica’, opino que su acción no es tanto de reproducción como de ‘re- creación’. Siguiendo a Giddens: ‘todo acto que contribuya a la reproducción de una estructura constituye también un acto de producción, una iniciativa nueva, y en cuanto tal puede dar lugar a cambio alterando aquella estructura en el momento en que la reproduce del mismo modo en que el significado de las palabras cambia en el curso y por su uso’ (1999: 157)

Según Sánchez Leyva los medios interpretan los acontecimientos, y al hacerlo “codifican un saber y construyen unas normas, modelos que participan en la elaboración de las construcciones socioculturales con las que las personas interpretamos el mundo” (1999: 157). Aclara que se trata de una “acción recreadora” –y no reproductora- ya que los medios construyen “opciones de realidad” y crean opinión pública. En sus palabras “los medios no son un espejo sino que crean espejos” (1999: 157, 158).

Pensar a los medios de esta manera permite ver cómo éstos configuran lo público y lo privado, clasificando y fragmentando los procesos sociales con la intención de presentar “un mundo ordenado y coherente” (Sánchez Leyva, 1999: 158). Así los medios pretenden “eliminar la complejidad propia de lo social... borrar ‘huecos de sentido’ para reducir los hechos a una explicación plausible” (Sánchez Leyva, 1999: 158). Sánchez Leyva concluye que no sólo es importante “reivindicar la presencia de las mujeres en los lugares mediáticos duros” sino también cuestionar la dicotomía público- privado “para promover una nueva lectura de la realidad, las relaciones y los lugares sociales” (1999: 160).

Por su parte Juan Sáez Carreras admite que según los estudios sobre las audiencias, la creación de opinión es solo un efecto indirecto de la influencia de los medios que operan “sobre estratos de opinión ya configurados o latentes gracias al proceso selectivo” (1998: 273). De cualquier manera, dice el autor, es innegable que los medios tienen un papel fundamental en “los esfuerzos que realizamos para lograr conseguir una imagen coherente y racional de nuestra realidad social” (1998: 273). Sáez Carreras menciona tres modelos que explican la influencia de los medios en los procesos de cambio social. El primero considera que los medios – al igual que instituciones como la escuela o la familia- cumplen un papel socializador, y además funcionan como agentes de cambio, ya que como creadores de opinión, son capaces de impulsar transformaciones sociales. El segundo modelo ve en los medios un “espejo de los valores y opiniones dominantes en la sociedad” (1998: 273). Por su parte el tercer modelo considera que los medios son: “consolidadores que refuerzan los valores, las ideas, los modelos y las actitudes dominantes y más tradicionales de la sociedad” (1998: 273). En los dos últimos modelos, los medios, lejos de impulsar el cambio contribuyen a mantener el status quo. Los tres modelos están

construidos en base a la relación entre estructura social y cultura. Por lo tanto consideran que los contenidos de los medios funcionan como un indicador de la sociedad y sus transformaciones. Sin embargo, si se piensa que los medios muestran una imagen parcial de la realidad y que las minorías no están representadas en ellos, resulta imposible que éstos reflejen un cambio “en todas sus dimensiones” (1998: 274). En esto concuerda Ana Jorge Alonso (2004) quien advierte que la realidad que presentan los medios es una visión parcial que corresponde a la de aquellos que toman las decisiones en estos espacios. La autora recalca que es indispensable que los diferentes grupos sociales tengan acceso a los medios, ya que necesitan de ellos para hacer circular sus discursos (2004: 11). Esto cobra sentido si se considera que los individuos se definen frente a los otros, como dicen Berger y Luckman: “el autorreconocimiento supone una definición social” (citados por Jorge Alonso, 2004: 58). Y como ya he mencionado, los medios son algunas de las instituciones que se consideran sumamente importantes para la socialización y la conformación de la opinión pública.

Por su parte Sáez Carreras afirma que hay un ir y venir entre medios y sociedad. Los medios influyen en la construcción de la opinión pública “contribuyendo a configurar las percepciones de los receptores de la información”, pero al mismo tiempo no están aislados de la sociedad, actúan en ella y están influenciados por el contexto “político, social, económico y cultural” tanto local y global (1998: 282).

Marta Bach Arús et al. concuerdan con que los medios, más que reflejar la realidad, proponen lecturas de la misma. Así, “presentan a las audiencias los escenarios, los temas y los personajes que creen significativos en cada sociedad”. Los hechos que se eligen como importantes se escogen en base a una combinación de criterios que pueden ser económicos – lo que vende- políticos o sociales (2000: 21). Al igual que otras autoras mencionadas anteriormente, Bach Arús et al. señalan que las mujeres están ausentes de los “espacios informativamente significativos” – de secciones como economía y política- ya que han estado relegadas a la esfera privada. Aunque la prensa surgió precisamente con estas dos secciones, hoy en día no son las más populares – hablando de lectores- pero sí “las más valoradas y las más prestigiosas, dentro y fuera de las redacciones... gozan del respeto de la profesión y de una buena parte de la audiencia” (2000: 22-

23). Por su parte Natalia Fernández Díaz (2003) apunta que en las noticias, “se advierte la noción de mujer como objeto y como “el otro” de quien se habla: es material noticiable y no voz en la noticia” (2003: 16, 17). La autora retoma a Tuchman quien a finales de los 70 afirmaba que la prensa sería se ocupaba de:

Mujeres consideradas excepciones en el cargo que ocupan (mujer política, la primera mujer a cargo de una corporación, etc). Pero ni aún así el tratamiento es del todo serio; las mujeres están condicionadas por la frivolidad, por elementos de apariencia y de aspecto con los que los demás las juzgan, porque la mujer sigue siendo, en primer lugar, su propia imagen, su propio reflejo. Y la prensa no es ajena a esta identificación, a este concepto (Fernández Díaz, 2003: 22).

Sobre la aparición de las mujeres en las noticias, Sánchez de Amo señala que éstas rara vez han sido protagonistas de la historia, por lo que, “cuando su situación cambia un poco, salta enseguida a las páginas de la prensa” (citada por Fernández Díaz, 2003: 23). Creo que actualmente la situación de las mujeres ha cambiado más que “un poco”, pero coincido con Fernández Díaz en que lo verdaderamente importante no es sólo que las mujeres aparezcan en la prensa, sino ver de qué manera lo hacen (2003: 23). Y la respuesta de la autora a este cuestionamiento es: “la mujer como elemento de contenidos noticiales o publicitarios, es más bien una ‘curiosidad’ que un símbolo político o ideológico en sí misma” (2003: 41). Considero que esto no siempre es así, aunque probablemente sea lo que predomina en la prensa local actualmente. Retomaré esta discusión más adelante cuando analice lo que encontré en la prensa de Guadalajara.

Natalia Fernández Díaz argumenta que para comprender cómo los medios de comunicación producen y reproducen prejuicios y creencias sexistas, es necesario hablar de la relación entre poder y discurso. La autora considera que el discurso es un “acto social con consecuencias sociales” (2003:8). Recupera a Van Dijk quien asegura que los medios ejercen un poder simbólico, manipulando las representaciones mentales “mediante el control de creencias, conocimientos y estereotipos, por una parte, y facilitando el acceso a voces autorizadas, por otra”

(2003: 6,7). Al mismo tiempo, “los prejuicios y creencias se organizan y se expresan estratégicamente en los discursos” (2003: 7). Así, los discursos mediáticos –noticias, publicidad, etc.- “(re)producen los prejuicios y creencias que se asientan en los modelos sociales”. Un ejemplo claro de cómo se ejerce el poder bajo este esquema es la poca apertura de los medios que limitan el acceso a ciertos grupos, a ciertas voces, “En este sentido, veremos cómo los expertos a quienes acuden los medios son mayoritariamente hombres que se ocupan de casos de mujeres. Las mujeres, objeto de análisis constituyen la alteridad y la diferencia” (Fernández Díaz, 2003: 7).

Barker considera que “el sexo y el género, al igual que la raza y la etnicidad, son construcciones sociales intrínsecamente implicadas en el problema de la representación” (2003: 181). Según los estudios de género las representaciones son, un “importante espacio de tensión cultural. Por un lado se trata de las imágenes ideologizadas y de los estereotipos massmediáticos y, por el otro, también es el espacio donde la subjetividad se muestra y se construye (Millán, 1999: 30, 31). Señala que la identidad sexual es una cuestión cultural que “tiene que ver con la manera de hablar de la feminidad y la masculinidad”, por lo que los estudios culturales y de género deben preocuparse por las representaciones de las mujeres y los hombres. Agrega que, “si bien es verdad que el sexo es una construcción social, no es menos cierto que nos constituye tanto mediante las imposiciones del poder como mediante las identificaciones de la psique” (Barker, 2003: 181). Es decir, dichas construcciones están reguladas y tienen sus consecuencias” (Barker 2003: 181). Sin embargo el autor advierte que aunque los textos construyan a las mujeres y los hombres de cierta manera, esto no significa que todos acepten estas representaciones. Enfatiza la importancia de los estudios de recepción que han demostrado que existe una constante negociación entre el sujeto y el texto, “incluida la posibilidad de resistencia a los significados textuales” (Barker, 2003: 182)

Por su parte Mária Millán habla sobre la importancia de los estudios de género, concepto al que define como “la construcción cultural de la diferencia sexual en todos sus ámbitos: político, económico, subjetivo y simbólico” (1999: 21). De acuerdo a Millán la teoría derivada del feminismo es valiosa porque cuestiona a la modernidad capitalista:

Desde la experiencia del sujeto en femenino, de su condición de mayoría marginada y generalmente subordinada, el impulso crítico feminista tiende a desconstruir la univocidad de los universos- neutros- ilustrados: la historia, el progreso, la razón, el hombre, la familia, la cultura, desujetándose para hacer hablar a contrapelo las “microhistorias” de su constitución (1999: 22).

El concepto de género no es sinónimo de “mujeres”. Se trata de una categoría que abarca a los individuos –hombres y mujeres- la organización social a la que pertenecen y las relaciones que se dan entre ellos –aquí es importante el tema del poder (Scott citado por Millán, 1999: 23). Millán asegura que el género es y trabaja –se construye y se desconstruye- a través de cuatro dimensiones:

En los símbolos culturales que integran representaciones múltiples y muchas veces contradictorias; conceptos normativos que limitan y contienen las posibilidades metafóricas de interpretación de los símbolos culturales (doctrinas religiosas, educativas, científicas, etc) que afirman unívocamente el significado masculino- femenino; en el sistema de parentesco y la familia (microestructuras), en la economía y la política (macroestructuras); y finalmente, pero no menos importante, en la identidad subjetiva historizada (1999: 23, 24).

Millán retoma a Joan Scott quien considera al género como una categoría analítica que debe ir más allá de las dicotomías reduccionistas sexo-género, biología-cultura (1999, 24). Al igual que Chris Barker insiste en que:

La investigación en torno al género debe hacerse cargo de la polivalencia del “ser femenino” y también del “ser masculino”, del hecho de que existe una compleja intersección de identidades sociales donde las determinaciones de clase, étnicas, generacionales y de preferencia sexual, por mencionar algunas, conforman núcleos de sentido específicos.... se trata de significaciones en movimiento, no sólo por el “cambio de los tiempos”, la

transformación generacional de valores y manera de ver el mundo, sino también por la acción concreta de los sujetos, particularmente en este caso de las mujeres, por apropiarse y redefinir los significados de su(s) identidad(es) (Millán, 1999: 24, 25)

Millán entiende el género como una de las formas de producción del poder que define Foucault. Esto es, “no como un poder centralizado, monolítico y únicamente represivo, sino como redes (rizomas) de acciones y resistencias”. Así, el género legitima y construye las relaciones sociales en base a las dicotomías. Para Millán, “el reto teórico de desconstruir los binarios fijos masculino/femenino es también el de comprender la naturaleza recíproca de género y sociedad, y sus continuas reconstrucciones” (1999: 25).

La autora retoma también la idea del género como representación, “cuya construcción ocurre, no sin contradicciones, en todos los ámbitos de la sociedad: la familia, la escuela, la legislación, la academia, las prácticas artísticas, las teorías críticas y radicales –incluyendo los feminismos- y en la actualidad, de manera creciente, en los *mass media*” (Millán, 1999: 29). Recupera a Teresa de Lauretis quien argumenta que:

La construcción de la diferencia sexual en géneros es el producto y, a la vez, el proceso de su representación, pero también de su autorrepresentación. Es decir, el género es producido a través de varias *tecnologías sociales*, entre las cuales se encuentran los discursos instituidos y el aparato cultural, pero, al mismo tiempo, el sujeto tiene la posibilidad y la necesidad de expresarse en una “política de autorrepresentación” que desconstruya el género en sus representaciones impuestas por el orden simbólico, cultural, social, y abra espacios para las diversas subjetividades sociales e individuales (Millán, 1999: 29).

Bajo este argumento el “sujeto femenino” es resultado de los discursos, pero al mismo tiempo tiene el poder de redefinirse, “de imponer sentido... y resimbolizar las redes significativas que componen

el mundo de lo humano” (Millán, 1999: 29, 30). En palabras de De Lauretis, el “poder de resignificación”:

Le pertenece al sujeto y muy particularmente, al sujeto marginal. En las mujeres, viene particularmente de su ser alteridad. Frente a este lugar de la mujer el feminismo ha elaborado dos posiciones extremas en relación con la identidad subjetiva: la esencialista, que de alguna manera define lo femenino como ahistórico, el eterno femenino; la deconstructivista, que en el extremo dice la mujer no existe, hay que inventarla (De Lauretis citada por Millán, 1999: 30).

Quiero ahora retomar dos propuestas para analizar los estereotipos femeninos en los medios de comunicación. El primero fue construido en la década de 1980 por Diane Meehan, quien publicó un análisis de la televisión estadounidense. Su investigación consistía en realizar una categorización de las representaciones. Cuantificaba el número y el tipo de representación para después determinar los roles y el poder –o ausencia del mismo- de las mujeres representadas. La autora presenta una polarización entre la mujer “buena” y la “mala”. La primera es representada “como sumisa, sensible y domesticada, mientras que la mujer ‘mala’ es rebelde, independiente y egoísta”. Entre estos dos polos se colocan estereotipos como “*la buena esposa*, doméstica, atractiva, centrada en el hogar”; “*la arpía*: agresiva, soltera”; “*la zorra*: sinuosa, mentirosa, manipuladora”; “*la imp*, rebelde y marimacha”; “*la víctima*: pasiva, objeto de violencias y blanco de accidentes”; *la sirena* que “con sus mañas sexuales, lleva a los hombres a la perdición”; o “*la matriarca*: autoridad en el ámbito familiar, mayor, asexuada”. Meehan concluye que los espectadores estadounidenses “han pasado más de tres décadas contemplando las aventuras de héroes varones, visiones viscosas de unos adolescentes que imaginan a las mujeres como brujas, zorras, madres e *imps*” (citada por Barker, 2003: 166-167).

Otra autora que hace una clasificación similar es Juana Gallego (1990), quien analiza la prensa “femenina” española –revistas como Vogue y ¡Hola!- y detecta una evolución de los estereotipos, que de alguna manera representan lo que socialmente significa “ser mujer”. Gallego

define “cuatro grandes ‘imágenes’ de la mujer”, las cuales “no son necesariamente consecutivas en el tiempo, ni son producto de una evolución cronológica ordenada, sino que en determinados momentos históricos se han potenciado unos aspectos u otros” (1990: 86). Las dos primeras corresponden a modelos “tradicionales”, las segundas a un “nuevo tipo de mujer”. En primer lugar se encuentra “*la mujer de su casa*” quien es, “el ángel del hogar” y cumple los roles de madre y esposa. De acuerdo a Gallego, este modelo ha predominado en las revistas de finales del siglo XIX y primera mitad del XX, “es aquella que desempeña con efectividad y discreción el papel de “guía del hogar”, desenvuelta, atenta a la menor necesidad de su familia, juiciosa, equilibrada, ahorradora, honesta”. En segundo lugar está “*la mujer madre*”. Aunque es muy parecida a la anterior, el papel de madre es el que predomina por encima de cualquier otra cosa: “la maternidad es lo que dota a la mujer de ‘trascendencia’” (1990: 86). El tercer estereotipo identificado por Gallego corresponde a “*la mujer compañera*”, un “nuevo tipo de mujer” que ha aparecido en algunas revistas en diferentes momentos históricos. A este tipo de mujer “se le reconoce un papel fundamental *junto al hombre* (nunca autónomo), en la tarea común de construir la historia.” Sin embargo no cuestiona el sistema de creencias vigente, sino que apoya el *status quo*, “podríamos decir que es el reconocimiento oficial y paternalista de que “el segundo sexo” existe, al que hay que dotar del alma que en otros momentos se le había negado”. Por último se encuentra la que identifico como “la chica Cosmo” y que es “*la mujer rival*”. Se trata de una mujer que compite con el hombre. “Parte de la consideración de absoluta igualdad (una igualdad concebida con patrones de la sociedad patriarcal, es decir, una igualdad que toma como modelo de referencia el masculino, no el femenino, ya que aquél no ha sido cuestionado todavía) entre hombres y mujeres.” Bajo este modelo, “la mujer es una compañera, pero una compañera de la que no debe el hombre fiarse, puesto que puede acabar por arrebatarse el puesto que durante tanto tiempo ha ocupado”. Estas revistas no tienen memoria histórica de lo que ha sido el papel de la mujer, por lo tanto: “Adopta en abstracto *la igualdad entre los sexos* sin cuestionar ni reparar qué representa esta pretendida igualdad” (Gallego, 1990: 87).

Otra perspectiva que no trata directamente con los estereotipos pero que me ha servido para pensar este trabajo es la que elabora Juan Sáez Carreras en una investigación sobre la

prensa murciana. El autor pretende “valorar en qué medida la prensa regional... reproduce o no las pautas y valores sociales que sostienen el sistema social de género, esto es, aquel sistema que distingue los roles y establece jerarquías entre grupos de personas en virtud de su sexo” (1998: 290). Esto se traduce en analizar si existe un “tratamiento discriminatorio respecto a los hombres en la información y/o aparición”; al mismo tiempo se determina “el tipo de rol asignado a la mujer por la noticia” (Saéz Carreras, 1998: 290, 291). Esta metodología se basa en “la valoración de Paisley- Butler”, quienes armaron una “escala de sexismo en cinco niveles”. En el primer nivel la mujer es representada como “menos que una persona, con una imagen bidimensional”, principalmente como un objeto sexual. En el segundo nivel “se reconoce la fuerza y las capacidades de las mujeres pero siempre en sus roles tradicionales: esposas, madres, secretarias, maestras”. Cualquier papel que se salga de ahí es visto como “poco femenino”. En el tercer nivel la mujer es reconocida como una persona capaz de tener éxito en la vida profesional, pero sin olvidar que “sus tareas ‘primordiales’” están en su casa. En el cuarto nivel, calificado como “de escasa aparición”, las mujeres son consideradas igual que los hombres, “las imágenes proyectadas no nos recuerdan que el hogar o la maternidad son el trabajo innegociable de las mujeres”. Por último, en el quinto nivel, no se habla de género, sino de hombres y mujeres reconocidos o criticados por sus capacidades – o incapacidades- individuales. A diferencia del nivel anterior, los individuos “no son juzgados ni representados en razón de su sexo y en consecuencia no se apreciaría la presencia del estereotipo sexista” (citado por Saéz Carreras, 1998: 291).

Las trabajadoras de los medios y su influencia

Otra cuestión que es considerada por estudiosos del género y por aquellos interesados en los derechos de la mujer es el tema es la participación de las mujeres dentro de los medios (Centre de documentation sur l' éducation des adultes et la condition féminine, 2001; Sáez Carreras, 1998; Sánchez Leyva, 1999). Ésta ha crecido debido al ingreso de las mujeres a la esfera laboral, pero siguen siendo muy pocas las que tienen un puesto que involucre la toma de decisiones. En México, en los últimos 30 años, la participación de las mujeres en la economía ha aumentado de manera sostenida. Mientras que en 1970 la tasa de participación femenina en el área laboral era del 18% -

se cuenta el total de mujeres de 12 años en adelante- en 1998 había crecido al 33%. Sin embargo el 73.4% de estas mujeres se dedican al sector de los servicios, esto es como trabajadoras domésticas, secretarias, enfermeras, profesoras enseñanza básica, etc. Y sólo el 11.3% son empresarias o profesionistas –cifras de 1998 (Sánchez Olvera, 2003: 27).

Hablando específicamente sobre la incorporación de las mujeres a los medios en América Latina, se considera como un avance importante el crecimiento de las carreras de periodismo y comunicación en las universidades; sobre todo porque la presencia femenina en estas áreas es fuerte. En Argentina por ejemplo, poco más de la mitad que estudian estas carreras son mujeres. Esto se traduce en más mujeres trabajando en los medios -especialmente en la radio y la televisión. Sin embargo su participación es poca en puestos que involucran la toma de decisiones, más bien se dedican a trabajar como reporteras, conductoras y analistas de información (Centre de documentation sur l' éducation des adultes et la condition féminine, 2001: 57).

Según el Monitoreo Mundial 2000 de WomenAction, Latinoamérica es la región del mundo que cuenta con las cifras más bajas de mujeres periodistas. A nivel mundial las mujeres representan el 41% de aquellos que trabajan en los medios. En América Latina 29% de los presentadores son del sexo femenino, así como el 27% de los periodistas. Mientras, en el Caribe las cifras son de 43% y 39%, respectivamente. Las cifras más altas se encontraron en las presentadoras de radio y televisión, pero en la prensa los porcentajes bajaron considerablemente. Un reporte similar de 1995 evidenció la poca importancia que los medios latinoamericanos le conceden a los temas relacionados con la mujer. “Mientras que en América del Norte, el 20% de las informaciones tienen que ver con temas de interés para las mujeres, en América del Sur, sólo el 6% de las noticias están relacionadas a ellos y en el Caribe, la cifra llega al 10.5%” (Centre de documentation sur l' éducation des adultes et la condition féminine, 2001: 57, 58).

En cuanto a las noticias, el monitoreo del año 2000 señaló que el 22% de las mujeres que aparecen en ellas lo hacen como víctimas. En el Caribe la cifra baja a un 13%. Esto contrasta fuertemente con el porcentaje mundial de los hombres que aparecen en la misma situación y que es del 7%. Como conclusión, “no se trata sólo de la cantidad de mujeres que aparecen en los medios lo que interesa, sino también la estructura, los valores y las rutinas que determinan la

manera en que seleccionan y presentan las noticias” (Centre de documentation sur l’ éducation des adultes et la condition féminine, 2001: 59).

Ana Jorge Alonso dice que las mujeres buscan imágenes con las cuales puedan identificarse, pero, ¿cómo se puede reflejar su realidad si ellas no participan en la creación de estas imágenes? “Si jugamos con la gastada frase de MacLuhan de que el medio es el mensaje, ¿cómo puede un medio masculino ser un mensaje femenino?” (2004: 15). No debe sorprender la poca participación de las mujeres en los medios, ya que finalmente se está hablando de una empresa, y la participación de las mujeres en el poder económico es todavía incipiente –igual que en el poder político (2004: 16).

El que las mujeres trabajen en los medios “supone, potencialmente, la posibilidad de que se produzcan ciertos cambios en el sistema de valores dominante en esos medios” (Saéz Carreras, 1998: 283). Sin embargo estudios realizados por la UNESCO demuestran que no existe evidencia de que las imágenes de la mujer mejoren cuando son mujeres quienes las producen, sino que siguen prevaleciendo los valores tradicionales. Sáez Carreras explica este fenómeno de la siguiente manera: “el sistema de comunicación de masas no parte *de* nosotros, de nuestras ideas, inquietudes, etc., sino que está enfocado hacia nosotros” (1998: 283). Sin embargo considero que aquí hay una versión parcial, ya que quienes producen la comunicación de masas también son parte de la sociedad y por tanto comparten valores con las audiencias.

Por su parte Natalia Fernández Díaz señala que las mujeres que trabajan en los medios reproducen mensajes masculinos porque, “el ámbito laboral sigue siendo predominantemente masculino, por lo que las mujeres que se incorporan deben incorporar también valores, actitudes” (Fernández Díaz, 2003: 24). Me parece que aquí es interesante retomar los resultados de las entrevistas que sobre este tema realizó Victoria Rodríguez a algunas protagonistas de la vida política mexicana. Las opiniones sobre la participación de las mujeres en los medios son diversas. Mientras algunas consideran que un incremento en las periodistas mejoraría la imagen y la cobertura de las mujeres. Lamentablemente los señalamientos de otras describen un círculo vicioso que atrapa tanto a políticas como a periodistas, ya que las primeras desearían ser noticia para editores y reporteros varones pues dicen que son mujeres las que normalmente cubren las

actividades de otras mujeres, convirtiéndolas por ese solo hecho en noticias de segunda importancia (Rodríguez, 2003: 241).

Cómo afectan los estereotipos a las mujeres políticas

Anna Fernández Poncela (2003), quien ha trabajado sobre mujeres y política en México cuestiona los resultados de diversas investigaciones realizadas en este país, así como en Estados Unidos y Canadá, en los que se afirma que: “la sociedad no tiene preferencias específicas por el sexo del candidato en general; y al contrario de lo que podría parecer, las mujeres dicen preferir una candidata femenina” (2003: 19). Ella advierte que el género está ligado al “modelo cultural hegemónico de una sociedad”, por lo que el sexo de un candidato sí pesa en la percepción que las personas tienen de él o de ella. En este sentido Fernández Poncela dice que: “Los roles y los estereotipos de género contribuyen a crear esquemas mentales en el imaginario social. Y dicha configuración de esquemas e imágenes determina o influye, entre otras cosas, en la presencia y la participación de las mujeres en la política y su ascenso a las élites” (2003: 17). La autora apoya esta idea en varios estudios realizados en Estados Unidos, en los que se demuestra que lo que la audiencia televisiva recuerda en relación a la presencia de candidatos a puestos de elección popular sí está ligado con el género, “todo ello según los esquemas mentales de género que posee la ciudadanía y con la contribución de los medios de comunicación” (2003: 18). A las candidatas se les recuerda por su relación con los temas vinculados con la familia, mientras que a los candidatos se les recuerda activos, realizando diversas actividades de campaña. De acuerdo a la autora esto “deja entrever que la política se considera un ámbito masculino de acción y que el prototipo de candidato también lo es” (2003: 18). Otros estudios –también televisivos- refuerzan lo anterior. La misma autora retoma un análisis de contenido sobre noticias de distintas campañas para obtener un puesto en el Senado estadounidense. El resultado de dicho análisis fue que: “Las candidatas fueron presentadas como menos competitivas” mientras que “se abordaban más temas diferentes para los hombres que para las mujeres, los temas femeninos eran más discutidos por ellas, así como más destacados los supuestos rasgos femeninos” (Fernández Poncela, 2003: 19). Así, la autora concluye que “los periodistas hacían una cobertura temática menos extensa para las

mujeres, con lo cual, cuando los electores tienen menos información, evalúan al candidato más según sus esquemas e ideas preconcebidas de género” (Fernández Poncela, 2003: 19).

Es por esto que considero que analizar la presencia y la representación de las políticas mexicanas en los medios de comunicación –la prensa en este caso- es importante. Concuero con la autora en que los redactores, periodistas y analistas comparten los esquemas de género que tenemos como sociedad, y que éstos desde su posición privilegiada “influyen... y refuerzan o cambian esquemas mentales de la misma” (Fernández Poncela, 2003: 18).

Victoria Rodríguez (2003) también habla sobre la imagen de las candidatas y políticas en México y Estados Unidos. La autora señala que las mujeres estadounidenses son sumamente conscientes de que deben cuidar la borrosa línea entre ser percibidas como “femeninas” o como “profesionales” (2003: 236). Rodríguez retoma un par de estudios que muestran que mientras los candidatos son libres de variar su apariencia –incluso funciona como estrategia- las mujeres se ven obligadas a usar trajes para verse profesionales -y evitar a toda costa vestidos que les haga ver como amas de casa. Gracias al vestuario los candidatos tienen la posibilidad de verse serios y experimentados –con un traje- así como cálidos y compasivos –con jeans. Una de estas investigaciones muestra que las mujeres aparecen con un vestuario formal –principalmente traje sastre- en un 90 por ciento de su propaganda, mientras que los hombres se visten formalmente sólo en un 60 por ciento (2003: 236, 237).

Rodríguez asegura que aunque en México existen algunas similitudes, la individualidad de las candidatas es mucho más importante que en Estados Unidos. La autora se basa en la observación de políticas mexicanas destacadas. Una de ellas es Beatriz Paredes del PRI, quien siempre aparece en público con sus trajes étnicos. Habla también de dos mujeres del PRD, Rosario Robles y Amalia García. La primera nunca dejó de usar faldas cortas a pesar de los comentarios públicos que éstas provocaban, mientras que la segunda viste de manera más bien informal. Las mujeres del PAN, según Rodríguez, forman un grupo más homogéneo. La mayoría viste traje sastre y mascaradas de seda. Sin embargo la autora advierte que esta individualidad no significa que las apariencias no tengan importancia para los medios de la comunicación (Rodríguez, 2003: 237). Precisamente uno de los debates acalorados que desató Marta Sahagún

fue sobre el dinero que gastaba en su vestuario de primera dama. Esto a partir de que la Comisión Permanente del Congreso de la Unión decidiera eliminar la partida presupuestal destinada al vestuario y accesorios de la esposa del Presidente. La discusión causó enojo en Los Pinos, por lo que Marta Sahagún decidió donar 36 prendas a la Asociación Mexicana de Ayuda a Niños con Cáncer (Ruiz, 26 de julio 2005, *Público*). La Asociación organizó una subasta para vender los vestidos pero tuvo que ser cancelada por falta de asistentes –había más reporteros y organizadores que posibles compradores (Carrión, 1 de agosto 2005, *Público*). Los medios no cubrieron ese asunto como un problema de malos manejos del dinero público, únicamente. La discusión se convirtió en una fuerte crítica hacia la apariencia de la primera dama. Así lo demuestra una entrevista con Guadalupe Loaeza (2005) en el noticiero de radio que conduce Carlos Loret de Mola. Allí Loaeza habló no sólo de lo que cuestan los trajes de diseñador que usa la primera dama –tres mil dólares aproximadamente- sino que dedicó un tiempo –a pregunta expresa del conductor- a hablar de la falta de gusto de la misma. Aclaró que no se trataba de que tuviera “buen o mal gusto”, sino de que simplemente “no tiene, no lo tiene formado”. En la conversación, Loaeza y Loret de Mola utilizaron frases como, “aunque la mona se vista de seda...” o “el hábito no hace al monje”. La escritora, con comentarios como, “fíjate que ironías porque está bajita y quiere estar a la altura” hizo hincapié en el supuesto de que una mujer proveniente de la clase media difícilmente podría vestirse como las de clase alta que saben hacerlo desde la cuna. Loaeza señaló incluso que a Marta Sahagún “ya no le cabe el botox en la cara”, y que probablemente se lo tendría que inyectar en las orejas a falta de espacio (Loaeza, 25 de julio 2005).

Obviamente Marta Sahagún no es la única mujer relacionada con la política que es representada de esta manera en los medios. Los cartones y las columnas de humor político que se publican diariamente en la prensa son especialmente eficaces en el manejo de estas imágenes. El humor va directo al estereotipo, sin mediaciones. Allí es una práctica común. En estos casos los estereotipos manejan el cuerpo como un recurso que dice mucho, y que se convierte en otro lenguaje. De hecho podría pensarse que el cuerpo es el lenguaje del cartón. Sin cuerpos no hay cartones.

Dos mujeres que han tenido una presencia importante bajo este esquema son Rosario Robles y Elba Esther Gordillo. En la representación de ambas, el cuerpo juega un papel importante. Un muy buen ejemplo de ello es un fotomontaje de Robles que apareció en junio del 2005, en una sección del periódico *Público* llamada “El pasón, periodismo fumable”. En el cartón el rostro de Rosario está montado en el cuerpo de una rubia delgada, con enormes senos, vestida con un pequeñísimo camisón transparente. El título del fotomontaje es “Chayito III: ¡la batalla final!”, y viene acompañada de un texto que dice: “Por tercera vez la dama del buen vestir y mejor chamorrín realizó su tercera metamorfosis, con el fin de seducir al Partido de la Sociedad Nacionalista –el de la charrita sabrosa¹¹- sin recordar que ya ni registro tiene. Ahora se transformó en una güera ilegalmente rubia. Chale” (ver figura 2.1) (Tonatiuh & Vázquez, 10 de junio 2005, *Público*). Esta imagen bien podría corresponder a *la sirena* de Diane Meehan, la cual “con sus mañas sexuales, lleva a los hombres a la perdición” (citada por Barker, 2003: 167). Con este fotomontaje Tonatiuh y Vázquez se ríen del intento de Rosario Robles por regresar a la política con el partido Convergencia –después de haber sido expulsada del PRD en el 2004.

Es importante señalar aquí, que los políticos tampoco se salvan de este humor. Justo a un lado de Robles aparece la fotografía de un muñeco de plástico –lo que se conoce en Estados Unidos como *action figure* –vestido únicamente con un gorro, lentes oscuros, calzoncillos, rodilleras y botas– todo en negro. El muñeco sostiene un látigo en una mano. El título de esta imagen es “Espino, hombre de acción” (ver figura 2.2) Después de leerlo resulta imposible no ver en el muñeco al presidente nacional del PAN, Manuel Espino. Esto se refuerza con el texto que acompaña a la imagen:

Por fin, en las tiendas de artículos religiosos y pornoshops sadomasoquistas, ya se está vendiendo el juguete de moda, el muñeco de novedad, nada menos que el Manuel Espino de Acción, bajo el nombre de guerra Papapán, quien pone el ejemplo con su casto

¹¹ Este partido político perdió su registro por falta de votos y tenía como imagen de su campaña a una joven modelo vestida de charro. Más que un póster de campaña política parecía un anuncio de concurso de belleza, o hasta un póster de taller mecánico.

proceder, luchando contra infieles y traidores. No incluye baterías pero sí dos prozac de 500mg. ¡Que bello! (Tonatiuh & Vázquez, 10 de junio 2005: 51, *Público*).



Figuras 2.1 y 2.2. Tonatiuh & Vázquez, 10 de junio 2005, *Público*, p. 51.

Este texto no es el primero en trivializar a Rosario Robles, a su persona y su carrera política hablando de sus “chamorros”. En junio del 2004, en la sección “El Ángel Exterminador” del *Público* —también dedicada en gran parte al humor político— se hizo una parodia de unos premios de cine otorgados por el canal de videos MTV.¹² En esta parodia, la ganadora de la categoría de *Villana más sexy* fue “Chayito Robles. ¡Guau!”, mientras que el *Villano más sexy* “se declaró desierto”. El título de villana viene acompañado de un texto que dice: “¡Esa pierna sí se ve, esa pierna sí se ve! ¡No seas malo che, ya suelta los videos! En MTV son de los “10 más pedidos” (Movie Awards, 3 de junio 2004, *Público*).¹³

Otra mujer que también apareció en esta “premiación” es Elba Esther Gordillo. A la priista le otorgaron el *Premio Leyenda* y lo anunciaron de esta manera: “La Gordillo, wey no manches; inventora del punk geriátrico. Un abrazo donde estés maextra” (Movie Awards, 3 de junio 2004: *Público*). Gordillo y sus evidentes cirugías —y según rumores, uso de botox— proveen un buen “material” para la prensa. En febrero de 2004 la profesora Gordillo celebró su cumpleaños acompañada de otras mujeres públicas. En aquella ocasión Jairo Calixto Albarrán escribió: “las

¹² Este canal se distingue por inventar categorías de premios “diferentes”, como “El mejor beso” o “El mejor trío” dentro de una película.

¹³ En alusión a los “videoescándalos” protagonizados por el argentino Carlos Ahumada, y en los cuáles Rosario Robles también participó.

mujeres están desatadas; la maestra Elba Esther Gordillo organiza su fiesta de cumpleaños sólo para chicas superpoderosas como si fuera una reunión extraordinaria del club de la pequeña Lulú en versión amazónica botoxiana” (24 de febrero 2004, *Público*). Un mes antes, Elena Poniatowska le decía a Ciro Gómez Leyva que Gordillo “tiene mucho de Barbie, porque es una mujer de plástico, con muchos arreglos físicos, muchas operaciones” (citada por Gómez Leyva, 28 de enero 2004, *Público*). En la misma tónica este julio de 2005, Jabaz –reconocido monero tapatío que trabaja con la técnica del fotomontaje- presentó a un grupo de priistas –entre ellos Madrazo y Chuayffet, a los que nombró TUCOLAGOR (Todos Unidos Contra la Gordillo). Éstos le pedían a la maestra Gordillo renunciar a la presidencia del PRI a cambio de “todas las cirugías plásticas que aguante”. Financiadas por el partido tricolor, por supuesto (Jabaz, 11 de julio 2005, *Público*).

Creo que el siguiente cartón de Josel (figura 2.3), publicado en el 2004 después del cumpleaños de la profesora Gordillo es un buen ejemplo de las imágenes que se usan para representarla. La foto que aparece en el montaje fue tomada en el festejo que organizó con otras mujeres de la política mexicana:



Figura 2.3 Josel, Febrero 2004, *Público*, p.2.

El rostro de la priista es un recurso muy utilizado y funciona muy bien para hablar de una figura que está habitualmente relacionada con la corrupción y con las peores prácticas del Partido Revolucionario Institucional (PRI). Esto no significa que el uso del cuerpo tenga siempre una connotación sexista. El humor es una antigua y poderosa arma política contra el Estado. En palabras de Rius, la gente aprecia a los caricaturistas porque, "nos ve como vengadores de ellos".

Y explica: "se han pasado los gobiernos burlándose, riéndose de la gente, sobre todo la gente pobre, y entonces, cuando ellos ven las caricaturas y que nos reímos de los poderosos, de los que nos están jodiendo, la gente se siente vengada con nuestros trabajos. Por eso es que lo primero que buscan en los periódicos y las revistas son las caricaturas" (citado por Mac Masters, 2005, s/p).

La siguiente imagen (figura 2.4) critica a Elba Esther por ser una política corrupta, y no por ser mujer. En el cartón se ve a una Gordillo a quien le brotan gusanos de distintas partes del cuerpo. A pesar de la evidente decadencia, la maestra dice: "Estoy más sana que el partido".¹⁴ No creo que esta imagen de Elba Esther sea sexista, aunque me parece interesante que aparezca con traje cuando ella no se viste así. Pareciera como si la corrupción se estuviera masculinizando con el traje ¿Será que la corrupción es masculina y resulta difícil pensarla como un atributo femenino?

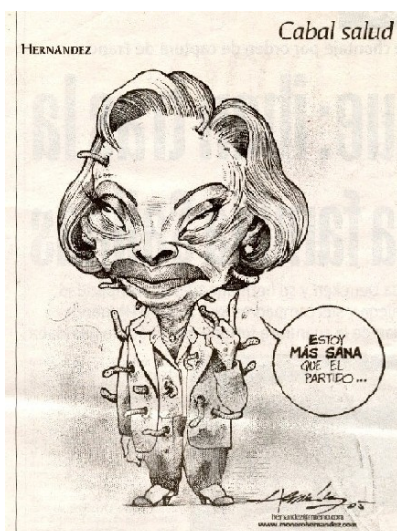


Figura 2.4. Hernández, 27 de mayo 2005, *Público*

Para cerrar con este capítulo quiero tomar el análisis de Victoria Rodríguez (2003) porque estudia a las mujeres políticas mexicanas y encuentra la creatividad con que estas mujeres manipulan y utilizan los estereotipos a su favor y rompen con sus efectos perversos. Rodríguez entrevistó a varias mujeres públicas mexicanas quienes dijeron que se puede proyectar una personalidad femenina y poderosa al mismo tiempo. Una de las entrevistadas incluso aseguró que las mujeres

¹⁴ Esta imagen aparece en un momento en el que se especula sobre la salud de Gordillo y por lo tanto sobre su participación en la vida política del país.

“*tienen* que usar su feminidad para tener éxito” (2003: 237).¹⁵ Esto se debe a que el mundo está dominado por los hombres, y para que las mujeres puedan competir necesitan utilizar sus propias armas. Sin embargo la mayoría de las entrevistadas criticó esta postura ya que considera que el uso de la feminidad como arma política contribuye a mantener el estereotipo de la mujer como objeto sexual, y por lo tanto se convierte en alguien con poca o nula credibilidad en un puesto de poder (Rodríguez, 2003: 237,238). Otra de las mujeres entrevistadas por Rodríguez aseguró que “la mujer política puede ser femenina, pero no puede ser débil”. Esta frase ilustra lo que la mayoría expresó: que el ser mujer implica una desventaja profesional. Por lo tanto una mujer política debe ser especialmente fuerte –incluso más que los hombres- y demostrar constantemente su competencia: “Esta demanda con frecuencia se traduce en un actuar ‘masculino’ y presentando un personaje intimidante y severo” (2003: 238).¹⁶

Para Rodríguez es imposible generalizar acerca de la imagen de las políticas mexicanas: “algunas son plásticas, algunas masculinas, algunas femeninas, algunas sexuales” (2003: 238).¹⁷ Y concluye: “En la vida política las mujeres mexicanas están utilizando lo que históricamente las ha detenido, a saber, su género- para apartarse de sus contrapartes masculinas y promover sus propios logros de carrera” (2003: 238, 239).¹⁸

Si bien es cierto que existen mujeres que como Rodríguez señala pueden hacer uso productivo de sus propias representaciones, también existen aquellas que se ven afectadas por los estereotipos que se construyen sobre ellas. Finalmente lo fundamental es descubrir cómo los estereotipos funcionan y cómo afectan realmente a las mujeres. Para comprender mejor el contexto del que surgen los estereotipos considero necesario abordar en el siguiente capítulo el largo camino que las mujeres han recorrido para llegar a la élite política: cómo las mujeres fueron accediendo a la esfera pública, a la ciudadanía, a la economía y después a puestos de poder.

¹⁵ Traducción libre de Zazil Reyes.

¹⁶ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

¹⁷ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

¹⁸ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

Capítulo 3. Mujeres políticas: El dilema mujer privada- mujer pública

*La mujer ha nacido para el sosiego, y para la sombra, al abrigo de su casa,
que ella debe llevar como hace un caracol o la tortuga.*
Laurent Joubert, **Tratado de la Risa de 1579**

“Sin las mujeres no hay quien gane las elecciones en México”. Así lo declararon frente a un gigantesco *brassiere* “rojo pasión” que evocaba la presentación de una película de Almodóvar, las seis fundadoras de *Sostén, Centro de Inteligencia*, una empresa mexicana que abanderó una nueva posición respecto de las mujeres y la política. Autoproclamándose: “triunfadoras, expertas en política, estrategia electoral, imagen y comunicación”, presentaron su empresa estas seis mujeres, entre las que se encuentran María de las Heras y Rosario Robles -“cuya popularidad como *jefa de Gobierno* del Distrito Federal se vino abajo por cuestiones de amor y dinero” (Cano, 14 de febrero 2007, *El periódico de Catalunya*). La novedosa propuesta de *Sostén* es la de: “empoderar mujeres con potencial de liderazgo político cuyo propósito es ganar elecciones y resolver desde los puestos de decisión los de la agenda de la vida cotidiana” (*Sostén, Centro de Inteligencia*, “¿Quiénes somos?”: s/p). En pocas palabras, ofrecen la asesoría necesaria para colocar a las mujeres en posiciones de poder.

Con esta propuesta, *Sostén* aparece como una organización nueva, con un objetivo muy novedoso en México, que claramente corresponde a la nueva actitud o “cambio de posicionamiento” que Ana Fernández Poncela (2003) identifica con las nuevas teorías y metodologías feministas. La manera de abordar el problema de la falta de equidad entre géneros es hoy, “menos victimista y prejuiciada, igual de beligerante pero mucho menos agresiva, revalorizando la realidad, reconociendo lo que hay como punto de partida para el optimismo, entre la racionalidad, el deseo y la esperanza” (2003: 9). Abro con esta novedad para recorrer el largo camino de la construcción de las mujeres como personas con todos los derechos. Un camino en el que las mujeres empezaron como no ciudadanas, como “animales sociales” y en el que han llegado a redefinir los conceptos de lo público y lo privado. Desde Europa, hasta América Latina y México, voy a recorrer el prolongado y difícil camino político de las mujeres.

Sostén, la nueva y pionera empresa mexicana emblemática de las nuevas actitudes de las mujeres frente a la política, parte de una “declaración” de principios. Es una especie de manifiesto que establece los problemas que siguen padeciendo muchas mujeres en México, como la desigualdad, la discriminación, y la violencia:

Somos minoría en espacios de representación popular y de gobierno, así como en órganos de dirección y decisión en empresas y corporaciones... encabezamos hogares y realizamos el trabajo doméstico sin recibir reconocimiento y apoyo... ganamos menos que los hombres en actividades idénticas... carecemos de las mismas oportunidades que los hombres... somos asesinadas por el simple hecho de ser mujeres (Sostén, Centro de Inteligencia, “Sostén declaración”: s/p).

Aseguran que para cambiar esta situación “es necesario preparar e impulsar a más mujeres que, con perspectiva de género, se desempeñen exitosamente en cargos de representación popular y de gobierno”. Hablan de la importancia de romper, “el techo de cristal que impide nuestra mayor participación en los centros de poder” (Sostén, Centro de Inteligencia, “Sostén declaración”: s/p). Hasta ahora la estrategia ha funcionado. Las mujeres de *Sostén* se anotaron su primera victoria en Yucatán –un estado que el PAN consideraba suyo- en donde Ivonne Ortega del PRI resultó ganadora en las elecciones a la gubernatura del 2007. Habrá que ver si los logros se quedan en el acceso al poder o si cumplen todo lo que venden en su página *web*: la creación de plataformas políticas con perspectiva de género y la asesoría en la implementación de las mismas (Sostén, Centro de Inteligencia, “Nuestros servicios”: s/p). Pues aunque “las mujeres son las que proponen leyes a favor de la equidad de género, las que más luchan en este sentido... algunas utilizan este discurso... para beneficiarse en su carrera personal”, al igual que los partidos políticos (Fernández Poncela, 2003: 23).

El emblema de *Sostén* es un *brassiere*, prenda a la cual las feministas de los 70 prendían fuego como símbolo de su emancipación. Margarita Jiménez Urraca, experta en propaganda

electoral, columnista de *Milenio* y una de las fundadoras de la compañía, explica que el nombre y logotipo que utilizan son representativos de la mujer que históricamente "ha sostenido el hogar":

El emblema es un sostén: es la única prenda que no puede utilizar más que una mujer. Y le hemos puesto el color más provocador: el de la intensidad, la pasión y todo aquello que en política comunica fuerza y agresividad... Le hemos puesto un apellido a Sostén, Centro de Inteligencia, porque sostenemos una posición, somos mujeres, pero llenas de experiencia e inteligentes. Un brassiere es el que nos identifica, pero convocamos a que se lo quiten y a que se liberen de prejuicios y de miedos. A que las mujeres se empoderen (citada por Cano, 14 de febrero 2007, *El periódico de Catalunya*).

El camino por el cual las mujeres llegaron a este momento fue largo y tortuoso. Se habla del movimiento feminista como "la más importante y decisiva revolución social de la modernidad." Una revolución que "ocurrió", a diferencia de las revoluciones políticas que "estallan" (Fernández Poncela, 2003: 7). Es una revolución que transformó la cultura, que consiguió hacer visibles a las mujeres y que ha seguido evolucionando, de una visión en la que los estudios de género "nada aportaban sin la comparación necesaria con lo masculino" (Fernández Poncela, 2003: 8), a otra más propositiva:

Las mujeres se han puesto en marcha. Han empezado a desprenderse de su estatus de segundo sexo, la posición a la que fueron arrojadas hace miles de años, cuando se inició la era agraria. Su condición social se elevará y aumentará el número de mujeres en puestos de responsabilidad en la empresa, la educación, las profesiones liberales, el gobierno y la sociedad civil. En ciertos sectores de la economía predominan; ya son el primer sexo. También han empezado a expresar su sexualidad y a redefinir el amor y la vida familiar. Como los glaciares, las mujeres de hoy están creando lentamente un nuevo paisaje social y económico, construyendo un nuevo mundo (Fisher citada por Fernández Poncela, 2003: 9).

Sin embargo el interés de las mujeres por participar directamente en la política formal, así como los estudios sobre las mujeres y la política es relativamente reciente en México y el mundo. Según Fernández Poncela en el caso de México la falta de interés en la política formal y su estudio tiene su origen en diversos factores políticos, sociales y académicos. Las mujeres –académicas o de los partidos de oposición- consideraban al poder:

Como algo sucio, la democracia como una farsa y el inmiscuirse en los asuntos públicos poco menos que una traición, producto de una desconfianza legítima por razones históricas, también bajo influencias puristas e idealistas... la exclusión de la cual habían sido objeto por parte de la política y la consideración de las escasas posibilidades de acceso y trabajo efectivo contribuyeron vivamente a esta situación. El énfasis de las activistas se fijaba en otros temas más ligados a la vida personal, doméstica o cotidiana; y el de las investigadoras apuntaba hacia horizontes movimentistas u organizacionales, como el quehacer político femenino por antonomasia (2003: 11).

Sin embargo en la década de 1980, cuando los partidos políticos empezaron a cobrar mayor fuerza, y los procesos electorales a ganar algo de credibilidad, la academia comenzó a interesarse en el tema (Fernández Poncela, 2003: 11, 12). Aunque en un principio las investigaciones se centraban en la “visibilización” de las mujeres, hoy se han vuelto más diversas y propositivas:

La participación política de las mujeres ha de inscribirse en el marco de un gran cambio cultural, desde donde se divisan nuevos horizontes de igualdad a través del pacto y la negociación. Donde el concepto de política no sea sexista y se reconozca a hombres y mujeres por igual. Se han de poder ver las prácticas sociales de actores y actoras más allá de las instituciones, al mismo tiempo que reconocer la subjetividad de la política misma (Fernández Poncela, 2003: 13).

Para hablar sobre el tema de mujeres y política es necesario revisar cómo éstas se han ido incorporando a la vida pública: "se ha sostenido que existe miopía u ocultación del género en la teoría política clásica, y que en la constitución de la ciudadanía femenina, la mujer es definida como sujeto de segunda categoría" (Fernández Poncela, 2003: 11).

Tradicionalmente las mujeres y los hombres asociaban a las mujeres únicamente con la vida privada, pero poco a poco esto ha ido cambiando y cada vez hay más participación femenina en la vida pública. Para valorar lo que esto significa y para ubicar este fenómeno en el tiempo es importante recordar la historia de la conquista del voto femenino, el momento en el que por fin las mujeres se convierten en ciudadanas. En México, las maestras de Yucatán son pioneras de la lucha por el voto desde el Primer Congreso Feminista de Yucatán celebrado en enero de 1916 al calor de la Revolución Mexicana. En ese primer debate, las sufragistas lograron incluir no sólo el tema del voto, sino el de la posibilidad de que las mujeres ocuparan un cargo público. Algo verdaderamente revolucionario pues aunque ninguna ley prohibía explícitamente a las mujeres votar o ser votadas para ocupar un cargo público, la prohibición interna era tan fuerte, que la idea sonaba totalmente descabellada. Tanto, que ni siquiera era necesario prohibirlo con leyes. En 1916 las maestras yucatecas más liberales lograron colocar el tema en la agenda del debate y abrir la discusión al ámbito público. Era el último punto de la discusión y se redactó así: "¿Cuáles son las funciones públicas que puede y debe desempeñar la mujer a fin de que no solamente sea elemento dirigido, sino también dirigente de la sociedad?" Finalmente, después de un acalorado debate, triunfaron las que pensaban que a las mujeres no les correspondía participar en la esfera pública puesto que: "la mujer debe ser siempre el encanto del hogar, la dulce compañera del hombre" (García Quintanilla, 1986: 151-162).

Así, fue hasta 1922 –dos años después que en Estados Unidos (García-Cereceda, 1999: 44)- que el estado de Yucatán se convierte en el primero de la República Mexicana en permitir la participación de las mujeres en elecciones municipales y estatales. Le siguieron San Luis Potosí en 1923, y Chiapas en 1925, aunque sólo para elecciones municipales. En 1946 bajo la iniciativa del presidente Miguel Alemán, la Cámara de Diputados modificó un artículo de la Constitución

para establecer que: “en las elecciones municipales participarán las mujeres en igualdad de condición que los varones, con el derecho de votar y ser votadas” (citado por Fernández Poncela, 2003: 61). Es hasta 1953 cuando se publica un nuevo artículo constitucional que reconoce: “son ciudadanos de la República los varones y las mujeres que, teniendo la calidad de mexicanos, reúnan además, los siguientes requisitos: haber cumplido dieciocho años, siendo casados, o veintiuno, si no lo son; y tener un modo honesto de vivir” (citado por Fernández Poncela, 2003: 61).

El sufragio femenino fue un primer paso en la incorporación de las mujeres a la vida pública, en donde muy de a poco en poco fueron ocupando espacios en áreas antes reservadas a los varones, tanto en el ámbito económico como en el político. Sin embargo en nuestro país la participación de las mujeres en éste último sigue siendo pobre, a pesar de medidas como las cuotas de género de los partidos políticos. María de las Heras explica que estas prácticas son, “tan sólo un simulacro”, ya que a las mujeres: “Les dan los distritos donde saben los dirigentes partidistas que no van a ganar, y luego se justifican: ‘ya ven, se les dio la oportunidad y perdieron’” (citada por Jiménez, 23 de enero 2007, *La Opinión- Milenio*). Sobre el desempeño de las mujeres en el 2006, la especialista en estudios de opinión dijo: “el año pasado nos fue muy mal a las mujeres, tenemos menos diputadas, menos senadoras que la legislatura anterior, a pesar de la disposición en el Código Electoral de tener 30 por ciento de las cargos” (citada por Jiménez, 23 de enero 2007, *La Opinión- Milenio*).

El problema es que a pesar del camino recorrido las mujeres siguen estando al margen de la política formal. Sáez Carreras considera que el “‘mito del predominio de la afectividad sobre la razón en la mujer’ representa el último reducto construido para invalidar el acceso de las mujeres a cierto tipo de carreras o actividades en las que la objetividad y la medida son elementos indispensables” (1998: 63). Me parece interesante que Fernández Poncela (2003) identifica en esta percepción, un elemento que, “podría favorecer las candidaturas femeninas”, ya que se traduce en que la mujer es en general, “más honesta, más ‘limpia’, más compasiva, más capaz en temas como educación y salud y otros aspectos considerados femeninos” (2003: 19). La autora considera que podría explotarse, “la habilidad lingüística femenina, y su imagen de mayor

honestidad, como catapulta política para las mujeres. Con lo bueno y lo malo que esto tiene: lo bueno de impulso político y lo negativo de reproducción de estereotipos” (2003: 19). Sin embargo de manera ambivalente la misma autora después reconoce: “la percepción de que las mujeres sean más éticas y compasivas puede formar parte de los estereotipos que sobre ellas circulan y es necesario desterrarlos más que colaborar a reforzarlos” (2003: 25).

Estos estereotipos corresponden a una cultura patriarcal¹, en la cual las mujeres se definen por su sexualidad mientras los hombres se definen por el trabajo. Ambas construcciones son culturales, aunque se pretenda confinar la sexualidad femenina al ámbito de la naturaleza: “La relación entre sexualidad y cultura ha sido enfocada ideológicamente como una relación entre lo inferior y lo superior, lo natural y lo civilizado, o como lo animal frente al progreso humano” (Lagarde y de los Ríos, 2003: 81). Cinta Canterla (2002) asegura:

No sólo nos movemos mal en el sistema cultural patriarcal porque no lo hemos creado nosotras ni está hecho a nuestra medida; es que además ha sido creado “contra nosotras” esto es, para mantenernos subordinadas. Estamos condenadas, pues, a realizar la crítica de todo el aparato patriarcal (con su división de los ámbitos en público y privado, con sus distintos modos de socializar a los varones y a las mujeres, con su peculiar forma de entender la autonomía, la igualdad y la justicia, sus extraños conceptos de razón y compasión, etc.) (2002: 23).

Sáez Carreras por su parte habla de “la división sexual del trabajo... consecuencia de la asignación de funciones y tareas tanto productivas como improductivas de acuerdo con las especificidades del sexo” –definidas de manera distinta al interior de cada sociedad. Así, “hombres y mujeres dejarán de compartir la vida social y se especializarán en tareas diferentes que incorporan valores e intereses separados y, a menudo, contrapuestos” (1998: 67). Actualmente la división sexual del trabajo sigue presente. A pesar de que las mujeres se han incorporado al

¹ El concepto de patriarcado ha sido criticado porque se considera que elimina todas las diferencias entre mujeres, “en especial las que dependen de la clase y la etnicidad” (Walby, 2002: 47, 48). Sin embargo la mayoría de los autores que escriben sobre el tema lo siguen utilizando y lo considero útil para este análisis

espacio público a través del trabajo asalariado, no han abandonado la esfera privada. Simplemente hoy se trabaja la “doble jornada”; las funciones del hogar, “siguen siendo de su cuasi exclusiva competencia”. Esto se debe principalmente a que los varones no comparten:

La percepción... de que lo público y lo privado, la producción y la reproducción, son partes de un todo indivisible que ha sido separado por intereses monetarios defraudando así a las personas que asumen este trabajo colectivo, sin ‘regalarles’ el más mínimo valor y público reconocimiento (Sáez Carreras, 1998: 75).

Gilles Lipovetsky (citado por Fernández Poncela, 2003) considera que “La época que relegaba a la mujer al espacio doméstico y la apartaba de la sociedad política está definitivamente superada (2003: 98).” Pero advierte que la dicotomía privado/público no ha dejado de gobernar las aspiraciones y los comportamientos de ambos géneros:

A decir verdad, la vida familiar, lo íntimo, lo relacional, sigue estando dominado por la mujer; el estatus, el papel profesional, el poder, el éxito, continúa prevaleciendo en el hombre. A primera vista, impera la reversibilidad de los roles sexuales, pero en realidad subsiste la división sexual de los roles privados y públicos, siquiera sea de manera novedosa, eufemizada y abierta, sin asignación exclusiva (Fernández Poncela, 2003: 98, 99).

Para muchas mujeres sigue siendo un conflicto “la disociación entre ‘ser mujer’ y ‘ser persona’²... lo de dentro, - la casa y la familia- son el espacio cultural de ‘ser mujer’ y la salida al mundo exterior para buscarse la vida es el ‘ser persona’” (Barrio, 1996: 33). Esto es resultado de siglos

² En el 2006, durante la campaña para la jefatura del DF, la página *web* de la candidata del PRI, Beatriz Paredes incluyó un apartado titulado ¿Quién es Beatriz?, en donde esperaba encontrar su biografía. Sin embargo, al entrar no encontré un solo texto, sino una liga para “cada una de las facetas que conforman a la persona que es Beatriz Paredes”. Éstas iban desde “admiradora del arte” hasta su participación en distintas organizaciones como la presidencia de la Fundación Colosio y del Parlamento Latinoamericano. Una liga más se refería a la Beatriz “gobernadora, dirigente política y funcionaria pública”. Y al final, separada de las anteriores Beatrices estaba la “Mujer”. El contenido de esta última no era muy distinto a las demás, hablaba de una mujer profesionista, trabajadora, con distintos intereses. Me pareció interesante la estrategia de resaltar el ser “mujer” y presentar esta visión fragmentada de la persona. (<http://www.beatrizparedes.org.mx/portal/content/section/3/4/>)

durante los cuales las mujeres se movieron exclusivamente en la vida cotidiana, “la temporalidad específica en la que se desarrolla el rol social y económico de la mujer” (Mattelart, 1982: 22), y del valor que a ésta se le asignó socialmente. En palabras de Michèle Mattelart:

La jerarquización de los valores que se traducen en una valoración positiva de la temporalidad masculina definida por la acción, el devenir, la historia y una desvalorización de la temporalidad femenina que, pese a su riqueza potencial de sentido, aparece implícitamente sancionada desde el punto de vista social, interiorizada y vivida como la de la banalidad cotidiana, la repetición y la monotonía (1982: 22, 23).

En el caso de México, el grado de desvalorización del ámbito "cotidiano-femenino" puede verse históricamente en el hecho de que hasta 1871 (con la instauración del primer Código Civil) el servicio doméstico, al ser una extensión del trabajo considerado como propio de las mujeres, feminizaba incluso a los hombres que se dedicaban a él. De manera que una ley de 1821 establecía que: "Los derechos particulares del ciudadano se suspenden... por el estado de sirviente doméstico" (García Quintanilla, 1997: 1622-1626). En esta ocupación, los hombres dejaban de ser ciudadanos para quedar igual que todas las mujeres mexicanas del diecinueve.

Y, más contemporáneamente, la misma Laura Bush hizo alusión a la monotonía y banalidad del ámbito "cotidiano-femenino" al autodenominarse una “ama de casa desesperada” en la cena anual con corresponsales de prensa de la Casa Blanca³:

Estoy casada con el presidente de los Estados Unidos y ésta es una de nuestras típicas noches: Nueve en punto y el señor entusiasmo está profundamente dormido mientras yo veo Esposas Desesperadas⁴... Damas y caballeros, yo soy una esposa desesperada. Es

³ Se trató de un discurso preparado previamente en el que la primera dama estadounidense hace una serie de chistes sobre su marido.

⁴ *Deperate Housewives* es una exitosa teleserie norteamericana que muestra la vida cotidiana de un grupo de amas de casa que vive acomodadamente en los suburbios estadounidenses.

decir, si esas mujeres en ese programa piensan que están desesperadas, deberían estar con George ("Laura Bush", 2005).⁵

Aunque todavía hoy se mantiene la dicotomía privado-público, no se puede minimizar el hecho de que la situación de las mujeres ha cambiado y sigue haciéndolo. La mujer ha luchado y ha logrado salir de su casa para formar parte del mundo laboral y de otros espacios considerados "públicos". Según Laura Nuño Gómez, "la incorporación de las mujeres al espacio público ha sido una de las mayores revoluciones sociales producida en el entorno de las democracias occidentales" (1999: 15). La autora afirma que, "estamos asistiendo a un proceso de paulatina equiparación y visibilización de las mujeres, que ha puesto en cuestión la hegemonía del modelo patriarcal de explicación de las relaciones sociales, generando nuevos escenarios de distribución del poder y transformando radicalmente el espacio de lo público" (1999: 15).

Pero ¿de dónde viene esta separación de lo público y lo privado? ¿Se puede pensar en lo público, específicamente en lo político como una entidad abstracta, separada de la vida personal? ¿Se puede pensar que lo que las personas viven cotidianamente no tiene conexión con la vida pública? Eli Bartra dice que:

Intentar fragmentar las experiencias humanas entre públicas y privadas no tiene sentido; pensar que son dos esferas y que solamente vale la pena luchar por cambiar una u otra es una trampa; porque no existen separadamente, se entretajan una con otra y como consecuencia sólo es posible que se transformen ambas a la vez si se persigue un cambio verdadero en la calidad de nuestras vidas (1983: 17).

La autora se pregunta "¿Dónde comienza la vida pública y termina la privada?" y apunta que se trata de una ruptura ideológica (Bartra, 1983: 17, 18). Aunque esta ruptura se encontraba ya en algunas sociedades – la griega por ejemplo- es la modernidad la que la impone hasta nuestros días. La modernidad hace una división terminante entre hombre –cultura- y naturaleza. Hasta

⁵ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda

hoy, la relación entre ambos parece ser “de lucha, cuando no de guerra abierta, en la que la naturaleza ha de ser ‘dominada’, ‘vencida’, ‘sometida’” (Sáez Carreras, 1998: 54). Esta visión tiene dos implicaciones: “De una parte, encontramos una distinción analítica: hombre y naturaleza son distintos. De otra, surge una valoración asimétrica: el hombre está por encima de la naturaleza, es decir, es superior a ella” (Sáez Carreras, 1998: 54). Ahora bien, para que el hombre pueda disponer libremente de algo, manipularlo, y/o explotarlo, debe “despojarlo de toda característica en tanto sujeto y transformarlo, en consecuencia, en simple objeto”. Lo que resulta de esto es que la naturaleza es valiosa en la medida en que sirve al hombre (Sáez Carreras, 1998: 54, 55).

De forma paralela, la modernidad mantiene sin grandes cambios el papel que la mujer había tenido en la sociedad, “esta percepción de invariabilidad es lo que ha permitido que históricamente sea apreciada y asumida como una especie de *continuum* natural” (Sáez Carreras, 1998: 56). Se acepta entonces que el papel que la mujer juega en sociedad, es natural, y no se le asocia con una construcción cultural. Dice Victoria Sau: “La materia prima que el ser humano encuentra a su alcance es lo que el hombre llama ‘naturaleza’ y la cultura, *su* cultura, consiste en descubrirla, dominarla, utilizarla y explotarla. Y entre las materias primas de la naturaleza el patriarcado incluye a las mujeres” (citada por Sáez Carreras, 1998: 56). Es así como la modernidad opone cultura a naturaleza y desarrolla, en base a este “esquema binario”, el resto de sus categorías. Las mujeres son entonces encasilladas como parte de la naturaleza – y marginadas de la acción cultural- debido a su función reproductiva. Como consecuencia ya no es posible “entender a las mujeres como *productos históricos*” (Sáez Carreras, 1998: 57).

En los últimos años los estudiosos y las estudiosas de género han hecho una revisión de la historia para comprender mejor la situación actual de la mujer. El mismo Habermas (1999) admite en el prólogo de su libro *Historia y crítica de la opinión pública* que en la primera versión de su texto, no consideró la marginación de las mujeres de la vida pública como un hecho estructural de la misma. Sin embargo, con el creciente número de textos feministas se vio obligado a hablar al respecto en el prólogo que escribió décadas después de que la primera edición fuera publicada. Una de las autoras que influyó en este cambio de mirada de Habermas es Carole Pateman, quien

dice que el contrato social de la ilustración fue en realidad un “contrato sexual” que marginó a las mujeres del quehacer del Estado (citada por Canterla, 2002: 18) y que por tanto, “para las feministas la democracia no ha existido jamás” (citada por Luna, 1996: 56). Lola Luna (1996) concuerda con Pateman y considera que la teoría de la Ciencia Política tradicional está “distorsionada”, ya que se basa en la idea de que “lo público es fundamentalmente distinto de lo privado y lo personal” (1999: 56). Por lo mismo cree “necesario un nuevo vocabulario... que incluya las diferentes posiciones de las mujeres en relación al poder” (1996: 57). Argumenta que esta separación de lo público y lo privado ha excluido a las mujeres del quehacer político desde Aristóteles, para quien “el arquetipo viril” protagonizaba la vida política, “una actividad pública basada en el ejercicio de la libertad, y en el desarrollo de la razón” (1996: 57). Las mujeres, “concebidas como naturaleza, no como razón” contribuían a la familia, desde lo privado, “su subordinación es de carácter biológico y por naturaleza no puede trascenderla” (1996: 58). Siglos más tarde el teórico político renacentista Maquiavelo –quien abre camino a la modernidad con su pensamiento- convierte la política en “una empresa instrumentalista... un ejercicio de la voluntad”, mientras que los principios morales se vuelven “femeninos” y por ende “irrelevantes desde un punto de vista político”. En este pensamiento se pueden encontrar los orígenes de las “supuestas bondades de la naturaleza femenina”, al separar la ética de la política (Luna 1996: 58). Según Cinta Canterla (2002), fueron los filósofos de la ilustración los que construyeron la versión moderna que hoy se sigue manifestando en forma de “violencia simbólica de género” (2002: 18). Los ilustrados defendían “una teoría política pretendidamente universalista que permitía en su seno, como una anomalía necesaria, el mantenimiento de la segregación basada en lo que se ha venido a llamar una democracia de género” (Canterla, 2002: 18-19). Molina Petit (1995) retoma las ideas de Kant y Rousseau quienes defendían la autonomía política y la obligación de luchar por la igualdad, considerando que el hombre debía obedecerse a sí mismo. En este contexto se podría pensar que: “El feminismo se inscribe de un modo natural dentro de este proceso de racionalización y urgencia emancipatoria que representa el movimiento ilustrado” (1995: 191). Pero estas ideas no incluyeron a la mujer, quien, según estos ilustrados ocupaba un “estadio intermedio” entre naturaleza y sociedad (Canterla, 2002: 19). La mujer debía someterse al varón

por carecer de una “racionalidad superior, y por lo tanto, de toda posibilidad no ya de dedicarse a la ciencia, sino de concebir y discernir ideas y normas morales con las que orientar por sí mismas su propio comportamiento, y, con ello, de toda posibilidad de haber formado parte jamás de contrato social alguno” (Canterla, 2002: 19, 20). Dice Rosemary Agonito:

Bajo Rousseau, la teoría del contrato social tomó un giro abominable. El contrato social fue concebido por Hobbes y Locke requiriendo el consentimiento de todos los gobernados y predicaba la creencia de que todos son iguales por naturaleza en sus derechos humanos individuales. Rousseau redujo el “todos” a “hombres”. En su famoso Contrato Social no menciona a las mujeres ni pudo hacerlo sin exponer las contradicciones entre sus ideas acerca de las mujeres y sus ideas igualitarias radicales (1977: 115).⁶

Para Luna (1996), Rousseau hacía una distinción entre sociedad política y sociedad familiar, en donde “la mujer y lo femenino es naturaleza, pasión, deseo que amenaza el mundo racional masculino; la maternidad con sus virtudes conjura el peligro y dignifica a las mujeres al convertirlas en madres de ciudadanos” (1996: 61). La maternidad se convierte entonces en paradoja: “Las mujeres fueron sujetos de ciudadanía por ser madres y como tales se les reconoció poder” pero al mismo tiempo debían seguir siendo sumisas frente al varón (1996: 61). La uruguaya Nea Filgueira concuerda con esta idea, aunque ella considera que fue el capitalismo el que separó al Estado y el mercado de la familia, dejando a las mujeres “limitadas a la esfera privada-doméstica, y desenganchadas de la esfera pública, controlada y habitada por los hombres y el Estado, aunque las reconoció por su rol materno, no las consideró en igualdad con el hombre” (citada por Luna, 1996: 62, 63).

La “inferioridad moral” de la mujer no sólo le impidió el derecho a la ciudadanía, sino que también tuvo implicaciones éticas, ¿cómo podrían respetarse sus derechos humanos si se le consideraba como un ser inferior? Dice Cinta Canterla:

⁶ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

Como por otra parte resultaba difícil de salvar la evidencia empírica de que la mujer de hecho vivía en sociedad y no desde luego entre los animales, los filósofos idearon un status increíble para ellas, que Kant definió muy bien: el de animal doméstico. La mujer tendría la peculiaridad, como ser intermedio entre el animal y el ente moral (el varón), de poder ser socializada, pero siempre que se la tuviera sometida a tutores y recluida en la vida privada. Por eso su educación debía de ir encaminada a la sumisión y la obediencia. Precisamente aquellas mismas contra las que los ilustrados clamaban en el caso de que afectaran a los varones (2002: 20).

Aunque algunas -y algunos- se opusieron a este discurso, la gran mayoría lo apoyó y finalmente, “la sociedad” consintió en el estado inferior de la mujer. A partir de ese momento pocos cuestionaron la “naturaleza” sumisa de las mujeres (Canterla, 2002: 20).

La exclusión de las mujeres de la vida política en América Latina así como su acceso a la ciudadanía, también pueden explicarse en base a una historia que adopta el pensamiento político occidental, como resultado del colonialismo, (Luna, 1996: 56). La historia del Estado en Latinoamérica –y la relación que las mujeres han tenido con el mismo- no puede explicarse sin la influencia de la Iglesia, la cual siguió manteniendo su poder sobre la familia y la educación incluso después de la secularización (Luna, 1996: 62):

La iglesia había sido una institución clave, desde la conquista, en la redefinición del patriarcado americano, apropiándose de los derechos reproductivos de las mujeres y de sus decisiones, a través de mitos fundamentados en la virgen María madre. El mito del Marianismo se convirtió en el imaginario que reconoció en las mujeres madres una categoría moral superior a los hombres. A través de este mito, pero no sólo a través de él, ha actuado un imaginario colectivo orientando las actuaciones de las mujeres en el ámbito familiar y con proyecciones sociales en la misma línea. De esta manera el estatus femenino, confinado a la reproducción biológica y social, no sólo se mantuvo sino que se

reelaboró articulado a la modernización que llevaron a cabo los gobiernos populistas desde los años treinta en adelante (Luna, 1996: 63).⁷

La mayoría de los países latinoamericanos otorgaron el voto a las mujeres bajo gobiernos populistas, “no tanto por reconocimiento de las razones políticas que argumentaban los movimientos sufragistas”, sino “por el interés de mantenerse en el poder – las mujeres eran votos que les legitimaban” (Luna, 1996: 62). En la década de los 70, bajo los gobiernos desarrollistas, las mujeres seguían con su condición de excluidas y subordinadas,

Pero hubo dos campos en los que... fueron identificadas y visibilizadas como objetivo de políticas de género concretas: el control de población, considerado entonces como un mecanismo clave para el desarrollo, y el reparto de alimentos para la sobrevivencia en los nuevos barrios populares de las capitales latinoamericanas (Luna, 1996: 64).

Estas organizaciones impulsadas por el Estado en los 70, se transformaron, una década más tarde en movimientos sociales, en los que las mujeres, “comenzaron a desarrollar una participación política activa, cambiando su relación de dependencia” (Luna, 1996: 64).

México no fue la excepción. Las preocupaciones de la vida cotidiana, aquellas relacionadas con el hogar –el espacio privado- fueron las que impulsaron a las mujeres al activismo político y social:

Al entrar en la esfera pública, a causa de necesidades familiares personales, las mujeres están ‘redefiniendo y transformando su rol doméstico de uno de crianza privada a uno de protesta pública y colectiva y de esta manera desafían los roles tradicionales que aíslan a las mujeres en la esfera privada de la familia’... las mujeres mexicanas están cambiando sus roles como ciudadanas y redefiniendo su lucha contra el estado y la sociedad. Para

⁷ No abordo el tema de las representaciones que la iglesia hace sobre las mujeres, pero probablemente sí sea la moral que impera en las representaciones actuales.

ellas, al igual que las mujeres en cualquier otra parte, el mantra feminista 'lo personal es político' se está volviendo realidad (Rodríguez, 2003: 47).⁸

Así sucedió para las redes de mujeres que se organizaron en los 70 y 80 para defender la propiedad de su familia. Desde principios de los 70, trabajadores del campo, junto con los desempleados y la clase baja trabajadora urbana, comenzaron a invadir y ocupar territorios en las afueras de las grandes ciudades mexicanas. Eventualmente formaron colonias que carecían de los servicios básicos como agua potable, drenaje, electricidad y calles pavimentadas. Fueron las mujeres las que se organizaron para proteger esta propiedad y para exigir al estado los servicios básicos mientras los hombres salían a trabajar. Estas asociaciones vecinales se convirtieron más tarde en la base de movimientos populares urbanos, y abrieron una nueva realidad para las mujeres que participaron en ellas (Rodríguez, 2003: 81- 83): "Las mujeres fueron capaces de dar un paso fuera de sus roles tradicionales como madres/esposas/amas de casa, con frecuencia por primera vez. Al hacerlo, se dieron cuenta de las limitaciones impuestas sobre ellas por miembros de la familia y por la sociedad en su conjunto" (Rodríguez, 2003: 83).⁹

De forma paralela las crisis económicas de los 80 empujaron a millones de mexicanas a formar parte del trabajo asalariado por primera vez. Las familias se vieron en la necesidad de buscar nuevas estrategias para sobrevivir, reduciendo los gastos, el número de hijos, extendiendo el núcleo familiar para incluir a los abuelos, y enviando a las esposas e hijas a trabajar; transformando así la tradición de que las mujeres casadas y con hijos se quedan en casa. La crisis provocó también un crecimiento de las mujeres jefas de familia, ya que muchos hombres migraron a los Estados Unidos en busca de trabajo y otros simplemente abandonaron sus hogares. La independencia económica recién adquirida facilitó también que un creciente número de mujeres se liberara de relaciones de abuso o dominantes (Rodríguez, 2003: 55-57).

Aunque con el fin de la crisis muchas mujeres dejaron el trabajo y regresaron a sus casas, las ganancias que habían obtenido eran ya irreversibles. Los hombres habían sido expuestos a las decisiones femeninas y a la democracia en el hogar, y las mujeres aprendieron a defender

⁸ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

⁹ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

este nuevo rol y a expandir su participación en territorios anteriormente masculinos (Rodríguez, 2003: 58, 59).

Desde 1970 hasta la fecha las mujeres mexicanas han sido un factor importante en los distintos movimientos sociales –algunos relacionados con temas feministas; sus demandas han ayudado a definir las nuevas formas de participación política, modificando las políticas públicas y elevando su confianza. Sin embargo en la política formal todavía falta camino por recorrer (Rodríguez, 2003: 86, 87):

La movilización de las mujeres y su habilidad creciente para impactar en las decisiones políticas durante los últimos veinticinco años, han convertido a las mujeres en una fuerza política formidable. Medida en términos de eficacia política, las mujeres mexicanas parecen haber avanzado más en la esfera informal de la política que en la formal, volviéndose más influyentes a través de movimientos masivos que a través de los canales políticos tradicionales o a través del desempeño en altos puestos políticos. Los problemas que amenazan el hogar, la tierra y la familia –asuntos con los que las mujeres parecen estar más directamente conectadas-, han traído a las mujeres al frente. Esto no las ha llevado a una representación igualitaria en el gobierno pero podría hacerlo, conforme las mujeres incrementen su involucramiento en las interacciones con el estado-sociedad y lleguen a estar más conscientes de su eficacia política. Por lo pronto, es imposible negar que las mujeres han cambiado irreversiblemente la definición del rol femenino en la sociedad mexicana, mostrando el camino para las generaciones y líderes por venir (Rodríguez, 2003: 86).¹⁰

Al hablar de estos movimientos a nivel Latinoamérica, Lola Luna no se muestra tan optimista:

Es evidente que a lo largo del siglo XX se fue tejiendo en la sociedad y se fue institucionalizando un discurso maternalista, con el que se fueron identificando las propias

¹⁰ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

mujeres, porque la representación maternal contiene una simbología en la que se mezcla el reconocimiento y la influencia... De esta forma se las convoca a organizarse directamente a través de organizaciones filantrópicas, en coyunturas de crisis económicas y políticas para que como reproductoras asuman la responsabilidad de la sobrevivencia familiar y de su propia pobreza (Luna, 1996: 65).

Me parece que Luna revalora los estereotipos y de esta manera les quita todo el crédito a movimientos legítimos que sufren de una doble invisibilización: por género y clase. Aunque es interesante analizar lo que llama “discurso maternalista”, estas mujeres han luchado y lo han hecho políticamente, por mejorar sus condiciones de vida y las de sus familias, obteniendo logros significativos y, muy importante: se han empoderado.

Para ilustrar cómo funciona el discurso maternalista en América Latina, Luna analiza el gobierno de Perón en Argentina:

El caso argentino... arroja suficientes elementos para fundamentar la idea de la existencia de una compleja alianza paternalista/ maternalista –representada en la pareja presidencial complementaria de Perón/ Eva- que habla de la complicidad femenina que sostiene el patriarcado, la inclusión en la que hay poder y ganancias para las mujeres, pero también pérdidas y no superación real de su exclusión. El discurso de Eva a las mujeres sobre su función política es de los mejores ejemplos de la ideología maternalista, modernizante del papel femenino, formas de cambio para que nada cambie (Luna, 1996: 62, 63).

En México ocurrió algo similar con la “pareja presidencial” formada por Vicente Fox y Marta Sahagún. La figura de la primera dama desató una polémica discusión que fue abrumadoramente cubierta por los medios de comunicación durante todo el sexenio y que aún sigue dando de qué hablar. Todavía el 13 de junio del 2007, a seis meses de la salida de Marta Sahagún de Los Pinos, las tres conductoras del programa “Nada a medias” del nuevo canal Cadena Tres,

discutieron el tema de las primeras damas. Le llamaron “Desesperadas por el poder” y se concentraron en Marta Sahagún, Hillary Clinton y Cristina Kirchner.

El tema de las primeras damas es complejo. Son mujeres que adquieren valor por su marido –aunque algunas tengan méritos propios- y a las que se les asigna roles o tareas maternas -en México por ejemplo, se convierten en las presidentas del DIF, institución dedicada al “Desarrollo Integral de la Familia”. Es un tema que además pone en evidencia la dificultad para tratar lo privado y lo público. Se supone que al ser “esposas” pertenecen a la esfera privada, sin embargo algunas han decidido volverse públicas, en algunos casos opacando a otras mujeres con una larga trayectoria propia dentro de la política.

Se trata de un fenómeno reciente –excepto por el caso de Evita Perón- ya que hasta hace poco las primeras damas permanecían en la sombra. Sin embargo en los últimos años ha cambiado la forma en que los políticos se muestran en campaña, y esto incluye el rol de sus esposas. Un ejemplo de ello es María Teresa Uriarte de Labastida, esposa del candidato priista a la presidencia en el 2000: “Labastida dependió mucho de su esposa... ‘para ayudarle a infundir calidez y color a su imagen... su visibilidad y confianza política [las de María Teresa] le han valido comparaciones con Hillary Rodham Clinton” (Rodríguez, 2003: 234, 235).¹¹

La relación de las primeras damas con los medios de comunicación también ha cambiado: “Las esposas de los políticos han aprendido también a ser conocedoras de los medios”.¹² Durante la campaña del 2000 –y también la del 2006- las primeras damas potenciales fueron ampliamente cubiertas por los medios. Ellas cooperaron de buena gana y concedieron numerosas entrevistas (Rodríguez, 2003: 235). Este fenómeno no es exclusivamente mexicano. Durante la campaña presidencial estadounidense del 2003, Marianne Means, articulista del *New York Times*, propuso un debate entre las dos posibles primeras damas: Laura Bush y Teresa Heinz Kerry. Según Means:

¹¹ Se trata de una cita que Rodríguez obtuvo de un artículo del *New York Times*.

¹² Traducción libre de Claudia Castañeda. El término utilizado en el texto original para describir la relación de las esposas de políticos con los medios es *media-savvy*

Todavía tenemos dificultades para adaptarnos al concepto de que intelectual y políticamente, las mujeres pueden hacer todo lo que hacen los hombres. Verbal y legalmente, homenajeamos la idea de la igualdad, pero en lo profundo albergamos una norma doble a través de la cual juzgamos a los géneros. La competencia por el papel de primera dama es un pie de página en la campaña presidencial. No votamos por las esposas de los candidatos a la presidencia, pero ellas influyen en la manera en que percibimos a sus esposos (Means, 6 de agosto 2004, *Público*).

Posteriormente la autora analizó a las dos mujeres, una “pública” y otra “privada”. Describió a Laura Bush como “una compañera política relativamente descomprometida”, a quien su actitud conservadora “ha convertido en una figura popular, inofensiva”. En pocas palabras, una mujer que “desespera a los defensores de los derechos de la mujer.” Por su parte Teresa Heinz Kerry “es una sofisticada original. Está activamente comprometida a afectar la política pública y no teme decir lo que piensa.” Su artículo finaliza con un comentario del presidente Bush, quien dijo que “la mejor razón para votar por él era mantener a Laura en la Casa Blanca” (Means, 6 de agosto 2004, *Público*).

La descripción de Laura Bush y Teresa Heinz Kerry ilustra la dicotomía privado/ público que ha sido ampliamente discutida por aquellos interesados en los estudios de género (Bach Arús, 2000; Bartra, 1983; Gallego, 1990; García-Cereceda, 1999; Gatens, 2002; Jorge Alonso, 2004).

Aunque la figura de la primera dama no es representativa de la mujer política, sí se trata de una figura que es cada día más visible. Incluso algunas de ellas aprovechan esta posición como plataforma para desarrollar una carrera propia dentro de la política. Esto es un fenómeno reciente ya que las primeras damas latinoamericanas - con excepción de Evita Perón- siempre se habían mantenido al margen de la actividad política, como dice Francesca Miller “las esposas de los políticos pueden ser vistas mas no oídas” (citada por Rodríguez, 2003: 232).¹³ El mismo patrón se había repetido en México, en donde las esposas de los políticos habían permanecido invisibles, aunque con ciertas responsabilidades. En un estudio sobre mujeres políticas mexicanas, Victoria

¹³ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

Rodríguez habla sobre este tema y dice que aunque las primeras damas mexicanas han seguido una tradición distinta a la de los Estados Unidos - “han sido reducidas a ser acompañantes de sus esposos durante actos oficiales, haciendo trabajo caritativo y cuidando sus compromisos sociales” (2003: 235)¹⁴- hoy su papel empieza a cambiar. Esto lo atribuye en parte a que la política mexicana ha tomado prestadas del país vecino algunas estrategias de mercadotecnia política. Estas consisten en presentar a los candidatos a puestos de elección popular como hombres de familia, esto es, con su esposa y sus hijos. La autora añade: “Ahora hay incluso una regla tácita que establece que los políticos casados deben usar sus anillos de matrimonio. En resumen: esposas y legitimidad” (2003: 235).¹⁵

Las crisis económicas que afectaron a México durante la década de los 80 también contribuyeron a la visibilidad de las primeras damas. La situación económica provocó que temas “femeninos” como la familia y la salud se volvieran centrales para las campañas políticas. Así, las primeras damas aparecen en la vida pública apoyando a sus maridos en campaña. Estas primeras incursiones de las esposas eran bien vistas por la clase política y la sociedad en general, después de todo estaban cumpliendo el rol de la mujer que apoya a su marido. Las cosas hoy han comenzado a cambiar, muchas mujeres que se involucraron con el DIF -cumpliendo con el papel que les fue asignado- iniciaron desde ahí una carrera propia dentro de la política (Rodríguez, 2003: 232, 233). Esta nueva postura no es muy bien vista por muchas personas y ha sido tema de numerosas discusiones en los medios de comunicación. Algunas de las discusiones se centran en la poca preparación de estas mujeres para asumir cargos públicos, pero en otras es evidente que para esta sociedad todavía es problemático que la mujer deje de seguir a su marido para buscar lo que muchos identifican como “protagonismo”.

Una de las primeras damas que ocupó las páginas de la prensa local en el 2004 es Maricarmen Ramírez llamada también “la Hillary de Tlaxcala” -en alusión a Hillary Rodham Clinton quien ha sido criticada por algunos sectores de su país que consideran que está aprovechando la posición de su marido, el ex presidente Clinton, para su beneficio propio. Ramírez, esposa del gobernador de Tlaxcala, participó como candidata del PRD para suceder a su marido en el mismo

¹⁴ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

¹⁵ Traducción libre de Claudia Sorais Castañeda.

cargo. En palabras de Juan Pablo Becerra-Acosta (2004), es legal y ético que las esposas de los políticos busquen cargos de elección popular:

Pero dentro de dichos 'cargos' no deben estar los de sus maridos... México sí que está preparado para ser gobernado por una mujer. De hecho está urgido de un gobierno con sensibilidad y talentos femeninos, pero no encabezado por las indecorosas Martas o Marías del Carmen (con la vergonzosa complicidad de sus cónyuges), sino por las honrosas Amalias García, Beatrices Paredes o Margaritas Zavala (8 noviembre 2004, *Público*).

Marta Sahagún también fue –y sigue siendo- protagonista central de muchas de estas discusiones. Ella especialmente es una figura contradictoria, en palabras de la politóloga Denise Dresser, la primera dama “quiere ser figura pública pero sólo en sus propios términos.” Por un lado exige el derecho a su privacidad, pero al mismo tiempo le abre las puertas de su casa a la revista de sociales ¡Hola! (3 de junio 2005, Noticiero Hoy por Hoy). En palabras de Álvaro Cueva:

La nueva primera dama es la mujer más polémica de la temporada. Comediantes, travestis y caricaturistas la imitan como si se tratara de la criatura más trepadora, hipócrita y grotesca de la tierra. Nadie la quiere, pero a la hora de tenerla enfrente, todos la aman. Ella, por su parte, cada vez que abre la boca es para hablar del amor, el matrimonio y para luchar por los derechos de la mujer. La nueva primera dama, por sus antecedentes, su ropa y su actitud, no se parece a ninguna otra que haya estado en los Pinos. Ella es el verdadero cambio de este sexenio (Cueva, 6 de Junio 2004, *Público*)

Por su parte Román Revueltas aprovechó el examen que Marta Sahagún y otros panistas debieron presentar para formar parte del Consejo del PAN, para hablar sobre la primera dama como figura pública. Revueltas afirmó que lo de Marta “no es quemarse las pestañas aprendiendo, sino retocarlas maquillando”. Y contrastó su ambición con “el gen de la modestia” de Nilda Patricia –esposa del ex presidente Zedillo- quien a pesar ser una persona preparada –“tenía

por ahí un doctorado, creo"- se mantuvo alejada de la vida pública "lo mismo que Laura Bush, mira tú, cuyo principal cuidado es evitar los reflectores" (21 de enero 2004, *Público*).

Las primeras damas no sólo influyen en la manera en la que nosotros vemos a sus maridos, sino también en lo que ellos piensan. Esto se ve claramente en la figura de la "pareja presidencial" que tenemos hoy en México –lo mismo pasó con Hillary Clinton en Estados Unidos y actualmente con Cristina Kirchner en Argentina. En un artículo de opinión Javier Hurtado menciona que hoy en día ha cambiado la forma en la que se ejerce el poder en México. Uno de estos cambios ha sido pasar "del ejecutivo Unitario a la 'Pareja Presidencial'" y continúa "Fox no se ha dado cuenta tampoco de que la debilidad de su gobierno no deriva de su relación con el congreso, sino del rol de factotum de su esposa y del hecho de que la suya es una presidencia bicéfala de facto" (21 enero 2004, *Mural*)

La investigadora Victoria Rodríguez (2003) menciona que la manera en que las esposas de políticos mexicanos han respondido a sus responsabilidades merece atención. Encontró que entre ellas han construido redes -especialmente dentro de los partidos políticos- que resultan de gran apoyo en el momento en que alguna de ellas decide buscar una candidatura o perseguir una carrera política propia (2003: 235). Esto sucedió cuando Maricarmen Ramírez peleó por la candidatura a gobernadora del PRD. Marta Sahagún, quien también coqueteaba con la idea de hacer algo similar, apoyó públicamente a la primera dama de Tlaxcala y declaró en un discurso para despedir a Maricarmen del DIF: "Cumplamos la cita que nos agenda la historia. Maricarmen, hoy terminamos una hermosa y productiva etapa de tu vida, para ahora buscar otra de acuerdo a tus convicciones y a tu derecho" ("Apoya Marta aspiraciones", 21 de enero 2004, *Mural*).

Aunque la mayoría de las políticas casadas mencionó en un estudio que su carrera cuenta con el apoyo de sus esposos, "vale notar que algunas de las mujeres más prominentes han insistido en mantener la privacidad de sus vidas personales (incluyendo el rol de sus parejas)" (Rodríguez, 2003: 235, 236).¹⁶ Este es el caso de la ex gobernadora de Yucatán, Dulce María Sauri, quien "en los actos públicos prefería que su marido se quedara en casa". Aún así se le descalificaba, "pues existía la creencia que tras sus decisiones en el gobierno había un hombre"

¹⁶ En su estudio Rodríguez menciona no haber encontrado un solo caso en el que algún hombre estuviera activamente involucrado en la campaña de su esposa. La cita fue traducida por Claudia Sorais Castañeda.

(Silvia Magally, 2003, s/p). Esto demuestra una vez más que hagan lo que hagan, las mujeres políticas siguen siendo castigadas por el simple hecho de ser mujeres.

Quiero concluir este capítulo hablando sobre las políticas de carrera. Aunque Lola Luna descalifica los movimientos sociales latinoamericanos de los 70 y 80 por considerar que las mujeres seguían atrapadas dentro del rol de reproductoras, asegura que las cosas han cambiado:

Posteriormente el feminismo se ha convertido en un fenómeno más complejo que un movimiento social, desarrollando un pensamiento crítico y creador de conocimiento, que está siendo genéricamente la vía de incorporación real de las mujeres a la política, ahora sí, como sujetos autónomos más allá de sus capacidades reproductoras (Luna, 1996: 66).

En el caso de México, Roderic Ai Camp considera que las mujeres:

Han tenido incursiones importantes en los cargos políticos nacionales... han tenido mucho más éxito en la política en México que en muchos otros países, incluyendo Estados Unidos. Por ejemplo, en México ya se habían nombrado varias mujeres en la Suprema Corte antes que Ronald Reagan designara a Sandra Day O' Connor (citado por Fernández Poncela, 2003: 64).¹⁷

Emilia Barrio explica las dificultades que vivían las mujeres cuando comenzaron a acceder a las elites políticas en Europa:

Las mujeres ocupaban las franjas medias hacia abajo en las listas electorales y no resultaban elegidas. Esta marginación en la representación política se debía a la pervivencia de actitudes patriarcales que mantenían los cuellos de botella o los techos de cristal que impedían que las mujeres subiesen en categorías de prestigio y poder.

¹⁷ Primera mujer designada a la Suprema Corte de los Estados Unidos en 1981, obedeciendo a una promesa de campaña de Ronald Reagan. Fue la única mujer en este organismo hasta 1993 cuando la segunda mujer fue designada. Sandra Day O' CONNOR, Wikipedia. Disponible en: http://en.wikipedia.org/wiki/Sandra_Day_O'Connor

Para eliminar estos problemas los partidos adoptaron un sistema de cuotas para abrir un mínimo de posiciones para las mujeres. Estas cuotas en algunos casos: “pudieron servir para usar a algunas mujeres con los propósitos que la propaganda requiere, mujeres que les fueran útiles al poder en cuanto que no cuestionaban los modelos de raíz” (Barrio, 1996: 84, 85). Como mostraré más adelante, éste fue el caso del ingreso de Josefina Vázquez Mota a la SEDESOL.

A pesar de toda la teoría elaborada alrededor de la división sexual del trabajo como una de las trabas para las mujeres que pretenden incursionar en la política, Fernández Poncela asegura que “los hombres ya no son el arquetipo político”:

A pesar del modelo hegemónico cultural y de los sesgos de género en los partidos políticos y en los medios de comunicación... Para México, según los estudios existentes... se puede decir que la presencia de las mujeres en cargos políticos es percibida y valorada cada vez más positivamente. En primer lugar, hay una consideración de insuficiencia sobre el número de mujeres en puestos importantes en el organigrama del sistema político por la población en su conjunto, y de manera especial por las mismas mujeres. En segundo lugar, se observa indiferencia en cuanto al sexo del candidato, desterrando la consideración de la mejor presencia de los hombres en ese rubro, por parte de hombres y mujeres. Pero en un análisis comparativo, las mujeres parecen confiar más en las mujeres, y los hombres prefieren a sus homólogos (2003: 95, 96).

En un análisis que coincide con De las Heras (citada al inicio de este capítulo), Fernández Poncela asegura que la poca participación de las mujeres en la cúpula política, “no se debe a las percepciones sociales o al comportamiento electoral, tiene que ver con... la selección de las candidaturas y la posición en las listas por parte de los partidos y, por supuesto, con las motivaciones e intenciones de las propias mujeres sobre el asunto” (2003: 96). Aunque Fernández Poncela no le concede tanto poder al modelo hegemónico que dicta los sesgos en torno al género, creo que es interesante citar aquí a Alicia Kaufmann (1999) quien ha estudiado el liderazgo femenino y asegura: “Tradicionalmente no se ha considerado a las mujeres para ejercer

funciones de liderazgo en organizaciones debido a que se consideraba que poseían algunos rasgos que resultaban contraproducentes para el ejercicio de las funciones de liderazgo” (1999: 182). Una de las características que según un estudio impide a las mujeres llegar a puestos de liderazgo es que se considera que las mujeres están “Demasiado centradas en dar importancia a los vínculos afectivos” (1999:182). Se critica también las dudas que las mujeres tienen respecto a la efectividad de las estructuras jerárquicas y se considera que “deberían desarrollar un mayor respeto” hacia ellas (1999:182). Y finalmente incluyo un punto que considero muestra claramente que el sistema patriarcal sigue vigente: “Debido a que no poseen la afición de jugar al fútbol” se tiene la percepción de que las mujeres “tenían escasas capacidades para captar lo esencial del trabajo en equipo” (1999: 182). Por otra parte se considera que las mujeres son “más abiertas y permisivas, participativas y cooperativas, más trabajadoras, más prácticas y accesibles, más honestas, interactivas e inclinadas a compartir... más compasivas y éticas, e incluso más independientes a la hora de expresarse y tomar decisiones.” Mientras que algunos hablan de este estilo de liderazgo como algo inherente al sexo femenino, otros lo reconocen como una construcción de género (Fernández Poncela, 2003: 23, 24).

Después de entrevistar a varias mexicanas dedicadas a la política, Anna Fernández Poncela encontró que las mujeres sienten la discriminación y “expresan dificultades en su carrera política... consideran que su palabra pesa menos e incluso que son minusvaloradas”. Aunque muchas nunca se habían sentido discriminadas por ser mujeres, a la hora de entrar a la política y querer acceder a cargos de poder, “confiesan haberla sentido con toda su brutalidad.” Esta situación no es exclusiva de México: “Algunas investigaciones en Francia e Inglaterra también señalan el acceso a menos recursos que los hombres, como es el tiempo, la formación, la experiencia y el dinero, o las posibilidades de obtenerlo” (Fernández Poncela 2003: 26).

La autora considera que las élites políticas femeninas comparten características con las masculinas: “provienen de clases acomodadas en un alto porcentaje, con elevada formación, de origen urbano, entre los 40 y 50 años, se tiende a la profesionalización de la clase política... la abogacía es la carrera de procedencia por excelencia”. Aunque en México las relaciones familiares tienen un peso importante –esposas o hijas de políticos se dedican a la política-

estudios realizados en México y España indican que: “hay un mayor porcentaje de mujeres solteras o separadas en la élite política” (Fernández Poncela, 2003: 21).

Fernández Poncela destaca el hecho de que “la afiliación de las mujeres a los partidos de la derecha es más numerosa que para otras fuerzas”, sin embargo:

A la hora de acceder a cargos internos dentro de las formaciones políticas en las cuales militan, es en las de izquierda donde se observa una mayor presencia... tiene que ver con la mayor conexión de estos partidos con los postulados feministas y la aplicación de las cuotas u otras medidas de promoción. También hay que hacer énfasis en que son las mujeres de los partidos de izquierda quienes han presionado para que sus intereses aparecieran en el discurso de los mismos (Fernández Poncela, 2003: 20, 21).

Poncela considera que “las opiniones de las mujeres políticas suelen ser más demócratas que las de los hombres, en el sentido de identificarse con posiciones más liberales que sus homólogos masculinos dentro de un mismo partido e ideología política” (Fernández Poncela, 2003: 22). Sin embargo esta es una valoración difícil de hacer, al menos en nuestro país. Voy a ilustrar estas dificultades en el contexto de una elección inusual en donde “por primera vez en la historia de Michoacán y tal vez del país”, cuatro mujeres contendieron por la alcaldía del mismo municipio “dejando fuera a varios hombres que aspiraban al cargo”, el periódico *Mural* realizó un ejercicio de “reacción rápida” para sondear la opinión de las candidatas con respecto a distintos temas. Se podría pensar que al menos alguna de las cuatro mujeres asumiera una posición liberal respecto al tema del aborto, considerado por algunos sectores de la sociedad como un derecho reproductivo de la mujer. Sin embargo ninguna de ellas, independientemente de la ideología del partido (PAN, PRI-PVEM, PRD, Convergencia) dejó abierta la posibilidad de discutirlo. Sus respuestas fueron desde “absoluto rechazo” por parte de la candidata del PAN y “estoy en contra” de la representante de Convergencia, hasta un “no estoy de acuerdo” y “en desacuerdo” por parte de las postulantes del PRD y del PRI-PVEM. Me queda claro que se trataba de mujeres de una ciudad muy pequeña de un estado conservador –a pesar de que Michoacán está gobernado por

el PRD. Pero creo que muestra que el hecho de ser mujer no tiene relación con posturas más liberales o democráticas (García, 1 de noviembre 2004, *Mural*).

Poncela afirma que la imagen de las mujeres es “de más feministas” que la de los varones, al menos en países desarrollados,

Sin embargo, no por ello las militantes de una fuerza política apoyan más a las mujeres que a los hombres... en cuestiones tales como las candidaturas o su acceso a puestos en el seno mismo de la formación. Eso sí, las mujeres jóvenes y con estudios superiores tienden a expresar más su apoyo a candidatas de sexo femenino y a su introducción en las esferas del poder, en general (Fernández Poncela, 2003: 22).

Existe también el mito de que a las mujeres no les interesa la política. Pero una encuesta nacional de 1996 demostró que el desinterés es generalizado, y se aplica tanto a hombres como a mujeres (Fernández Poncela, 2003: 69).

Quiero finalizar este capítulo con los testimonios recogidos por Fernández Poncela (1999), en donde algunas políticas mexicanas explican las dificultades que han enfrentado para ejercer su profesión. Uno de los grandes temas que tocaron las entrevistadas fue el de la discriminación. La mayoría nunca la experimentó, hasta que se dedicó a la política. Tres de estas mujeres señalaron que la exclusión que han sufrido se debe más bien a otros factores como la edad o la ideología, “porque tengo una ideología de izquierda” (Ifigenia Martínez entrevistada por Fernández Poncela, 1999: 73). Prácticamente ninguna de estas mujeres sufrió discriminación al interior de su familia, aunque Beatriz Paredes enfatizó:

No, espérame tantito, yo creo que es una circunstancia poco representativa en México, porque las mujeres políticas en México somos muy poco representativas de la cotidianidad de las mujeres, por eso somos tan poquitas mujeres en la política... Tú compara el número de mujeres que están participando con el número de políticos que

están participando. Es que no estás entrevistando a todas las que se quedaron en el camino porque su familia no las impulsó (Fernández Poncela, 1999: 73).

Para las mujeres mexicanas que deciden dedicarse a la política la familia es fundamental. Mientras que algunas tuvieron el impulso y apoyo constante de la figura paterna, otras siguieron un modelo materno fuerte, con una “madre, activa, trabajadora” y un “padre ausente o al margen” (Fernández Poncela, 1999: 74). Antes de ingresar a la política algunas de ellas enfrentaron “indicios o signos de discriminación por el hecho de ser mujeres”:

Como Isabel Molina que en una entrevista para entrar al Colegio de México el profesor le preguntó qué escogería si tuviera que hacerlo entre matrimonio y carrera. O María Elena Chapa, que cuando da alguna conferencia, le piden que ella hable primero porque es una dama ‘y yo no estoy ahí como dama estoy ahí como mujer política’ (Fernández Poncela, 1999: 76).

Sin embargo la verdadera discriminación “cruel y despiadada” viene cuando las mujeres comienzan a acceder a los puestos de poder dentro de la política:

Es la lucha por el poder, no en el espacio de colaboración, ahí sí, las mujeres tienen las puertas en principio abiertas, donde éstas se cierran es cuando entran en competencia con el poder masculino, cuando lo que está en juego más que la presencia y participación en la base militante es la toma de decisiones y la pertenencia al círculo o élite del poder.

Es el techo de cristal o el círculo excluyente (Fernández Poncela, 1999: 78)

Así lo relata Rosario Robles, quien se enfrentó a obstáculos cada vez mayores a medida que su liderazgo fue escalando en el movimiento estudiantil:

Como dirigente de un sindicato universitario vives prácticas discriminatorias y te tienes que abrir paso a codazos para poder tener un papel relevante... porque los espacios de

dirección que tenemos las mujeres están relacionados con problemáticas, entre comillas, secundarias, y no en las que se decide lo fundamental (Fernández Poncela, 1999: 77).

Años más tarde al convertirse en jefa de gobierno de la ciudad de México, muchos atribuyeron el nombramiento a su amistad con los hijos de Cuauhtémoc Cárdenas: “Eso nos ocurre a las mujeres. Piensan que ocupamos un cargo o una gran responsabilidad por razones ajenas a nuestro talento y capacidades” (Robles citada por Dresser, 2004: 306).

La discriminación no es el único “obstáculo” que las mujeres deben sortear para dedicarse a la política. Otros “tienen que ver con las instituciones y sus valores, lenguaje y modelos” y otro más con “la contradicción entre tiempo político y vida cotidiana... con la disociación entre estas dos experiencias, lo que provoca culpa” (Fernández Poncela, 1999: 82). A esta última dificultad se enfrentan sobre todo las mujeres casadas y con hijos pequeños. Así, la panista Cecilia Romero admite: “Bueno, yo primero soy soltera y eso me da bastante más libertad”. Mientras que la priista María Elena Chapa explica:

Ser divorciada tiene muchas ventajas, uno es dueño de sus actos, y no hay que pedir permiso para salir de gira de trabajo ni para tener hora de regreso... yo tengo dominio sobre mis decisiones, sin explicaciones a nadie, tengo márgenes de libertad muy amplios (Fernández Poncela, 1999: 83)

El problema, según Fernández Poncela, no es tanto la disponibilidad de tiempo si no las “culpas, angustias y responsabilidades” que vienen con una familia (1999, 83). Rosario Robles asegura: “la prueba es que una gran cantidad de mujeres políticas están solas. Llegan momentos en que han tenido que tomar decisiones y decir: continúo con mi pareja o continúo con mi carrera política”. Con los hijos tampoco es fácil:

Por más que uno trate de inculcarle a los hijos y decirles, lo que estoy haciendo es por ti, es por tu futuro, es por México... hay situaciones de reclamo... uno se multiplica y a veces es muy difícil y desgastante (Robles citada por Fernández Poncela, 1999: 83, 84).

A pesar de opiniones como la de Amalia García quien dijo: “Ha sido complicado tener una relación marital, hay una presión” (Fernández Poncela, 1999: 84), hay casos en los que el marido es un apoyo positivo para la carrera de estas mujeres:

Casualmente, o no casualmente, son varias las mujeres del PAN que han tenido una familia de origen comprensiva y apoyadora... y, que luego, han ido a dar con una pareja en el mismo sentido. Tal vez las características familiares de los panistas, sus tradiciones cívicas o su educación y moral católica, hayan colaborado en este aspecto, de unas relaciones conyugales más igualitarias, comprensivas, tolerantes e incluso tonificantes, en el tema que nos ocupa (Fernández Poncela, 1999: 85).

Finalmente con las palabras de Julieta Guevara del PRI, se pueden sintetizar los diversos obstáculos que han enfrentado las mujeres que han llegado a formar parte de las élites, así como el impacto y la trascendencia social de sus carreras: “Toda participación política de la mujer es revolucionaria en cualquier sociedad... porque implica cambios profundos en las relaciones hombre-mujer, en las instituciones y en la sociedad en su conjunto” (Fernández Poncela, 1999: 106).

Después de establecer algunos de los elementos que conforman la dicotomía público-privado, dicotomía que se encuentra en la base de las representaciones de las mujeres mexicanas que participan en la política, quiero explicar cómo fui construyendo este trabajo. De eso trata el siguiente capítulo.

Capítulo 4: Metodología

No se nace mujer: una llega a serlo. Ningún destino biológico, físico o económico define la figura que reviste en el seno de la sociedad la hembra humana. La civilización en conjunto es quien elabora este producto
Simone de Beauvoir, **El segundo sexo**

El desarrollo metodológico de este trabajo consistió en una evaluación inicial de mis fuentes, los periódicos; una descripción sobre la construcción de la muestra, los procedimientos para la recolección de los datos, los criterios de selección de información y finalmente la explicación de las categorías de análisis, cuyo desarrollo y pertinencia se verá en los siguientes capítulos.

La prensa, su universo y su impacto

En el 2001 en México se contaba con 340 periódicos registrados, con una circulación a nivel nacional de 10,183,919 periódicos diarios (Gutiérrez Rentería, 2001, s/p). Aquellos que han logrado un “mayor posicionamiento y participación en el mercado” lo han hecho gracias a “los ingresos percibidos por la publicidad, principalmente instituciones financieras y empresas transnacionales, así como por la confianza y credibilidad que tienen los lectores hacia su contenido editorial” (Gutiérrez Rentería, 2001, s/p). En un artículo sobre la prensa mexicana contemporánea Armando Zacarías Castillo (2003) explica que con los bajos índices de lectura que hay en el país “la prensa escrita es un medio más bien marginal” –sobre todo si se le compara con la radio y la televisión.¹ Sin embargo asegura: “El espacio de influencia de la prensa en México es sumamente amplio y complejo, ya que abarca diferentes ámbitos sociales. Este medio constituye una herramienta utilizada por un buen número de mexicanos como única fuente de información”. Y elabora: “Los diarios con mayor circulación a escala nacional no tienen los niveles deseables de

¹ Aunque noticieros de ambos medios echan mano de los titulares de la prensa escrita, sólo algunos lo hacen de manera explícita. Este es el caso de “El cristal con que se mira” que se transmite por Televisa y el noticiero de W radio “Hoy por hoy” en la emisión conducida por Carlos Loret de Mola. Ambos dedican tiempo a hablar sobre los titulares y el primero incluso transmitía los cartones políticos del día. Por otra parte los periodistas y analistas de la prensa también participan en otros medios de comunicación. Este es el caso de Joaquín López Dóriga titular del noticiero nocturno de Televisa (el más visto del país), editorialista de Milenio, y conductor de noticiero en Radiofórmula. López Dóriga participa en el programa de opinión “Tercer Grado” con otros periodistas como Carlos Marín y Ciro Gómez Leyva, ambos directivos del diario *Milenio* y columnistas del mismo.

ejemplares publicados;² sin embargo, su ámbito de influencia es incuestionable. La información periodística y la de coyuntura política no interesan sino a un sector que demanda la información como factor indispensable en la toma de decisiones”. Pero, pese al influyente y decisivo sector al que llega, tiene que reconocer que hacen falta más estudios: “La prensa mexicana, como forma de construcción social de la realidad, es un campo que no ha sido suficientemente estudiado, en cuanto a sus implicaciones entre el segmento de la población que podríamos considerar ilustrado” (Zacarías, 2003).

Para tener una mejor idea de la importancia que tiene la prensa para quienes toman decisiones voy a describir el trabajo que se realiza en el área de prensa de presidencia, según el testimonio de la comunicóloga Verónica Díez de Urdanivia quien trabajó ahí durante el gobierno de Ernesto Zedillo y a la cual entrevisté en junio de 2007³. El área de prensa de la Presidencia de la República está dividida en dos equipos: prensa nacional e internacional. La primera se encarga de monitorear todos los medios del país: prensa escrita, radio, TV e Internet. Diariamente emiten tres síntesis en las que se informa de los contenidos de todas las notas que mencionaron al presidente. Éstas sirven para establecer estrategias de posicionamiento y opinión pública en México. Por otro lado “prensa internacional” monitorea los periódicos internacionales (ediciones impresas y de Internet) y emite diariamente dos síntesis informativas en las que se reportan las notas en las que se menciona a México (mencionen o no al gobierno). Posteriormente, cada quince días se entrega una síntesis de notas acumuladas, en las que se analizan los temas más recurrentes para hacer un balance de la imagen de México ante los medios internacionales: “Por ejemplo, en una ocasión hubo muchas notas de las inundaciones que afectaron a Oaxaca y el análisis fue que México parecía haber actuado tarde y sin haber tomado las precauciones necesarias, pero el desempeño del Presidente fue calificado de positivo porque fue al lugar de los hechos inmediatamente y pidió disculpas por haber perdido la paciencia y haberle hablado fuerte a un afectado”. Estos análisis sirven de base para elaborar recomendaciones a la presidencia para acciones que lleven a una mejora en su imagen. Aquellos encargados de monitorear a la prensa internacional acompañaban

² De 1982 al 2002 la “tirada de los trece principales periódicos nacionales no rebasó... los dos millones de ejemplares diarios” mientras que la población del país pasó de los 90 a los casi 100 millones de habitantes (Zacarías, 2003).

³ A pesar de que la entrevistada no trabajó en presidencia durante los años comprendidos en este trabajo, me pareció pertinente resaltar la importancia de la prensa para la cúpula política.

al presidente en cada uno de sus viajes al extranjero y realizaban un trabajo previo con la información de los temas a tratar y de los resultados que se pretendía obtener con la gira. Al preguntarle a Verónica Diez de Urdanivia sobre la importancia de prensa para presidencia respondió:

El área de prensa en Presidencia es un área grande, ocupa un edificio completo. Tiene un staff muy grande formado por analistas, jefes de departamento, directores, fotógrafos, etc... Para la Presidencia el área de prensa es un termómetro para ver cómo nos perciben en el extranjero y si al Presidente le interesa posicionarse a nivel internacional porque le interese seguir su carrera política fuera de México (que era el caso de Zedillo) la información que se obtiene de los medios es muy importante. En cuanto a prensa nacional también el área funciona como un termómetro que mide la popularidad, la buena relación (o mala) con los medios... tener de aliada a la prensa es una forma de tener crédito....puede que nunca lo necesiten porque hacen las cosas bien, pero si alguna vez hay algo que no sea tan bueno durante el gobierno, tener a la prensa como aliada puede hacer que las cosas no se vean tan mal o que se salga más rápido de la crisis (Diez de Urdanivia, comunicación personal, 2007).

En este sentido Zacarias (2003) aclara que la influencia de la prensa escrita “se sitúa... no en términos de masa, sino de los grupos de decisión del país que han comenzado a tener un aumento relativo, pero sustancial respecto a como estaba constituido el país hace cincuenta años”. Apunta que es necesario ahondar más en la relación que la sociedad mantiene con ambos campos en el proceso de construcción de la realidad, a través de los estudios de recepción. Aclaro que este trabajo no se ocupa de la parte de la recepción, sino que se concentra en el análisis de las representaciones.

A continuación quiero hacer una breve semblanza de los periódicos que utilicé en este trabajo. Se trata de tres diarios de la ciudad de Guadalajara, aunque dos de ellos pertenecen a grupos mediáticos de alcance nacional y son: *El Informador*, *Público-Mileno* y *Mural*. Según datos

del 2006 *El Informador* acapara al 55% de los lectores de periódicos, seguido por *El Occidental* (12%), *Público- Milenio* (11%), *Mural* (7%) *Ocho Columnas* (6%) y Otros (9%).⁴

El Informador

El Informador, uno de los periódicos más antiguos del país, fundado en 1917 en Guadalajara, destaca entre sus “fortalezas”:

Ser un periódico con profundas raíces locales y defensor de los valores tradicionales de Jalisco y del Occidente de México. Además, ha sabido adaptarse con anticipación a las innovaciones tecnológicas, ubicándose a la vanguardia, sin descuidar su línea editorial y sus contenidos. Esto le permite mantener su liderazgo como el diario que más vende en Guadalajara, tanto ejemplares al público como publicidad a anunciantes (“Historia de *El Informador*”, 2005)

En el 2001 se incorporó al consorcio de este diario *El Informador, Edición Sur de California*, “que produce cerca de 65,000 ejemplares que circulan en las ciudades americanas de Los Ángeles, Riverside, Pomona, San Fernando Valley y San Bernardino” (Gutiérrez Rentería, 2001). En el mismo año arrancó la edición Puerto Vallarta, que “inició con 1,500 unidades” (Gutiérrez Rentería, 2001). Los ingresos del grupo provienen de los desplegados (71%), los avisos de ocasión (20%) y la venta de ejemplares (9%). Y su “estrategia consiste en llegar a 10,500 suscripciones y conseguir la venta de más de 5,500 ejemplares diarios en locales cerrados. Tiene el rotativo alianza estratégica con *El Economista*, ya que en su venta incluye este periódico que se especializa en noticias económicas a nivel local” (Gutiérrez Rentería, 2001).⁵ Aunque se trata de un periódico local, tiene como colaboradores a algunos columnistas de periódicos nacionales como Raymundo Riva Palacio y Ana María Salazar de *El Universal*.

⁴ Esto de acuerdo con El tarifario de *El Informador* que cita al Estudio General de Medios del 2006 realizado por IPSOS-BIMSA, el cual incluye las estadísticas de “Lectores de diarios impresos en la Zona Metropolitana de Guadalajara”.

⁵ No encontré información actualizada sobre las ediciones mencionadas en el artículo, ni siquiera en el sitio de *El Informador* así que no sé si aún existen.

A continuación incluyo una tabla con el perfil de los lectores de este periódico según datos del Padrón Nacional de Medios del 2007 de la Secretaría de Gobernación⁶. No me fue posible hacer una tabla comparativa con las estadísticas de los tres periódicos porque cada uno utiliza categorías distintas.

Género	Hombres	77%
	Mujeres	23%
Edad	18-25	25%
	26-30	22%
	31-40	28%
	41-50	15%
	51-más	9%
Ocupación	Empleados	36%
	Comerciantes	26%
	Estudiantes	13%
	Profesionistas	9%
	Amas de casa	8%
	Técnicos	4%
	Pensionados	2%
	Empresarios	1%

Según la misma fuente, el promedio de circulación pagada de *El Informador* es de 38,340 de lunes a sábado y de 34,508 los domingos.

Público-Milenio

En 1997 desapareció el periódico tapatío *Siglo 21* para convertirse en *Público* -ahora llamado *Público-Milenio*, aunque desde el inicio formaba parte de este grupo. El diario forma parte del

⁶ Ahí aclaran que los datos “son proporcionados y actualizados bajo la responsabilidad de los propios medios de comunicación”.

grupo editorial *Milenio*, que a su vez pertenece a “uno de los grupos empresariales más grandes de México”: el grupo *Multimedios* (“¿Quiénes Somos?”, s/f). No es fácil encontrar datos específicos sobre los lectores de *Público*. En la portada de su Tarifario del 2005 presumen: “la gente nos lee”, pero en ninguna parte del documento especifican un número. Su distribución se concentra en la “Zona Metropolitana de Guadalajara, municipios de Jalisco y la región occidente del país”. En el mismo documento explican que *Público-Milenio*:

Es un diario hecho de y para el lector del occidente de México. Articula las tendencias del nuevo periodismo, la seriedad y la investigación, la frescura y la agilidad del servicio y el entretenimiento que requiere el lector urbano moderno.

En su sitio de Internet se puede encontrar más información sobre el grupo *Milenio*, en donde aseguran ser el grupo editorial “de mayor crecimiento en México” gracias a que “ha logrado forjar en pocos años una sólida credibilidad entre el creciente número de lectores”. El grupo declara hacer un “periodismo independiente”:

Nuestra información jamás responde a intereses y nuestros colaboradores gozan de absoluta libertad de opinión. El periodismo de Milenio es hecho con el mejor buen ánimo y es rico en propuestas claras y buen humor para que nuestros lectores generen sus propias opiniones.

Hablan de un tiraje de “195,725 ejemplares diarios con ediciones en el DF, Monterrey, Guadalajara, Torreón y Tampico”, además de una red de periódicos afiliados que “nos ha permitido tener una presencia significativa en numerosas plazas” (“¿Quiénes somos? s/f). Sobre el perfil de los lectores explican que su público consiste en un 69% de hombres y un 31% de mujeres, “a nivel

socioeconómico *Milenio* alcanza a todo tipo de público concentrando sus lectores en el segmento AB, C+⁷. Por edad, nuestro público es predominantemente joven”⁸ (“¿Quiénes somos?”, s/f).

El sitio muestra también las cifras de su portal *Milenio.com* (en el cual incluyen la publicación electrónica de sus diferentes diarios, entre ellos *Público* de Guadalajara). Ahí hablan de que en México existen 20 millones de internautas, en donde el 47% por ciento se conecta para ver noticias (“Publicidad”, s/f). Aseguran que cuentan con “un millón de visitantes únicos y más de 20 millones de páginas vistas al mes”. Y las características de sus lectores son “Personas con alto poder adquisitivo, profesionistas o equivalente, 68% nivel socioeconómico A, B, C+, 70% edad entre 25 y 65 años, y 60% Hombres, 40% Mujeres”⁹ (“¿Por qué anunciarse?”, s/f). El acceso a las noticias, editoriales y cartones del grupo *Milenio*, así como de *El Informador* es gratuito e incluso manejan el servicio de archivo histórico para que los usuarios puedan consultar información de meses o años anteriores (que en el caso de *El Informador* se remonta al año 1917). Esto a diferencia del sitio de *Mural*, el tercer periódico utilizado en este trabajo que sí cobra por los servicios de su portal.

A continuación incluyo el perfil de lector de *Público Milenio* proporcionado por el “Padrón de Medios 2007 de la Secretaría de Gobernación”.¹⁰

Género	Hombres	72%
	Mujeres	28%
Edad	13-18	12%
	19-24	23%

⁷ Según la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados (AMAI) el Nivel Socioeconómico (NSE) de los mexicanos se clasifica en: A/B (alto), C+ y C (medio), y D+, D, E (bajo). En donde A/B corresponde a un nivel educativo de licenciatura o mayor y un ingreso familiar mensual mínimo de \$30,000. C+ corresponde a un nivel educativo de licenciatura o preparatoria con un ingreso entre los \$13,000 y los \$29,000. C corresponde a un nivel educativo de preparatoria y un ingreso que varía entre \$ 4,000 y \$ 12,000. D+ corresponde a un nivel educativo de secundaria o primaria completa y un ingreso de \$ 2,000 a \$ 3,000. D corresponde a un nivel educativo de primaria y un ingreso de \$1,000. Y E corresponde a estudios a nivel primaria sin terminar y un ingreso menor a los \$1,000.

Para mayores detalles sobre otras variables consideradas en esta clasificación consultar el sitio: <http://www.catedrvirtual.org/evs/amai.doc>

⁸ En los últimos dos años he realizado sondeos entre mis estudiantes de las carreras de comunicación y relaciones internacionales en el ITESM Campus Guadalajara para conocer los periódicos que acostumbran leer. Los niveles de lectura son muy bajos, pero he encontrado que el más mencionado es *El Informador*. El dato me parece importante porque coincide en que el perfil de *Público* podría parecer más atractivo a los jóvenes. Al preguntar la razón por la cual prefieren *El Informador* la respuesta ha sido más o menos la misma: es el que compran los padres.

⁹ Aquí aumenta el porcentaje de lectoras con respecto a las ediciones impresas.

¹⁰ Los datos anteriores correspondían al grupo editorial Milenio, aquí son específicos de *Público-Milenio*.

	25-34	27%
	35-44	15%
	45-65	19%
Nivel Socioeconómico	A/B/C+	42%
	C	42%
	D	6%
	D/E	10%
Nivel Escolar	Primaria	4%
	Secundaria	18%
	Carrera Comercial	6%
	Preparatoria	20%
	Licenciatura	50%
Ocupación	Empleado	59.5%
	Temporalmente desempleado	21.2%
	Amas de casa	10.0%
	Jubilado	4.4%
	Otros	5.0%

El promedio de circulación pagada de *Público Mlenio* según el Padrón de Medios es de 14,976 de Lunes a Sábado y de 12,545 los domingos.

Mural

Mural pertenece al grupo *Reforma* cuya historia comenzó en Monterrey, Nuevo León con el periódico vespertino *El Sol* en 1922. En 1938 nació en la misma ciudad el diario matutino *El Norte*, elogiado por *The Wall Street Journal* al declarar en 1991: “El Norte de Monterrey es el periódico más independiente y objetivo de México” (Esquivel Hernández, Fundación Manuel Buendía). En 1993 al ver que “*El Norte* llegaba a uno de cada cuatro hogares, y el mejor periódico de la capital lo

hacía a uno de 38”, la empresa decidió “conquistar la Ciudad de México con el diario *Reforma*” (Esquivel Hernández, Fundación Manuel Buendía). Así comenzó su expansión nacional que continuaría con *Palabra* de Saltillo en 1997 y *Mural* en Guadalajara en 1998. Hoy Grupo *Reforma* asegura contar con “la red más extensa de periodistas profesionales cubriendo México”. También presume ser:

La institución informativa con más credibilidad y prestigio en el país. A través de sus periódicos, sitios de Internet y servicios informativos, grupo Reforma marca la agenda de la sociedad mexicana. Un equipo de 700 reporteros y fotógrafos en las tres principales ciudades del país y una red de corresponsales en toda la república captan la imagen del México actual. Junto a ellos, enviados en las principales capitales del mundo ofrecen una visión del panorama global (“¿Quiénes somos?” s/f).

El sitio de Internet del Grupo *Reforma* no maneja estadísticas de sus lectores¹¹, pero según el “Padrón de Medios 2007 de la Secretaría de Gobernación,” el promedio de la circulación pagada de *Mural* es de 34,983¹². El perfil de lector publicado en el mismo sitio contiene menos datos que el de los periódicos anteriores, y es el siguiente:

Género	Hombres	62.42%
	Mujeres	37.58%
Nivel Socioeconómico	A/B/C+	52.21%
	C	40.14%
	D	7.64%

¹¹ El sitio Mural.com incluye una tabla para las agencias de publicidad interesadas en contratar sus servicios. Ahí vienen datos sobre la circulación de los diarios del Grupo Reforma. Sin embargo a la hora de sumar los números no encuentro congruencia en los datos. La tabla está disponible en:

<http://comercial.mural.com/libre/comercial/publicidad/agencias/home/Html/perfil.html>

¹² Un artículo de la revista Almargen crítica: “En pleno 2002, todavía no es posible saber cuántos ejemplares imprime la mayoría de los diarios en México. Con excepción de unos cuantos, la mayoría no ha dado el paso de transparentar la relación con sus lectores a través de un dato elemental: su tiraje. Y menos son capaces de informar cuántas copias venden y el monto de su facturación por publicidad” (Pérez Espino, 2002). En el 2007 los periódicos siguen sin hacer fácil el acceso a esta información, aunque ya está disponible en el sitio de la Secretaría de Gobernación.

Edad	18-25	38.27%
	26-35	23.56%
	36-45	17.19%
	46-más	20.98%

Wikipedia se refiere a la empresa como “uno de los grupos periodísticos más poderosos de México” y asegura que las inclinaciones de la empresa son de derecha “por su lugar de origen (Monterrey)”:

Sin embargo, editorialistas de izquierda participan activamente en el grupo periodístico. Se distingue por denunciar hechos que pocos grupos periodísticos se atreven a mostrar a la luz publica, este hecho le ha distinguido en tener una base de lectores constante y ascendente (“Grupo Reforma” en Wikipedia, 2007).

Por su parte un artículo de la revista electrónica *Almargen* define la tendencia del periódico capitalino *Reforma* como “Pro-empresarial, católico, conservador. Inauguró nuevos estándares en el periodismo mexicano”. Considera que los “amigos” del diario son: “PAN, Iglesia Católica”; y sus “enemigos”: cualquiera que “se atravesase en sus cruzadas”. Dice que la circulación de los periódicos del grupo (incluyendo *El Norte*, *Palabra*, *Metro*, *Mural*) suma los 300 mil ejemplares¹³ (Pérez-Espino, 2004), aunque en un artículo anterior el mismo autor dice que los tirajes de los periódicos mexicanos son un misterio, ya que las diferentes cifras que se publican rara vez coinciden entre sí (Pérez-Espino, 2002).

¹³ No especifica pero supongo que es la circulación diaria. El mismo artículo, que es del 2004 cita a revistas especializadas en medios, publicidad y negocios que publicaron algunos datos sobre los lectores del Grupo Reforma entre el 2000 y el 2001. Esta información se puede consultar en: <http://www.almargen.com.mx/notas.php?IDNOTA=630&IDSECCION=Medios&IDREPORTERO=Jos%E9+P%E9rez-Espino>

El universo de la investigación

Las fuentes en las que me basé para elaborar este trabajo fueron los tres diarios mencionados en el apartado anterior. El año central de este análisis es el 2004. Revisé 48 fechas¹⁴ elegidas al azar, utilizando una lista de números aleatorios donde el 1 de enero de 2004 representaba el número 1, y el 31 de diciembre del mismo año el 365¹⁵. La intención era seguir la historia de las mujeres políticas durante este periodo de tiempo, sin tener que revisar cada uno de los días del año. Posteriormente incluí la información que iba encontrando sobre las mujeres ya identificadas como protagonistas de la vida política del país en un intento porque no perdiera vigencia el análisis.

En cuanto a los periódicos, no limité la búsqueda a ninguna de las secciones, revisé todo el diario en busca de los nombres de mujeres políticas, desde las secciones locales e internacionales hasta los deportes. El análisis se basa en aquellas mujeres que fueron mencionadas un mayor número de veces, aquellas que fueron noticia. No incluyo a aquellas que aparecieron en un par de notas y sin un protagonismo mayor. Al momento de hacer las fichas con la información seguí la siguiente clasificación: notas, editoriales o artículos de opinión, y humor o cartón político. En el análisis no mantengo esta división, ya que concuerdo con Heinz Dieterich quien habla de un ojo ideológico en la prensa liberal estadounidense y explica que aunque los diarios pretendan vender la idea de que la subjetividad está debidamente identificada en las editoriales y artículos de opinión, y diferenciada de los hechos en las notas, ambas pasan por un filtro. Dieterich habla de los axiomas ideológicos de la democracia y el capitalismo (en Quirós, 1998). Considero que aquí sucede lo mismo, finalmente todos los medios de comunicación tienen una orientación y responden a algún tipo de interés. Es decir, tanto las notas, como las editoriales y los cartones sirven para hacer una lectura de las construcciones de las mujeres políticas.

Me basé en algunos estudios de género –aquellos que tienen relación con las representaciones y estereotipos de las mujeres en los medios (Bach Arús et al. 2000; Jorge Alonso, 2004; Fernández Díaz, 2003; Funes, 1995; Sánchez Leyva, 1999; Barker, 2003)- y en el

¹⁴Este número se obtuvo con la siguiente fórmula: $n = (N \text{ por } z(\text{cuadrada}) \text{ por } p \text{ por } q) / (d(\text{cuadrada}))$. En donde N es la Población total (1820 periódicos, que corresponden a un año de diarios), z es la media entre 0 y 1 (0.5, que corresponde a la probabilidad que la mitad de la muestra contenga el tema de interés del investigador, s es la desviación estándar (0.15) y d el nivel de confianza (0.95, que corresponde al 95%).

Fuente: Wayne, Daniel (1981) *Estadística con aplicaciones a las ciencias sociales y a la educación*. México: McGraw Hill.

¹⁵ Las fechas pueden verse en el Anexo 1.

concepto elaborado por Sander Gilman (1985) sobre los estereotipos, para analizar la información e ir sacando y construyendo las categorías. Éstas fueron surgiendo al investigar y reflexionar sobre lo encontrado en mis fuentes y son: la visibilidad/invisibilidad, el escándalo político y amoroso, las mujeres y el poder, el estereotipo del mandilón, y las esposas con aspiraciones políticas. Las últimas dos, personificadas por Marta Sahagún y reforzadas por otras primeras damas, resultaron en un segundo capítulo, decisión que tomé después de constatar el volumen de notas editoriales y cartones dedicado a ellas y el protagonismo que tuvieron durante ese año.

Este trabajo se fue construyendo en base a la investigación de mis fuentes. Mi interés inicial estaba guiado por una fascinación con el tema del cuerpo y su relación con el poder, y la intención era analizar los cuerpos femeninos en la prensa: sociales, deportes, espectáculos, política. Sin embargo después de un primer sondeo, y ante la necesidad de delimitar el objeto de estudio, decidí estudiar a las mujeres políticas, las cuales eran ridiculizadas, trivializadas, satanizadas por el cartón político, castigadas con más fuerza que sus homólogos varones. Abordar los estereotipos desde Sander Gilman me dio la posibilidad de ver cómo se va congelando o encasillando a las mujeres de acuerdo a los esquemas culturales como mecanismo de resistencia al cambio. La observación del uso del cuerpo en el discurso escrito y en el cartón político me sirvió para reconocer la importancia que tiene en la construcción del ser mujer.

A partir de los estudios de género trato los temas de la visibilización e invisibilización de las mujeres, así como el tema del poder. Pero con el análisis de mi material fueron surgiendo nuevas categorías, como la del escándalo político y específicamente el escándalo amoroso que muestra un doble discurso y a la mujer se le castiga más por pecadora -casi con un sentido bíblico- que por corrupta. Otra categoría que apareció a partir de las fuentes y no directamente de las teorías fue la del marido mandilón. Ahí se maneja el poder de la mujer como algo perverso, mientras que al cónyuge se le quita responsabilidad por sus acciones.

Antes de pasar al análisis quiero hacer una nota aclaratoria sobre el uso de los nombres de pila de las mujeres investigadas. Ésta es una de las críticas que se hace a los medios de comunicación españoles (Marta Bach Arús et al., 2000). En México a los políticos varones como Santiago Creel, Vicente Fox, Felipe Calderón, por ejemplo, rara vez se les llama "Santiago,

Vicente, Felipe”, siempre se usa el apellido, o el nombre y apellido. El único caso que sobresale es el de “Andrés Manuel”, pero no era precisamente respetado por los medios de comunicación. Con las mujeres la omisión del apellido es una práctica común. La prensa suele llamarles únicamente por su nombre: Marta, Elba Esther, Amalia. Yo lo voy a hacer, conciente de la crítica. Sin embargo me parece que para efectos de la lectura funciona, ya que así las conocemos. Y, porque me parece que sería desmitificador y políticamente más saludable que a todos los políticos, y no sólo a las mujeres, se les quitara el apellido.

De acuerdo a lo anterior elaboré dos capítulos de análisis sobre las representaciones de las mujeres políticas en la prensa escrita tapatía. A partir de aquellas que fueron noticia distinguí dos perfiles: uno sobre las mujeres que ejercen la política profesionalmente y otro sobre las primeras damas interesadas en el poder. Cada perfil corresponde a cada uno de los dos siguientes capítulos.

Capítulo 5: Las Políticas

Cuando Sir Geoffrey Howe, Secretario de Relaciones Exteriores del Reino Unido, visitó Pakistán durante el gobierno de la Primera Ministra, Benazir Bhutto, su esposa preguntó a un niño qué le gustaría ser cuando creciera. “Tal vez camionero”, respondió el niño.

Sorprendida ante esta ambición modesta Lady Howe insistió: “Pero seguramente te gustaría dedicarte a la política, llegar a ser primer ministro. La respuesta no se hizo esperar: “No, eso es trabajo de mujeres”

Ana Fernández Poncela, Participación política: las mujeres en México al final del Milenio

Mujeres poderosas

“Eran las chicas superpoderosas: Marta, Elba Esther, Rosario... todas querían el poder”. Y sin embargo, “hoy ninguna lo tiene, ¿coincidencia?” Esto decía Yuridia Sierra en septiembre del 2005, a propósito de una reunión a la que Rosario Robles convocó y organizó en su propia casa, y a la que asistieron 21 “mujeres poderosas” como Beatriz Paredes y Margarita Zavala, además de las ya mencionadas (Sierra, “Las noticias por Adela”, 7 de septiembre 2005). En el 2006 ninguna de esas mujeres ostentaba un puesto de representación popular, pero no se podía decir que no tuvieran poder. Y menos en el 2007, con Beatriz Paredes en la presidencia del PRI, Margarita Zavala como primera dama y Elba Esther Gordillo firme en “su” puesto.

Todas ellas tienen poder, y lo tuvieron también en el 2004, año en el que se centra este análisis. Aunque voy a hablar de todas ellas en esta tesis, me parece importante hacer una distinción entre las políticas de carrera y con una larga trayectoria como Elba Esther Gordillo, Beatriz Paredes, Dulce María Sauri, Amalia García y Rosario Robles; y otras que como Marta Sahagún construyeron su trayectoria de manera distinta. Por ello en este capítulo sólo hablaré de las primeras, de las que tienen una carrera política, y dejaré para el siguiente capítulo a las que son parte del círculo de poder como primeras damas.

Las políticas de las que aquí trataré gozan de lo que -con comillas de cautela- podríamos llamar una carrera “respetada” o reconocida por la prensa en base a méritos propios. Y el hecho de que se hayan visto involucradas en escándalos mayores o menores no ha disminuido el reconocimiento de los medios a sus “méritos”, a su carrera, sino que han sido vistos como parte integral de su trayectoria; especialmente en el caso de Gordillo. Todas ellas representan o han representado corrientes dentro de sus partidos. Son mujeres con las que hay que cabildar, dialogar, cuya voz pesa dentro y fuera de sus partidos. Durante el 2004 algunas mantuvieron un perfil muy alto debido principalmente a escándalos en los que se vieron involucradas. Otras tuvieron una presencia mucho más discreta en la prensa, pero estuvieron siempre ahí. Empezaré por Beatriz Paredes y Dulce María Sauri.

Beatriz Paredes

Paredes comenzó su carrera política en la década de 1970. Desde entonces ha tenido diversos cargos dentro del PRI. En 1987 se convirtió en la segunda gobernadora del país, al

resultar electa en el estado de Tlaxcala. En el 2006 fue candidata a la jefatura de gobierno del Distrito Federal pero terminó en tercer lugar, lo que no fue obstáculo para llegar a la presidencia del PRI en 2007. Sin embargo ya desde el 2006, frente a su derrota, era claro que ésta no podía leerse como una falta de poder. Tanto ella como Elba Esther Gordillo aparecían muchas veces como las únicas “destacadas figuras” femeninas en un mundo prácticamente dominado por el género masculino. Ellas dos fueron las únicas mujeres mencionadas y fotografiadas por la prensa en los funerales del papá de los Salinas, junto a un listado extenso de políticos, todos ellos varones (Gómez Zalce, 24 de febrero 2004, Público).

En 2004 ambas eran figuras clave dentro del PRI y Gordillo lo sigue siendo a pesar de haber sido expulsada. Muchas veces se menciona al “grupo de Beatriz Paredes”, como opuesto al “priismo de Elba Esther Gordillo”. Un ejemplo de ello es un artículo de Ricardo Alemán, que critica al equipo foxista por creer que una alianza con Gordillo equivalía a una alianza con el PRI, soslayando al grupo político de Beatriz Paredes, y sin considerar que Madrazo -entonces dirigente del partido- se encontraba más interesado en la causa de su propia candidatura adelantada que en la del presidente o en la, “de su ‘amiga’, la profesora Gordillo” (Alemán, 21 enero 2004, El Informador).

El liderazgo de Paredes ha podido leerse en la prensa. Su presencia ha sido constante aunque tradicionalmente no ha sido un nombre que generalmente abarque titulares y casi siempre aparece en columnas interiores como “Breves Nacionales” en el caso de El Informador, o en secciones similares en los otros periódicos. Es una mujer que es noticia cuando visita Guadalajara para “dialogar con quienes conformarán la fracción priista en el Congreso del Estado” y “preparar a los futuros legisladores” (“Beatriz Paredes Rangel estuvo”, 13 de enero 2004, El Informador, p. 3-A); o cuando externa opiniones, como advertir a su partido sobre: “maltratar financieramente al único sector que le sigue garantizando el voto duro” (Guerrero, 28 de enero 2004, Mural). Su voz tiene un peso importante: “Beatriz Paredes y Roberto Madrazo “se pronunciaron en contra de las candidaturas independientes” (Bello, 27 de marzo 2004, El Informador).

El nombre de Paredes –junto con muchos otros- surgió en varias ocasiones al criticar el discurso que Marta Sahagún utilizó como, “un escudo protector en su condición de mujer” (García de Quevedo, 9 de febrero 2004, Mural). Más de un articulista repudió que la primera dama pudiera compararse con figuras como Beatriz Paredes o Elba Esther Gordillo: “mujeres importantísimas en la vida del país... que han tenido como profesión la política”. Calificaron este argumento como: “tramposo de principio a fin, porque francamente, la señora Fox en su biografía no tiene nada que pueda compararse con las políticas profesionales” (García de Quevedo, 9 de febrero 2004, Mural). Revueltas Retes, por ejemplo, se refirió a ellas –las profesionales- como, “las peleonas de la política”. Y le parece:

Verdaderamente extraordinario... fabulosamente incomprensible porque con perdón, no tiene los tamaños de una Elba Esther ni de una Amalia, ni puede tampoco competir en la arena pública con María de los Ángeles o con Beatriz o con Rosario; vamos, creo que hasta la Padierna tiene más arrestos pero, mira tú, resulta que la primera esposa de la nación es la favorita del respetable público consumidor (Revueltas Retes, 13 de enero 2004, Público).

En el 2006 Paredes fue candidata a la jefatura de gobierno del DF –de entrada con pocas posibilidades, ya que se trata de una entidad perredista- pero en marzo del 2004, María de

las Heras –una de las encuestadoras de mayor prestigio en el país- la colocaba como presidenciable en una de sus encuestas. Esto, en un momento en que la posible candidatura de Marta Sahagún ocupaba los titulares de los medios. La pregunta que De las Heras hacía en ese momento era: “¿Quién sería el mejor Presidente de la República?” Ésta se hizo con posibles candidatos panistas, donde la única mujer de la lista era Marta, y priistas, donde la figura femenina era Beatriz (De las Heras, 22 de marzo 2004, Público). En agosto, cuando Sahagún ya había dejado claro que no sería candidata, de las Heras siguió incluyendo a Paredes en sus encuestas, junto con la panista Josefina Vázquez Mota (de las Heras, 4 de agosto 2004, Público).

Paredes ha demostrado que es una mujer fuerte. En el contexto del Informe de Gobierno del 2004 un columnista de Público la utilizó para criticar a Fox por: “no entender el objetivo” de dicho evento, que es, “hablarle a la clase política y no autocelebrarse... ya en una ocasión... en su respuesta al Informe, Beatriz Paredes tuvo que recordarle ‘en dónde estaba y para qué había ido’” (Valencia, 28 de agosto 2004, Público). Es también una de las pocas mujeres de este análisis que no estuvo involucrada en ningún escándalo; aunque según la columna de humor, Política Cero, el PRI hizo, “todo lo posible” para no quedarse fuera de “la orgía de videoescándalos” llegando, “al grado de meter a Roberto Madrazo y Beatriz Paredes en la nómina de antipatriotas que se reunieron con los achichincles de Fidel [Castro] para organizar complots contra México –Creel dixit” (Albarrán, 10 de mayo 2004, Público).

Para terminar este perfil quiero utilizar la ventaja que me da la perspectiva del tiempo para señalar que el poder mirar su trayectoria hasta el 2007 –cuando incluso se convirtió en el personaje principal de un espectáculo de sátira política llamado “Las Paredes de Beatriz”- permite afirmar de manera contundente que Paredes no sólo ha mantenido el alto perfil político del 2004, sino que lo ha incrementado.

Dulce María Sauri

En los días previos a la elección presidencial del 2006, CNN México tocó el tema de las mujeres políticas, de su trabajo y de la posibilidad de tener una presidenta en un futuro próximo. Una de las entrevistadas para construir la discusión fue la senadora Dulce María Sauri. No sólo habló del tema, sino que fue una de las “presidenciables” según otra invitada: Marta Lamas, quien aseguró que el PRI tiene en sus cuadros a mujeres con la experiencia política necesaria para el cargo (CNN Noticias México con Patricia Janiot, 28 de junio 2006).

Dulce María Sauri no sólo es una de las “protagonistas de la historia yucateca reciente” (Granados Chapa, 16 de mayo 2004, Mural), sino también de la política nacional. En 1991 se convirtió en la tercera gobernadora del país. Un cargo al que llegó como interina tras la destitución de Víctor Manzanilla Schaffer. Lo cual nos habla del peso que tenía ya desde entonces en su partido. Fungió también como presidenta del PRI en un momento especialmente álgido: al final del período de Zedillo, cuando la transición del PRI al PAN en la presidencia -un momento de tremendas tensiones al interior del PRI. Después ha sido diputada y senadora, pero sin duda fueron los dos primeros cargos los que más contribuyeron a forjarle su fama de “peleona” de la política.

Durante el 2004 Sauri fue punto de referencia para temas muy diversos; desde llamar a los políticos a considerar “poner los elementos para el cambio del sistema actual” frente al agotamiento del “modelo que rigió al país por años” (Ortegón, 30 de octubre 2004,

Público) hasta para exigir a Marta Sahagún “una aparición en cadena nacional para decir a la ciudadanía que no quiere la candidatura a la presidencia de la república” (Salazar, 7 de julio 2004, Mural).

Considerada parte de los, “senadores importantes” de su partido (Guerrero, 11 de octubre 2004, Mural), durante el 2004 Sauri se mantuvo en los titulares con temas como la importancia de “regular las precampañas, el financiamiento al IFE, disminuir las prerrogativas de los partidos” (Salazar, 18 de marzo 2004, Mural); impulsar “un plan agresivo de inversión en los puertos del Pacífico para... estar a la altura de sus similares asiáticos” -en un foro con gobernadores del Pacífico (López, 28 de agosto de 2004, Mural); alabar los cambios “positivos” de la Cámara de Diputados respecto al paquete Económico 2005 (El senado recibirá, 30 de octubre 2004, El Informador); reafirmar la necesidad de un nuevo marco jurídico para la radio y la televisión, “porque el actual fue elaborado en 1960, cuando aún no aparecía la TV a color” (Necesario nuevo marco, 17 de diciembre 2004, El Informador); hasta los precios del crudo al conformar “el grupo económico de la bancada” priista (Salazar, 30 de octubre 2004, Mural). Fue también, junto con Humberto Roque Villanueva, uno de los “dos ex presidentes del PRI” que se opusieron al desafuero de Andrés Manuel López Obrador (Pérez, 28 de agosto 2004, Público). En fin, que Dulce Sauri ha sabido sostener su poder y su voz; y tanto su presencia como su opinión tienen un peso significativo en la escena nacional –aunque Ivonne Ortega, gobernadora electa de Yucatán, le haya ganado la candidatura de su partido.

Xóchitl Gálvez

La comisionada para la atención de los indígenas, Xóchitl Gálvez, ha sido una de las funcionarias más polémicas – y según una presentación del Cristal con que se mira también la más querida (no tengo la referencia) de la administración Foxista. Durante el 2004 se especuló sobre la posibilidad de que se lanzara como candidata a la gubernatura del estado de Hidalgo. Aunque la funcionaria nunca dio su postura en los medios, Fox le dio un leve y público freno a esta candidatura durante una gira por Sonora, en la cual elogió su desempeño y le pidió, “seguir trabajando por las comunidades indígenas, justo ahora que la funcionaria se ha convertido en prospecto para gobernar Hidalgo” (Melgar, 6 de junio 2004, Mural).

En el 2007, aunque su perfil ha sido bajo, tampoco ha dejado de ser noticia, y vuelve la posibilidad de convertirse en candidata. En marzo inició recorridos por los distintos municipios del estado de Hidalgo buscando apoyo para la candidatura al gobierno del estado: “‘Yo no soy hipócrita, ni tengo pelos en la lengua’, indicó Gálvez Ruiz, al referirse a su adelantado ‘destape’, que ya despertó comentarios en su contra, por parte de políticos estatales, quienes reprueban su deseo de ser gobernadora” (Busca Xóchitl Gálvez, 12 de marzo 2007, La Jornada). Más adelante, en mayo, cambió su discurso y declaró, “con su característico humor”: “A mí sólo me destapa mi marido”. También “aclaró” que hasta dentro de 3 años se sabrá si va por la gubernatura o no, y con qué partido (Mota López, 13 de mayo 2007, El Universal). En abril, la ex comisionada federal fue una de las voces que se pronunció sobre el caso Zongolica, en el que una anciana indígena falleció en circunstancias que aún no se aclaran. Una versión habla de muerte natural, mientras la otra habla de una muerte provocada por la agresión sexual de un grupo de soldados. Al respecto Gálvez declaró: “mienten, hay mentira y contradicción” y pidió la participación de un tercero –las dos versiones provienen de la CNDH y de los peritajes del estado de Veracruz-

para esclarecer los hechos. Los reporteros aprovecharon también para preguntarle a la ex funcionaria su postura sobre el aborto a lo que respondió “que es una mujer de libertades, que en su caso no recurriría a esa práctica, pero es respetuosa” (Pide Xóchitl, 23 de abril 2007, Milenio).

Xóchitl Gálvez tiene una imagen “bronca” tanto por el lenguaje que utiliza como por representarse como desobediente de las instituciones. En octubre del 2004 la funcionaria apareció en los titulares al pedir a los diputados que buscaran nuevas formas de combatir la pobreza de la población indígena (Xóchitl Gálvez urge, 11 de octubre 2004, El Informador). Poco más de un mes después volvió a ser noticia: “Gálvez Ruíz amenaza con desacatar a la Cámara Baja”. Esto sucedió después de que los diputados solicitaran que los recursos federales para los pueblos indígenas fueran manejados por los gobiernos estatales y no por la dependencia dirigida por Gálvez. Ella, “señaló que la podrán acusar por ser desobediente, pero no por corrupta; no se va a prestar al juego de venganzas y represalias mutuas, pues los únicos afectados son los indígenas”. Gálvez dijo que la solicitud de los diputados se presta a utilizar el dinero con fines partidistas. La nota le reconoce a Gálvez haber cabildeado, “para lograr un presupuesto de 5 mil millones de pesos para los indígenas, aún cuando la propuesta inicial era de 3 mil millones” (Gálvez Ruiz amenaza, 25 de noviembre 2004, El Informador). La desobediencia al poder legislativo por parte de Xóchitl Gálvez quien no permitió a los gobiernos estatales decidir sobre los fondos fue calificada como una “nube negra” para la Cámara. La propia Cámara de Diputados le exigió respeto y advirtió que podría ser sometida a juicio político (Bello, 3 de diciembre 2004, El Informador) pero Xóchitl permaneció firme.

El florido lenguaje de Xóchitl Gálvez es otro de sus distintivos, como lo demostró un columnista que urgió al presidente Fox retirarse a su rancho, no nada más por, “el daño, que junto con su protagónica esposa Marta, le han estado causando al país”, sino también por “la contaminación que Fox ha provocado... con la degradación del idioma”. Criticó a los funcionarios por hablar como “rancheros” y refiriéndose a la directora de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas recalcó: “Las mujeres funcionarias no se quieren quedar atrás en el uso del lenguaje populacho o de quinto patio”. Para reforzar su argumento hizo un recuento de algunas declaraciones de Gálvez, en las cuales dice cosas como que, “hay que tener huevos” para hacer un trabajo como el suyo; o que el poder le da “hueva” y que no es afrodisíaco como el pulque que, “es muchachero, levanta... el ánimo” es bueno usarlo cuando menos ‘en la noche de bodas’, ‘digo, para que la mujer se lo dé a tomar a su marido’”. Para rematar, el columnista critica que los colaboradores cercanos a la funcionaria quieran “justificarla” y “defenderla” diciendo que, “así es ella, dice lo que piensa”, “pero uno de inmediato se pregunta ¿será mujer de pelo en pecho? ¿o por lo mandona se quiere parecer a una que yo conozco y esa sí quiere ser presidenta de México?” (Martínez López, 12 de julio 2004, El Informador).

Es de llamar la atención que en todo el artículo anterior jamás se mencionó por su nombre a tan criticada “funcionaria”. Esta práctica no es poco común. El hecho de omitir el nombre, y referirse a ella en una forma que demerita su cargo constituye un mecanismo para restar visibilidad a figuras públicas femeninas. Otras maneras de hacerlo consisten en referirse a la persona como hermana, hija o esposa de “alguien”. Un trato que resulta paradójico en el caso de Marta Sahagún, la mujer política más visible del 2004, a quien decenas de notas y artículos llamaron y llaman “señora de Fox”, buscando “ponerla en su lugar”. El texto anterior sobre Xóchitl Gálvez no es el único que ejemplifica este caso. En una carta a Mural un lector escribe sobre, “René Bejarano, el hábil transportista de recursos

en efectivo (y su no investigada, hasta el momento, esposa, ex delegada y ahora diputada con fuero concedido por el PRD)” (Díaz, 18 de abril 2004, Mural).

En una crónica sobre un mitin de Felipe Calderón cuando éste era pre-candidato a la presidencia hay otro ejemplo interesante. El texto dice que le acompañan, “su esposa y sus tres hijos”, pero nunca se menciona el nombre de la esposa, a pesar de que en aquel momento Margarita Zavala era diputada panista con licencia -la cual pidió para integrarse a la campaña de Felipe. Una fotografía acompaña la crónica. En ella Calderón habla frente a sus simpatizantes mientras Zavala lo observa sentada. En el pie de foto la referencia es: “Lo escucha su esposa” (Nuñez, 12 de julio 2004, Mural).

Visibilidad mediática: Escándalos y corrupción

Dos días después de las elecciones presidenciales del 2006, Luis Carlos Ugalde, presidente del IFE, con la ayuda de un ábaco y ante el “final de fotografía” de los dos punteros, declaraba: “En esta jornada electoral ir ganando, lo que se dice ir ganando, nada más mi maestra Elba Esther Gordillo” (Rocha, 4 de julio 2006, Público). En realidad estas declaraciones pertenecen a un cartón, pero analistas y periodistas políticos no las consideran descabelladas o incluso irreales. De hecho, uno de los titulares de El Universal del mismo día parecía parafrasear el cartón de Rocha: “Elba Esther es la ganadora: expertos”. Esto porque la maestra demostró que, “sólo ella puede mover dos millones de votos” que son los que le dieron el registro al Partido Nueva Alianza (Morales, 4 de julio 2006, El Universal). Gordillo, a pesar de sus problemas con el PRI –del cual fue expulsada en el 2006- puede considerarse como, “la ganadora incuestionable del pleito”, y ha demostrado que tiene su propia e “inigualable” versión del “arte de la guerra” (Gómez Zalce, 4 de julio 2006, Milenio).

Después de casi tres años de protagonizar escándalos relacionados con la lucha de poder y la corrupción, la profesora sigue siendo una figura estratégica en la política nacional. Su fuerza es considerable si se piensa que ningún partido tiene mayoría en el congreso. Frente a esto se ha hablado de que el PRI funcionará como bisagra entre el PAN y el PRD. Gordillo no sólo tiene poder sobre Nueva Alianza, partido “impulsado por el SNTE y en particular por Elba Esther Gordillo” (“Postularían a De La Fuente”, 31 de diciembre 2004, El Informador); sino también sobre su ahora ex partido y algunos de sus gobernadores, quienes aún, “bailan al son chiapaneco de la astuta y recién expulsada maestra” (Gómez Zalce, 17 de julio 2006, Público). Su relación con el PAN también es cercana, su amistad con el ex presidente Vicente Fox fue pública desde la segunda mitad del sexenio.

Pero además de su relación con los partidos, Elba Esther Gordillo dirige actualmente lo que llama, “la organización más grande de América Latina”: el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE) (“Soy un bicho raro”, 15 de mayo 2006, Infosel Financiero). El poder de esta organización ha sido comparado con el que anteriormente tenían la CTM (Confederación de Trabajadores de México) y luego el sindicato petrolero. Gordillo lo ha liderado desde 1989, cuando se convirtió en secretaria general con el apoyo del presidente Carlos Salinas. Pero en el 2004 “respaldada” por el gobierno de Vicente Fox, “se aventuró a dar un golpe de Estado al magisterio para imponerse como ‘Presidenta’ del Comité Ejecutivo de su sindicato, figura que no aparece en lo estatutos del SNTE” (Martínez, 15 de octubre 2004, La crisis). Poco después de rendir protesta en este nuevo cargo Gordillo declaró: “Yo no soy indestructible, soy una mujer de

claroscuros que da la cara, Elba no es la Mujer Maravilla ni Superman, no puedo sola, requiero de los maestros” (Gómez & Vargas, 18 de marzo 2004, Mural).

La carrera política de la profesora inició en 1960, cuando ingresó al PRI y al SNTE. Desde entonces ha ocupado diversos cargos como senadora, diputada y delegada. En 2002 fue electa secretaria general de su partido, haciendo mancuerna con Roberto Madrazo como presidente del PRI, con el cual tuvo fuertes enfrentamientos durante el 2004. Esto la llevó a denunciar que Madrazo tenía secuestrado al partido y a renunciar a su cargo como secretaria general en el 2005. Fue precisamente por sus enfrentamientos con figuras como Roberto Madrazo –los mismos que una columna de humor político comparaba con los pleitos entre David Beckham y la Posh Spice (Albarrán, 10 de mayo 2004, Público)- y Emilio Chuayffet, que Elba Esther Gordillo y sus seguidores, los “elbistas”, tuvieron una fuerte presencia mediática durante el 2004. Su cercanía con el presidente Vicente Fox y su esposa Marta Sahagún también fue objeto de controversia y contribuyó a colocarla bajo los reflectores.

Gordillo es un excelente ejemplo de la visibilidad que el escándalo puede otorgarle a una persona. Sin embargo los mismos medios que participan en la construcción del escándalo que la rodea y que la exhiben como corrupta, muestran respeto a su trayectoria como política. Lo que la profesora declare o haga es siempre tomado en cuenta por los medios de comunicación. Incluso algo como la fiesta de cumpleaños que la maestra organizó en el 2004, “seguía dando de que hablar” días después de haberse celebrado. De ahí salieron cartones, notas y artículos que ocuparon las páginas de la prensa durante días, principalmente porque ahí se reunieron las “chicas superpoderosas” de la política mexicana, como se les bautizó desde entonces. Los trascendidos de Público, por ejemplo, resaltaron que Gordillo “no dejó de mencionar que no ve con buenos ojos la posible candidatura presidencial de la primera dama”, a pesar de que ésta era su “invitada de honor”. La maestra reconoció que, “si bien Marta es la primera esposa de un Presidente que tiene un papel activo en la política nacional y fue incluso clave en el triunfo de Vicente Fox, no es correcto que use su status para promoverse” (“Trascendió”, 24 de febrero 2004, Público). Su desaprobación fue significativa, sobre todo por la relación de amistad que mantenía –y quizás aún mantiene- con Marta Sahagún. El siguiente “chiste” de “Domingrillo” muestra cómo se percibía la relación entre ambas:

Buenas, malas, y peores...

Buena: Separaron con éxito a las siamesas.

Mala: Todavía no las bautizan.

Peor: Quieren ponerles Marta y Elba Esther (Flota, 16 de mayo 2004, El Informador).

La amistad de Elba Esther Gordillo con el ex presidente Vicente Fox –del cual intentó separarse políticamente con no muy buenos resultados- y su esposa no sólo le dio visibilidad, también nos habla de una mujer que sabe “cómo hacerle” y que además está dispuesta a “hacerle”, para formar parte de la cúpula del poder y mantenerse. Esta relación fue vista con reservas por algunos y con humor por otros. Un ejemplo de ello es un artículo de Rafael Tonatiuh, para quien la ausencia de Vicente Fox en el funeral de “Jolopo” fue uno de los pocos aciertos del presidente durante el 2004. Al especular sobre las actividades que Fox realizó ese día, pensó: “De seguro que se la pasó en casa de la Gordillo, comiendo pez gato guisado a las hierbas finas, con un champancito, unas latitas de caviar... viendo la tele, doblados de risa con ‘La Hora Pico’ (y de seguro luego le cayeron Salinas y Martita,

luego de echarse unos mojitos en el Aqua)” (Tonatiuh, 24 de febrero 2004, Público). Otro texto del mismo autor compara a “la maestra” con Vicente Fox ya que, “comenzaron a parecerse un muchito desde finales del 2003 y eso por una razón muy sencilla: mostraron abiertamente su negativa a evolucionar”. Lo paradójico, dice Tonatiuh, es que “Fox se autonombró, a principios de su campaña como el paladín del ‘gobierno del cambio’ y Elba Esther, obnubilada por los humos de un narcótico de agualeguas, se auto eligió cabecilla de ‘la modernización del PRI’” (Tonatiuh, 13 de enero 2004, Público).

Los acercamientos de Elba Esther con el PAN comenzaron con el ex presidente, pero no terminaron ahí. Felipe Calderón, desde antes de convertirse en el candidato del PAN, ya se reunía con la maestra, y tampoco fue el único en hacerlo. En mayo del 2004 el candidato del PAN a la gubernatura de Puebla hacía público que buscaría un acercamiento con la entonces secretaria general del PRI, “para buscar votos a su favor”. Esto bajo el argumento de que “estamos abiertos al diálogo total con Elba Esther, con todos los sindicatos porque que yo sepa... no son propiedad de un partido político, son miembros de una sociedad que trabaja” (Ramírez, 10 de mayo 2004, Mural).

El festejo del día del maestro en Jalisco demostró nuevamente la cercanía entre la maestra y la “pareja presidencial”. En un evento masivo protagonizado por Fox y Gordillo –y una Marta Sahagún bastante visible aunque sólo iba como acompañante- una fotografía muestra como: “en secreto, el Presidente Vicente Fox y la lideresa del SNTE cuchichean en el presidium” (de Anda, 16 de mayo 2004, Mural). Es interesante ver como cada periódico resalta a una figura y desdibuja a otras. En Mural Fox es la personalidad central del evento, es el que aparece en el primer plano de las fotografías y la información gira principalmente alrededor de sus declaraciones, la maestra pasa a un segundo plano. Para Público la protagonista de la nota es la lideresa del sindicato, aunque no de manera positiva, como lo muestra su titular de primera plana: “Entre chiflidos Elba Esther pide un pacto educativo”. El presidente y su esposa, aparecieron simplemente como invitados de Gordillo. Incluso una de las notas habla sobre cómo el discurso de la maestra “explicó la presencia del ejecutivo”, como si hiciera falta justificarla (Rello, 16 de mayo 2004, Público).

Para El Informador el evento fue de Vicente Fox. La foto de Elba Esther Gordillo ni siquiera aparece en primera plana -a diferencia de los otros dos, aunque en Mural estaba tan desenfocada, detrás del presidente, que el mismo pie de foto tuvo que indicar que se trataba de la “de rojo”. En El Informador el nombre de la profesora apareció hasta el final del texto:

La presidenta del Comité Ejecutivo Nacional (CEN) del Sindicato de Trabajadores de la Educación (SNTE), Elba Esther Gordillo Morales, acompañó en todo momento al presidente. En el podio intercambiaron algunas palabras. La maestra estuvo también sentada junto a Marta Sahagún de Fox quien le compartió un ramo de flores que uno de los maestros homenajeados entregó a la primera dama. Marta tomó la mano de Elba Esther y la alzó en señal de triunfo, al tiempo que le entregaba el ramo. Este gesto no fue bien visto por todo el auditorio, pues algunos abucheos se dejaron oír (“Vicente Fox desilusiona”, 16 de mayo de 2004, El Informador).

Las muestras de rechazo a Elba Esther Gordillo no se agotaron en el interior del estadio donde se celebró el evento –en un fuerte contraste con la reacción hacia Marta Sahagún, quien recibió “su propia ovación” (“Vicente Fox desilusiona”, 16 de mayo de 2004, El Informador). En las calles de Zapopan hubo manifestaciones de profesores, “para repudiar

el ‘cacicazgo’ que la maestra Elba Esther ha encabezado durante 15 años al frente del SNTE” (Rello, 16 de mayo 2004, Público). Las inconformidades de los maestros siguieron durante el año –y siguen hasta el día de hoy. En octubre del 2004 El Informador incluyó en su primera plana otra marcha por el centro de la ciudad de Guadalajara. En ella los maestros protestaron por las reformas del ISSTE y exigieron, “un incremento al presupuesto en la seguridad social”. Acusaron al presidente Fox “y a sus cómplices” - principalmente a Elba Esther Gordillo- de violentar sus conquistas laborales (“Marchan maestros”, 30 de octubre 2004, El Informador).

La imagen mediática de Gordillo resulta altamente contrastante con las de Paredes y Sauri pues mientras las opiniones de todas ellas son recogidas por los medios, las de la primera invariablemente llevan una nota estridente y escandalosa. La corrupción, el cinismo y hasta la perversidad constituyen los subtextos normalmente asociados a la “profesora”. Esto se puede ver en las secciones de humor, como con la “Ley de Madrazo, Elba Esther y Cervera Pacheco”, una de las leyes de Murphy de la política mexicana, que establece: “La organización de cualquier burocracia se parece a una fosa séptica. Los trozos más gruesos siempre suben a la superficie” (QRR, 16 de mayo 2004, Público). O en una de las propuestas para evitar el desafuero de López Obrador: “Secuestrar a Elba Esther Gordillo y prometer su liberación en caso de desafuero” (Tonatiuh, 13 de agosto 2004, Público). Pero aún no he terminado con ella porque voy a continuar con el escándalo.

Elba Esther Gordillo: escándalo, corrupción y maldad

Elba Esther Gordillo “la maestra mala” (Revueltas Retes, 16 de mayo 2004, Público) es un personaje que ha estado rodeado por el escándalo. Desde el caso de espionaje telefónico que protagonizó con Jorge Castañeda en el 2003 y que un año después todavía era recordado por un articulista por mostrar: “una sabrosa muestra de fluido lenguaje coloquial” (Revueltas Retes, 27 de mayo 2004, Público); hasta la lucha de poder entre ella y Roberto Madrazo, cuando estaban vinculados como presidente y secretaria general del PRI; pasando por conflictos con el sindicato que dirige y por los que algunos periodistas le llaman “la Hoffa”.

El 2004 arrancó con señalamientos a Madrazo y a Gordillo, a quienes se les pedía que “dejaran de soñar” con que los videoescándalos que expusieron al PRD, solamente: “encueran a sus opositores” ya que, “ellos mismos, padres fundadores de la corrupción... son encuerados... junto con los... Dolores, René, Gustavo y Marta” (Díaz Garza, 6 de marzo 2004, Mural). No sólo se les comparó en términos de corrupción, también se habló de que la maestra -junto con el entonces diputado Roberto Campa- pudo ser quien distribuyó los videos (Riva Palacio, 27 de marzo 2004, El Informador).

Los cuestionamientos de los maestros hacia la elección de Gordillo como presidenta del SNTE por considerarla una “designación ilegal” que “obstaculiza la democratización del gremio” también ocuparon páginas de la prensa (Del Valle, 18 de marzo 2004, Mural). Estos cuestionamientos fueron repetidos por articulistas como Catón, quien aseguró que dicha elección se llevó a cabo, “por encima de toda norma y de la decencia”, y que al referirse a Elba Esther como, “la lideresa moral” del SNTE, aclaró: eso de “moral”, “es un decir” (Catón, 18 de marzo 2004, Mural). La “elección” levantó polémica ya que se acusó a una parte del gremio de realizarla, “a puerta cerrada” (“Elba Esther es ahora”, 18 de marzo 2004, El Informador). También se le acusó de continuar la política económica de Salinas de Gortari a través del control del SNTE, aceptando recursos de “políticos dispuestos a todo con tal de que nada cambie en el país” (González Escobar, 4 de abril 2004, El Informador).

En mayo, “la polémica secretaria del PRI”, llegó a Guadalajara. Y, para no decepcionar a nadie, lo hizo: “con una nueva controversia detrás... y es que la señora nunca vuelve al primer plano por asuntos menores” (“La Tremenda Corte”, 7 de mayo 2004, Público). En aquella ocasión el candidato de su partido a la gubernatura de Aguascalientes, Oscar González Rodríguez, acababa de acusarla de ofrecer, “el apoyo del magisterio de Aguascalientes a favor de los candidatos del PAN, a cambio de compromisos de un futuro manejo del Instituto de Educación”. Se dijo incluso que existía una grabación como prueba, pero ésta nunca apareció. Para hacer más dramático el asunto, el candidato, “hizo responsable de cualquier cosa que a él le ocurra, a Gordillo y al gobernador y dijo que su renuncia es irrevocable, a menos que la profesora Elba Esther presente la suya” (López & Zaragoza, 7 de mayo 2004, Público). Los trascendidos de Público llegaron a reconocerle el poder de definir la gubernatura misma, al afirmar que el candidato pactó su renuncia con Roberto Madrazo (en ese entonces dirigente nacional del partido), con el propósito de, “crear el ‘clima’ para la eventual expulsión de la secretaria general del partido” (“Trascendió”, 10 de mayo 2004, Público).

El conflicto entre Madrazo y la “maquiavélica” Gordillo –según un “muy influyente mexicanólogo estadounidense” (Fernández Menéndez, 12 de julio 2004, Público), se inició a finales del 2003, cuando ambos dirigían al PRI. Vale recordar que llegaron juntos a esa dirigencia, como una fórmula que derrotó al grupo de Beatriz Paredes en el 2002. Sin embargo su alianza no sobrevivió mucho tiempo, y en diciembre del 2003 el tema de la reforma fiscal los enfrentó públicamente: “ella, desde la posición de promover el ajuste fiscal foxista, y él, abanderando el compromiso de su partido para no gravar con el impuesto al valor agregado (IVA) alimentos y medicinas”. El conflicto se extendió durante el 2004, cuando ambos estaban “velando armas, acumulando espacios de poder propios” y cuando “el equilibrio de fuerzas” no era, “tan desproporcionado como algunos creen a la hora de luchar por el control del PRI” (Fernández Menéndez, 18 de marzo 2004, Público). Hoy esos conflictos aún dividen al partido, aunque en su momento se llegó a afirmar que: “hay quienes consideran que el enfrentamiento entre Madrazo y Gordillo fue ‘anecdótico’ y sirvió para llenar espacios y tiempos en los medios de información” (Pérez Silva, 3 de enero del 2004, La Jornada).

En enero del 2004 el PRI anunció una tregua para no exigir la remoción de Gordillo de su puesto (Guerrero, 28 de enero, 2004, Mural). El conflicto pudo haber desencadenado la salida tanto de Gordillo como de Madrazo, ya que llegaron juntos a sus respectivos puestos (Granados Chapa, 27 de enero, 2004, Mural). Esto no sucedió durante el 2004, pero los enfrentamientos, tanto en la prensa como fuera de ella –con manifestaciones de violencia entre grupos de maestros- estuvieron a la orden del día. El conflicto fue desde chismes de que Gordillo declinaba invitaciones a tomas de protesta de gobernadores priistas al enterarse que Madrazo estaba también invitado (Trascendió, 9 de julio 2004, Público) hasta el, “encontronazo” entre ambos por el liderazgo de la Cámara de Diputados, en donde Madrazo demostró ser un “animal político” que sabía sortear todo tipo de obstáculos: “Es más, del Consejo Político Nacional salió ¡hasta con un besito de la profesora Gordillo!” (Cisneros, 5 de febrero del 2004, El Informador). Pero aunque la prensa destacó “el besito” de Gordillo como un triunfo de las habilidades políticas de Madrazo sobre las de “la maestra”, creo que no se le hizo justicia a las superiores capacidades de ella. Ese gesto fue un derroche de astucia y humor negro, con el que supo encajar “suavemente” una inevitable derrota pública. Un gesto que le permitió ganar tiempo para seguir en la guerra y, eventualmente, sobrevivir a la gran debacle del propio Madrazo en las elecciones del 2006.

En agosto del 2004 el Consejo Político del PRI en Oaxaca incluso, aprobó “por unanimidad una resolución para enviar al CEN una solicitud formal de expulsión” contra la maestra y el ex gobernador Diódoro Carrasco por “alta traición”. La acusaron de ir en contra de la candidatura del actual gobernador, Ulises Ruiz y de aliarse al gobierno del panista Vicente Fox. Con estos argumentos una diputada local pidió, “la expulsión de esta nefasta mujer” (Rendón & Morita, 13 de agosto 2004, Mural). Frente a esto se le preguntó al líder de los diputados panistas Francisco Barrio si habían “contactado” a la profesora “para sumarla al partido”, pero él lo descartó (Descarta Barrio, 13 de agosto 2004, Mural). Desde el 2004 también se estaba gestando y gestionando la creación del partido Nueva Alianza y se dijo que el sindicato, encabezado por Gordillo, “regaló camionetas último modelo a los secretarios generales de cada sección del SNTE ‘a cambio de que promuevan en sus respectivos estados la creación del Partido Alianza’” (Garfias, 6 de noviembre 2004, Público).

Lo interesante es que si bien los medios persiguen a la “maestra” Gordillo, denunciando sus maniobras, con escándalo, tras escándalo, ella continua en su puesto sorteando los temporales. Su perfil sigue siendo altísimo en el 2007. En enero, un editorialista de El Universal se preguntaba: ¿Qué hacemos con Elba Esther? Y reflexionaba: “A estas alturas ya no está tan claro si Elba Esther Gordillo es aliada de Felipe Calderón o habrá de convertirse en judas del sexenio, pero no hay duda de que está metida hasta la cocina de la estructura gubernamental” (Zepeda Patterson, 7 de enero 2007, El Universal). Esta percepción no ha cambiado, en mayo por ejemplo fue tema de al menos dos cartones políticos. En uno de ellos le cambia las siglas a la Secretaría de Educación Pública (SEP), por SPE (Secretaría Particular de Elba Esther), esto con la aprobación de una Josefina Vázquez Mota a quien no le importa subordinarse a “la maestra” con tal de retener su hueso (Figura 5.1). En otro, publicado originalmente en Milenio y reproducido por el blog de humor político Sacatrapos, aparece como el poder detrás del presidente Felipe Calderón (Figura 5.2). Uno de los lectores del blog hizo un comentario demoledor: “Elba no es parte del gobierno, ES EL GOBIERNO” (Sacatrapos, 2007, s/p).

Figura 5.1. Perujo, 23 de mayo 2007, El Economista.

Figura 5. 2. Kabeza, 25 de mayo 2007, Milenio Diario.

Aunque Thompson afirma que el escándalo puede ser un arma poderosa para desacreditar a un político, el caso de Elba Esther desafía a la teoría, ya que a pesar de haberlos protagonizado todos, siempre logra sorprendernos con uno más y seguir firme en la escena pública. Su poder lejos de decrecer, ha ido en aumento.

Dolores Padierna

Esta ex diputada del PRD también ejemplifica la visibilidad que otorga el escándalo. La mayoría de los diputados no se caracteriza por ser una figura mediática –y menos las diputadas. Las notas que giran a su alrededor normalmente no se enfocan en ellos, sino en sus propuestas de ley, por lo que se trata de personas hasta cierto punto anónimas. Dolores Padierna se convirtió en una figura visible a finales del 2000, cuando como delegada del DF protagonizó el escándalo del Lobohombo. En el 2004, ya como diputada, su nombre aparecía de vez en cuando en la prensa en relación a alguna iniciativa. Pero lo que la colocó nuevamente bajo los reflectores fue nuevamente la corrupción, así como su cercanía con

López Obrador: “Padierna, lideresa de ambulantes que venden toneladas de contrabando... la chusma lumpen de Padierna que le hace las marchas a López” (González de Alba, 13 de septiembre, Público). En algunas ocasiones ella aparecía directamente implicada en este tipo de situaciones, en otras de manera indirecta, como “defensora” de su marido, René Bejarano como lo muestra el siguiente cartón:

Figura 5.3. Chavo, 17 de octubre 2004, Mural.

Así en “La resortera” -sección de humor de Mural- una Padierna ficticia declara: “A René Bejarano le pusieron un quart ” (Tagle, 6 de marzo 2004, Mural). La participación de la diputada en la defensa de la reputación de su marido llegó al punto en que destacados perredistas debieron negar que su bancada, “en la cual participa también Dolores Padierna, esposa del indiciado se entrometa de manera ‘convenenciera’ en el procedimiento” de desafuero que después se llevó en contra de Bejarano (Osorno & Cárdenas, 6 de marzo 2004, Público). Con este caso resurgieron antiguas acusaciones contra la pareja, calificada como “incondicional” de López Obrador (Sánchez Susarrey, 28 de agosto de 2004, Mural). Así lo evidencia una carta a Mural en la que un lector critica el “cinismo” de Bejarano al defenderse a pesar de las evidencias –video- en su contra. Y espera, “que los medios revivan las acusaciones de hace algunos años de fraude en viviendas, junto con Dolores Padierna” (Escobar, 18 de marzo 2004, Mural). Este caso, en el que también se vio involucrado “el hermanito de la Padierna”, así como el de Lobohombo también reaparecieron en las columnas de Carlos Marín (27 de mayo 2004, Público) y Ciro Gómez Leyva (10 de mayo 2004, Público).

Después del escándalo, Padierna denunció una caza de brujas en su contra y aseguró que tanto dentro como fuera del PRD hay, “quienes quieren desaparecer la fuerza política” representada por ella y su esposo: “Pensaron que me habían matado políticamente pero no pudieron, y ahora sólo si nos matan físicamente nos podrán quitar” (Tengo autoridad moral, 9 de julio 2004, Público).

En julio la diputada anunció que presentaría una “controversia ante la Suprema Corte de Justicia por la transferencia ilegal de pagarés del FOBAPROA al IPAB”. Y con ello, “los banqueros no hacen más que reírse de su falta de memoria. La legisladora, dicen los banqueros, habló de ‘legalidad’, ‘transparencia’ y ‘entrega de cuentas’ al IPAB, mientras en su casa no se da con claridad ninguna de estas exigencias, empezando por su marido René Bejarano.” (Trascendió, 12 de julio 2004, Público).

Durante el proceso legal en contra de su cónyuge, Padierna se convirtió en algo así como su vocera, informando a los medios sobre todos los movimientos de Bejarano y sus abogados (Bejarano no irá, 8 de noviembre 2004, El Informador). Sus declaraciones eran material para los titulares: “Inventó PGJDF el delito de lavado: Padierna” (8 de noviembre 2004, Público). Esto no sucedió por ejemplo con Carlos Ímaz, cuya esposa, Claudia Sheimbaun, mantuvo siempre un bajo perfil hasta el 2005 y 2006 cuando se convirtió en una de las personas más cercanas –y visibles- de López Obrador.

En octubre unas llamadas telefónicas entre Bejarano y Padierna fueron utilizadas para “tratar de implicar” a López Obrador en los casos de corrupción, sin embargo se dijo que aquellas grabaciones ilegales “no prueban nada” (González Escobar, 17 de octubre 2004, El Informador). Días después un diputado panista los incluyó en una calavera que leyó en la tribuna y que estaba dedicada a López Obrador:

Transparencia disfrazada,
con honrados servidores:
Bejarano, Ponce, Ahumada,
solapados por Dolores.
(Calaveras en tribuna, 30 de octubre 2004, Mural).

También en octubre, “Madame Bejarano”, una de los, “más letales enemigos” del PRD, por “nacos y rateros” – definiendo a un naco como, “alguien que no respeta a los demás y que, aunque lo ignore no se respeta a sí mismo porque rompe las reglas de la convivencia” (Becerra- Acosta Molina, 11 de octubre 2004, Público)- desató furiosas descargas de tinta cuando “atacó” al Presidente de la Cámara, Manlio Fabio Beltrones con su, “guardia pretoriana hecha de peleonas disfrazadas de luchadoras sociales” (Revueltas Retes, 11 de octubre 2004, Público). En una, “estampa elocuente de un golpe de estado”, “la inefable diputada Padierna” ocupó, “por la fuerza el asiento que corresponde al Presidente de la Cámara” (Silva- Herzog Márquez, 11 de octubre 2004, Público). Como consecuencia, Beltrones se vio obligado a suspender la sesión.

Padierna tampoco escapó del humor, como se pudo leer en un Domingrillo dedicado a tres mujeres corruptas: el “cochinito pibil de Rosario”; Dolores Padierna, que no es precisamente la “pequeña lulú”, sino la “bruja Ágata”; y “la guapa esposa” de Muñoz Leos -dirigente de PEMEX que tuvo que renunciar a su cargo después de que se hizo público el hecho de que dos cirugías plásticas de su esposa fueron pagadas con dinero de la paraestatal- la cual “no desentonará si coincide con Rosario y Dolores los días de visita conyugal” (Flota, 8 de noviembre 2004, Mural).

Actualmente Dolores Padierna es líder de la corriente Izquierda Democrática Nacional, una de las “tribus” del PRD, y secretaria de Planeación del CEN de su partido . Su presencia mediática ha disminuido, aunque no ha desaparecido. En el 2007 fue una de las perredistas que se opuso a la alianza para postular a la ex panista Ana Rosa Payán a la gubernatura de Yucatán, argumentando que se trataba de una representante de la “ultraderecha” (Ochoa, 9 de febrero 2007, El Universal).

Rosario Robles: El escándalo amoroso.

En febrero de 2004 Marcela Gómez Zalce decía que, “mientras los blanquiazules se le van al cuello a Marta Sahagún, en el PRD no cantan mal las rancheras... irán también con todo contra su ex lideresa, Rosario Robles” (Gómez Zalce, 13 de febrero 2004, Público). Y así fue, después de varios meses de conflicto, Robles se vio obligada a renunciar a su partido en marzo del 2004. El enfrentamiento se hizo público en febrero, cuando el PRD inició una auditoría a la administración de su ex presidenta (López, 5 de febrero 2004, Público). Los trascendidos de Público aseguraban que estas acciones en contra de Robles tenían un claro trasfondo político: las “tribus perredistas” le estaban cobrando, “el ‘agravio’ de no dejar ‘ir solito’ por la candidatura a Andrés Manuel López Obrador”, al apoyar las aspiraciones de Cuauhtémoc Cárdenas. La columna también decía que Cárdenas era el único que “podría hacer volver las aguas a su cauce y evitar el linchamiento de Robles” (“Trascendió”, 9 de febrero 2004, Público). Sin embargo, lo que más le pegó a Robles, fue que las acusaciones de corrupción se combinaran, meses más tarde, con el escándalo amoroso de su relación con Carlos Ahumada. Con eso, la carrera de la ahora ex-perredista sufrió una estrepitosa caída.

Sobre las acusaciones iniciales en su contra, Robles exigió a su partido una disculpa pública, “por el daño que se me ha hecho” (Pérez, 9 de febrero 2004, Público), y se defendió alegando que la deuda contraída durante su presidencia, “es la deuda del PRD” y no la de Rosario. Aseguró que bajo su liderazgo el partido mejoró su posición y aumentó el número de sus diputados, y cuestionó: “¿Qué debí haber hecho cuando asumí la responsabilidad de lograr un avance para el PRD? ¿Debí haber actuado de manera conservadora, perder diputados... para que mis detractores estuvieran contentos y no sintieran amenazados sus intereses?” Aprovechó también para acusar a la administración de Amalia García –anterior presidenta del partido- de ser “desordenada y con problemas” (Pensamiento, 9 de febrero 2004, Mural).

La declaración que todos los periódicos resaltaron el día que se desató este escándalo fue un mensaje que Robles le envió al secretario general del partido donde le reprochaba las acusaciones, ya que él estuvo siempre enterado de los gastos realizados durante su gestión. Su reclamo: “A veces se necesita tener pantalones para reconocer este tipo de acusaciones” (“Rosario Robles se dice víctima”, 9 de febrero 2004, El Informador).

Rosario Robles se convirtió en uno de los símbolos de corrupción en el país, como lo muestra el siguiente comentario del monero Patricio al declararse “candidato independiente a la presidencia”: “como en la financiación de mi campaña no contaré con dinero público (por ahora), he invitado a los siguientes ciudadanos a integrarse a mi comité de allegamiento de recursos: Carlos Ahumada, Rosario Robles, Lino Korrodi, Gustavo Ponce, Romero Deschamps y Marta Sahagún (Patricio, 27 de marzo 2004, Público). Un argumento similar estaba detrás de un test que pretendía medir la mexicanidad del lector. Allí, el primer reactivo -de nueve- preguntaba lo que haría si: “Chayito Robles lo manda por un maletín lleno de dinero a las oficinas de Carlos Ahumada”. Las tres opciones que se presentaban eran:

- a. Usted va por el maletín, pero se pela con la pachocha a Cuba
- b. Usted le paga 2 mil pesos y dos kilos de cocaína a un chalán para que lo recoja; luego lo mata y se pela para las Vegas con Gustavo Ponce .
- c. Usted va por el maletín, se llena los bolsillos con fajos de lana y dice en voz alta “con este varo me voy a trepar un travesti pa’ toda la noche” (Tonatiuh, 24 de abril 2004, Público).

Sin embargo, lo que hizo que el sensacionalismo alcanzara otros niveles, fue la ventilación de detalles íntimos de la relación amorosa con Carlos Ahumada. Esto, en combinación con los actos de corrupción, dejó la reputación de Rosario Robles, “ahumada y tiznada” (Tagle, 6 de marzo 2004, Mural). Rosario dejó de ser representada como un personaje activo, responsable de sus actos -lícitos o ilícitos- para volverse una víctima pasiva de sus pasiones. Y aunque esto suene a un gastadísimo lugar común, funcionó para los medios. Su castigo -la expulsión de su partido- se fundamentó en consideraciones legales. Fue un castigo a sus actos de corrupción, pero llevaba un poderoso subtexto: se lo merecía –tal vez más que otros- por pasional.

Creo que en su caso la prensa se caracterizó por caer en excesos. Excesos que para algunos periodistas eran precisamente lo que, parafraseando a Levario Turcott, caracterizaba a la entonces “recién” conquistada libertad de prensa:

Profesionales de la noticia en más de una ocasión han generado entornos preocupantes, porque dentro del aliento de las libertades democráticas de México han llegado a transgredir otros derechos, tanto el de la información, paradójicamente, como el que según la ley le asiste a cualquier ciudadano para no ser acusado sin pruebas o para no ver violada su vida privada o su derecho de réplica frente a esos y más atropellos- esto, también en abierta contradicción entre los principios del periodismo y su ejercicio cotidiano (Levario Turcott, 2002: 14).

Un buen ejemplo fueron fragmentos de cartas y correos electrónicos que René Bejarano exhibió como “pruebas” de que Robles estaba involucrada en actos de corrupción. Varios de estos fragmentos eran de cartas íntimas entre Robles y Ahumada, y fueron reproducidos por algunos medios de comunicación:

Bejarano habla de los correos electrónicos de Carlos Ahumada que habría enviado a Rosario Robles y otras personas ¿Quién los vio?... Bejarano también distribuyó, ahí sí, con simple y tradicional mala leche, una supuesta carta de Rosario Robles a Ahumada ¿Alguien la vio? ¿Alguien comprobó si está firmada por Rosario? (Fernández Menéndez, 8 de noviembre 2004, Público).

No se puede pensar que con esto los medios de comunicación pretendieran transparentar el ejercicio político. Pero el gran interés por la relación sentimental entre Robles y Ahumada era evidente. Uno de los primeros indicios de ello fueron unas declaraciones de Ramón Sosamontes -ahora también ex perredista, compañero y amigo cercano de Robles- quien al ser presionado por los reporteros dijo: “sólo puedo hablar de la relación funcionaria-empresario; lo demás es cosa que sólo compete a cada uno de ellos”. Sin embargo también afirmó que los involucrados en los videoescándalos y, “los integrantes del CEN en su momento acudieron a las fiestas que organizaba Carlos Ahumada y también a las que Robles los invitaba y asistía acompañada de Ahumada” (Pensamiento, 6 de marzo 2004, Mural).

La ventilación de la vida privada de Rosario Robles la colocó en una posición vulnerable, y los medios sacaron provecho de ella. Días antes de renunciar al PRD Robles declaraba: “Me duele muchísimo que frente a la irresponsabilidad de unos nos quieran arrastrar a los otros; yo sólo he trabajado por mi partido y sólo he recibido insultos”. La misma nota destaca que en una entrevista radiofónica la ex lideresa del PRD, “dijo sollozando”: “Carlos Ahumada apoyó mi campaña a cambio de nada, más que del favor de la amistad y el cariño que sentía por mí” (“Le pegan a AMLO”, 6 de marzo 2004, Mural). Allí comenzó la construcción de una mujer sentimental y vulnerable –hasta Brozo se mostró “acongojado cuando... lloraba explicando sus problemas con el PRD y su relación con Ahumada” (Fosado, 6 de junio 2004, Público)- que contrasta con la imagen de una política profesional, la imagen que ella misma había alimentado y buscó construir: la de una dura política profesional.

A excepción del gobernador de Michoacán, Lázaro Cárdenas Batel, quien pidió al PRD “una oportunidad” para que Robles explicara su relación con Ahumada, antes de decidir su futuro dentro del partido (“Recomienda Cárdenas”, 6 de marzo 2004, Mural), la mayoría de los perredistas –incluso sus mayores aliados- le dieron la espalda. Sergio Sarmiento dio su punto de vista acerca de las razones:

Lo curioso del caso es que –hasta donde yo puedo ver- a Rosario se le acusa hasta el momento simplemente de haber sido un vehículo para la tentación... la responsabilidad final debe estar con aquellos que entregaron el soborno y, sobre todo, con aquellos que lo recibieron. No hay videos que muestren a Robles recibiendo donativos ilegales... Hay otro pecado que muchos perredistas le endosan a Rosario, aunque no se atrevan a hacerlo abiertamente. Es el hecho de que por su relación con Carlos Ahumada, ella empezó a llevar una vida que a muchos de sus correligionarios les hacía sentir incómodos... les parecía incorrecto que Rosario se trasladara de un lugar a otro en avión privado aunque fuera prestado (Las cursivas son mías) (Sarmiento, 18 de marzo 2004, Mural).

La referencia a Robles como “vehículo para la tentación”, así como a los “pecados” remite a los estereotipos que giran alrededor de las mujeres. De manera muy interesante en este párrafo Sarmiento combina dos discursos, uno moral-religioso-cristiano para hablar directamente de Rosario y otro que podríamos llamar “civil”, más propio de un analista político cuando se refiere a los otros. Incluso antes del escándalo amoroso Rosario Robles ya era retratada como una mujer traicionera -otro estereotipo. En “Hablando de mujeres y niurkazos”, Jairo Calixto Albarrán se refiere al, “triste caso del ingeniero Cárdenas”, quien necesita de:

Una Chayito Robles que trabaje de su guarura para poder deshacerse de sus enemigos... Cárdenas necesita de los buenos oficios destroyers de Rosario... para deshacerse del incómodo tabasqueño ... A ver que cara pone don Cuauhtémoc cuando, a la hora buena, doña Rosario, esa chica supertendenciosa, le aplique su niurkazo (Albarrán, 24 de febrero 2004, Público).

Siguiendo con el artículo de Sarmiento, éste afirma que es importante investigar a Robles, sin embargo aclara, “hasta el momento no siento creíble la explicación de que Ímaz y Bejarano se vieron obligados a recibir maletines llenos de dinero porque Rosario lo pidió”. Finalmente dice: “en lo que concierne a la relación personal de Rosario con Ahumada, estoy convencido de que cada quien tiene el derecho de hacer lo que se le antoje con su vida” (Sarmiento, 18 de marzo 2004, Mural).

La prensa en general no compartió esta convicción, por el contrario, se dedicó a explotar esta parte del escándalo. Así, la vida amorosa de Robles se convirtió en la burla de los periodistas y columnistas. Frases como: “la otrora Chayo Robles, hoy la romántica Rosario” y “su pibe Ahumada Kurtz” (Baruqui Michel, 18 de marzo 2004, El Informador) se hicieron cada vez más comunes. Los lectores tampoco se mantuvieron al margen. En una carta a Mural, uno de ellos habla sobre los casos de corrupción del gobierno del DF y sobre el papel que jugó Ahumada y, “su amada Rosario Robles” (Márquez, 22 de marzo 2004, Mural).

Las columnas de humor tampoco desaprovecharon el romance Robles- Ahumada – “el ex novio incómodo de Rosario” (Revueltas Retes, 3 de junio 2004, Público). Tacho, monero y comentarista de Público-Milenio, por ejemplo pensó en las chácharas que quedaron en el Monte de Piedad después de un incendio, como el “chayocochinito”:

Aunque muchos dicen que el verdadero cochinito que le achacaban a Rosario Robles se haya detenido en Cuba y responde al nombre de Carlos, empleados del Montepío confiaron que el cerdito de barro que aparece en la foto pertenecía a la ex perredista que lo atesoró

desde que formaba parte del sindicato de la UNAM y que la acompañó a la fundación del PRD (Tacho, 25 de abril 2004, Público).

Cuando se habló de la posible devolución de los equipos de fútbol de Ahumada, el mismo Tacho sugirió renovar la escuadra, y a este dream team imaginario le llamó: “Ahumada y los panzas verdes”. El equipo propuesto por Tacho estaba conformado por diferentes políticos -y en la portería: Gloria Trevi. No podía faltar Rosario Robles a quien propuso como: “Aguadora, curandera, sicóloga, animadora, encargada de las public relations y de redactar los discursos ante la derrota o la victoria, la chambeadora Rosario Robles al menos demostró que cuando se pone una camiseta nunca la traiciona, siempre y cuando sea Chanel” (Tacho, 29 de septiembre 2004, Público). Con esto se burlaba también de los rumores que se dieron sobre el cambio de look de Robles (antes y después de conocer a Ahumada), ya que pasó de un look de luchadora social a un look Chanel -gracias al dinero de Ahumada.

Por su parte Juan Alberto Vázquez elaboró diferentes propuestas para levantarle un monumento a Ahumada. Uno de ellos se titula “Love is all you need”, en él se ve a Rosario Robles desnuda a los pies del empresario, y lo describe así:

A las grandes historias de amor e intriga, pasará la celebrada por Carlos y Rosario a quienes la intriga interna, el complot externo y el mandato de la pasión, los llevó al estrepitoso derrumbe de sus respectivas carreras. Quien los presentó ahora debe estar sufriendo... o celebrando (Figura 5. 4) (Vázquez, 18 de abril 2004, Público).

Figura 5.4. Vázquez, 18 de abril 2004, Público.

El “Domingrillo” de Mural relató su propia versión de los videoescándalos: “Y aparecieron los videos, mezclados con películas como ‘Casablanca’, interpretado por Humphrey Ahumada y Rosario Bergman” (Flota, 16 de mayo 2004, Mural).

En “QRR” se publicaron las, “Leyes de Murphy en la política mexicana”. El documento incluía las fotografías de ocho personajes de la política nacional, todos hombres, excepto por Rosario Robles a quien le dedicaron la “Ley nocturna a Rosario”: “tan pronto aterrices en una tierra paradisíaca para prodigarte un merecido descanso, un espinoso asunto te hará volver a tu hogar”. Esto en alusión al viaje que hizo a Cuba con Ahumada antes de que se destapara el escándalo (QRR, 16 de mayo 2004, Público).

Por su parte, Robles negó estar involucrada en los negocios turbios de Ahumada y dijo, “lo que no me parece es que amigos muy queridos, por salvarse hoy, hagan una historia para limpiarse las manos y culparme a mí” (Aquí ya es, 6 de marzo 2004, Público). Este fue el caso de Carlos Ímaz quien aseguró que Robles, “fue ‘utilizada’ por Carlos Ahumada para comprar voluntades” (Rosario recomendó, 6 de marzo 2004, Público) e incluso que se encontraba “imposibilitada para decir la verdad”, por la naturaleza de su relación con el empresario: “esta mujer vino a defender a Carlos Ahumada y a ella misma, no a la verdad” (Porras, 27 de mayo 2004, Público). Robles por su parte reconoció: “para mí es una cuestión dolorosa porque Carlos Ímaz es una persona a la que siempre he querido, lamentablemente al corazón no se le manda; uno quisiera decir: ‘corazón ya no sientas, y olvida todos esos años que compartimos’... recuerdos... experiencias... luchas” (Ferrer, 16 de mayo 2004, Mural). Frente a estas declaraciones, la imagen de Robles pasó, según

Federico Arreola, de: “luchadora sindical a cómplice de corruptelas víctima de sus sentimientos” (Arreola, 27 de mayo 2004, Público).

A raíz del escándalo el PRD decidió finalmente suspender los derechos de Robles, Sosamontes e Ímaz como miembros del partido. Esto sucedió el 5 de marzo del 2004 (El PRD castiga, 6 de marzo 2004, Público). Para Rosario Robles y algunos analistas se trató claramente de un linchamiento político, cuyo proceso y resultado final –la expulsión- fue calificado por otros como un “juicio mediático” (Paz Pérez & Arroyo, 4 de abril 2004, Público). Meses más tarde, en julio, se hablaba de que el partido realizaba una “caza de brujas” con el objetivo de: “limpiar al PRD de todo lo que se acerque a Rosario Robles y su corriente”. Llama la atención que el mismo columnista proponía: “apostar a lo nuevo, a lo sensato, por lo menos a sus intentos”. Y con ello se refería específicamente a personas como: Amalia García, Ricardo Monreal, Enrique Jackson y Beatriz Paredes (Fernández Menéndez, 12 de julio 2004, Público).

Incluso Carlos Fuentes opinó sobre el caso, ya que su novela La Silla del Águila –publicada un año antes del escándalo- curiosamente comparte coincidencias con la política nacional: “todos los días se cumple un capítulo”, como que el personaje principal se llama Rosario y “su amante es un tipo chueco, ¡catalán!... no argentino, que equivale a lo mismo” (Rodríguez, 4 de abril 2004, Público).

El escándalo siguió durante el resto del año. En octubre Rosario Robles reapareció en las primeras planas por una investigación que se abrió en su contra por delitos electorales. Se presumía que Ahumada firmaba pagarés para cubrir sus gastos de campaña – para convertirse en la presidenta de su partido- ya que el propio PRD no contaba con los recursos que se utilizaron para la misma (Alzaga, 31 de octubre 2004, Público). Robles respondió que se trataba de “una calumnia”, mientras, “la diputada federal y esposa del asambleísta con licencia, René Bejarano” acusó a la Procuraduría del DF de proteger a la ex presidenta nacional del PRD al “simular” una investigación (El PRD rastrea, 1 de noviembre 2004, Público). Por su parte el entonces secretario general del PRD, Carlos Navarrete, aseguró que a su partido “le duele” tener información que comprobaba que “dirigentes de primer nivel”, entre ellos Rosario Robles, “fueran nublados por su ambición” y llegaran a “coludirse con los adversarios históricos del proyecto perredista”, como Salinas de Gortari (Berúmen, 4 de noviembre 2006, Público). Estas declaraciones se dieron poco después que Bejarano acusara a Robles Berlanga de formar una alianza con Salinas y Ahumada para armar un complot contra López Obrador (López Obrador a favor, 30 de octubre de 2004, El Informador).

Esta situación pasó también por las secciones de humor político:

En medio del ambiente navideño de linchamiento y asesinatos, Bejarano aprovechó para escaparse a la posada de Rosario Robles donde, con el pretexto de darle a la piñata, le dio tremendo palazo en la choya a Chayo. No pierdas el tino (Tonatiuh & Vázquez, 10 de diciembre 2004, Público).

Tampoco podía faltar en el recuento de los eventos más destacados del año, por lo que las páginas dedicadas a “la memoria” del 2004 de Mural, incluyeron los videoescándalos que “alcanzaron” a Robles, Sosamontes e Ímaz, quienes “tuvieron que renunciar al PRD el 10 de marzo” (Y para la memoria, 31 de diciembre 2004, Mural).

Para terminar creo que uno de los pocos que durante el 2004 se expresó positivamente de Robles fue Ciro Gómez Leyva, quien en octubre, en una dura crítica hacia un PRD

representado por Padierna, López Obrador y Pablo Gómez escribió: “¿En dónde quedaron las valiosas enseñanzas de figuras de izquierda como Heberto Castillo, Porfirio Muñoz Ledo, Ifigenia Martínez, de las propias Amalia García y Rosario Robles?” (Gómez Leyva, 11 de octubre 2004, Público).

Aparentemente el 2004 acabó con la carrera política de Rosario Robles. Y digo aparentemente porque en el 2006 Robles reapareció en la vida pública como posible candidata del partido Convergencia a la Jefatura del DF –pretensión severamente criticada por los medios. Este mismo año, antes de las elecciones, El Universal publicó unas llamadas entre la ex perredista y Carlos Ahumada –desde la cárcel. Dichas llamadas al parecer fueron filtradas por el propio Gobierno del DF para acusar al empresario de otro complot contra el candidato del PRD a la presidencia. Lo cierto es que Rosario Robles no ha desaparecido, y desde el 2006 expresa su opinión como columnista de Milenio y forma parte, junto con María de las Heras y otras cuatro mujeres de “Sostén, Centro de Inteligencia”, que pretende colocar a las mujeres en el poder, y que en mayo pasado se anotó una victoria con su primera cliente: Ivonne Ortega, gobernadora electa de Yucatán. También en mayo del 2007 “Chayito Superstar” debutó, en una función única para apoyar a mujeres con cáncer de mama, en la obra de teatro “Los Monólogos de la Vagina”, convirtiéndose en la primera política mexicana en participar en esta provocadora puesta en escena. Casualmente el espectáculo coincidió con la liberación de Carlos Ahumada provocando que los periodistas presentes en la función se preguntaran “¿Qué cara tendrá? ¿Cómo le habrá afectado la noticia? ¿Y si se equivoca a la hora de la función, aunque vaya a leer?” (“Rosario Robles”, 9 de mayo 2007, Milenio).

En este caso no solamente se trata de la política como espectáculo, sino de cómo una mujer ha sabido utilizar tanto el escándalo como el espectáculo para sacar provecho y aumentar su propia visibilidad.

Invisibilidad: El caso de Amalia García

Sin embargo, el caso de invisibilidad que me parece más trascendente es el de Amalia García. Esta zacatecana es hoy la perredista más poderosa y visible. En el 2004, el liderazgo de García, así como el de Rosario Robles, era reconocido por los medios y por supuesto por su partido. Cada una representaba una corriente dentro del PRD; la primera era lideresa del Foro Nuevo Sol –también conocidos como “Los Amalios”- y la segunda de Unidad y Renovación, junto con Cuauhtémoc Cárdenas (Berúmen, 11 de octubre 2004, Público). Amalia García no era ajena a los medios de comunicación: Durante la despedida de Brozo fue una de las personalidades de la política que aprovechó el espacio para demostrar que, “no hay rencor o que son muy diplomáticos” (Jiménez, 3 de junio 2004, Público).

Por lo general la imagen de Amalia García es positiva. A excepción de la acusación de Robles por malos manejos durante su dirigencia del partido, y una denuncia de abuso de poder en la Cámara de Diputados: “Ayer...la Cámara fue tomada como sitio de apalancamiento para dos diputadas que han pronunciado su interés en ser candidatas a las respectivas gubernaturas de su entidad federativa” (Bello, 27 de enero 2004, El Informador), García parece ser una de las políticas más respetadas.

Sin embargo parece que el respeto –a diferencia del escándalo- no genera visibilidad. En el 2004 la entonces legisladora fue propuesta –y poco después asignada- por el ex primer ministro portugués para presidir el Comité de Migración de la Internacional Socialista (IS). El propósito de dicho comité es analizar el fenómeno migratorio en el

mundo, con énfasis en América Latina. Quizá no fue un nombramiento trascendental para la política nacional o internacional, pero llama la atención que solamente El Informador lo incluyó en una muy breve nota (Nombramiento, 9 de febrero 2004, El Informador). Esto fue como un preámbulo de lo que sería el triunfo de García en las elecciones gubernamentales de Zacatecas.

La noticia fue cubierta por la prensa local, pero solamente El Informador le dio un espacio en su primera plana con el titular: “Amalia García hace historia en Zacatecas”. Tras ser acreditada como “la primera gobernadora electa en la historia de la entidad” García declaró que en su estado “no hay misoginia ni machismo”: “aquí hay una enorme simpatía porque se gobierne bien, y la gente no tiene prejuicios respecto a que sea hombre o mujer quien gobierne”. Frente a la polémica por la posible candidatura de Marta Sahagún, se le preguntó cómo veía la situación a nivel nacional: “igual, piden lo mismo, sean hombres o mujeres, lo que se pide es compromiso con el país y con la gente” (Amalia García hace historia, 12 de julio 2004, El Informador).

Los otros periódicos apenas le dedicaron espacio. Público sacó una breve nota cuyo titular era: “Felicita Fox a los virtuales triunfadores”. En ella se incluían los resultados de las elecciones en distintos estados, entre ellos Zacatecas donde ganó, “la perredista Amalia García” (Felicita Fox, 7 de julio 2004, Público). Una de las columnistas también mencionó el tema: “El gobernador de Zacatecas, Ricardo Monreal debe estar satisfecho por los resultados electorales en esa entidad, donde Amalia García triunfó en los pasados comicios del fin de semana por más de 60 mil votos de diferencia” (Gómez Zalce, 7 de julio 2004, Público). Parece que hasta en esta victoria histórica Marta Sahagún terminó por opacar a García Medina: “Ganó Amalia en Zacatecas: un desmentido más para doña Marta de Tedio. Las mujeres inteligentes llegan, con todo y machismo. Otras hacen chongos zamoranos. Y eso no está nada mal: hay quien los exporta” (González de Alba, 12 de julio 2004, Público).

La toma de protesta de la perredista siguió en el mismo tenor. En El Informador la noticia de, “García Medina es gobernadora” fue publicada en Breves de México, que es una sección donde van notas menores (García Medina, 13 de septiembre 2004, El Informador). Se le dedicó un espacio mayor a una nota donde el contexto fue la toma de protesta pero cuyo titular –y contenido– fue: “Coinciden López Obrador y Cárdenas”. La gobernadora aparece en la fotografía que acompaña al texto, pero lo hace sentada entre los dos protagonistas de la noticia (Coinciden, 13 de septiembre 2004, El Informador).

Mural por su parte le dedicó un espacio en la sección Estados. Breve también, pero al menos incluía una fotografía de García tomando protesta con el pie de foto: “Amalia García es la tercera mujer en el país en llegar a la gubernatura por la vía electoral”. La nota decía que la perredista “convocó a realizar una reforma democrática para consolidar la etapa de la transición en México y Zacatecas”. En el evento estaba, “vestida de rojo y negro y rodeada de la cúpula perredista” (Merlos & Salazar, 13 de septiembre 2004, Mural).

Granados Chapa dedicó un fragmento de su columna al tema: “Ayer domingo, Amalia García tomó posesión de la Gubernatura de Zacatecas. Es la primera mujer surgida de la oposición que asume el gobierno de una entidad”. Habló también de las mujeres que la han precedido en el mismo cargo: “Antes que ella fueron elegidas Griselda Álvarez en Colima y Beatriz Paredes en Tlaxcala. A su vez Dulce María Sauri y Rosario Robles desempeñaron también el poder ejecutivo en Yucatán y el Distrito Federal, como interinas cuando los gobernadores electos pidieron licencia”. Otro tema que tocó Granados Chapa es el de las relaciones familiares de las mujeres que se dedican a la política. Muchas de ellas vienen de familias que han seguido esta tradición : “Amalia García, cuyo padre... fue

gobernador de la misma entidad, designó como responsable del Instituto de la Mujer a la hija de otro gobernador priista, Aurora Cervantes” (Granados Chapa, 13 de septiembre 2004, Mural).

Siguiendo con la cobertura de la toma de posesión, me pareció muy significativo que la edición de Público de esa misma fecha no tuviera ni una sola nota dedicada al evento. Éste aparece únicamente como fondo para la reunión entre AMLO y Cárdenas, que sí mereció la primera plana: “Cuauhtémoc y AMLO pactan la unidad del PRD”. Ahí se menciona que, “viajaron juntos a la toma de posesión de Amalia García como gobernadora de Zacatecas”. En la nota interior el encabezado –y el contenido- sigue siendo el mismo. En el segundo párrafo del texto se habla de que, “ambos coincidieron en la toma de posesión de Amalia García como gobernadora”, y en el sexto párrafo se resalta dicho evento como un: “‘significativo’ reencuentro de la unidad del PRD”. Al parecer todo esto es mucho más significativo que el hecho de tener a una tercera gobernadora electa en el país, ya que esto sólo, “sirvió de marco para la cita de estos líderes perredistas”. La gobernadora ni siquiera aparece en la foto que acompaña la nota, sino que aparecen Pablo Gómez y el ingeniero Cárdenas, aparentemente presenciando el evento (Berúmen, 13 de septiembre 2004, Público).

Una última nota se desprende de la toma de posesión: “Monreal se integra al CEN perredista”. Otra vez el triunfo de Amalia queda como un subtexto. Lo único que mencionan sobre ella es que, “delineó sus acciones de gobierno” (Rodríguez, 13 de septiembre 2004, Público). Me parece importante apuntar que la reportera de las dos primeras notas es mujer. En las discusiones de equidad de género se presume que formar más mujeres en los medios de comunicación puede contribuir a alcanzar la equidad en la cobertura mediática, aunque no está de más recordar que pocas mujeres en los medios ocupan puestos en los que se toman decisiones.

Hay que aclarar que no seguí la noticia durante varios días, sino que me apegué a las fechas de la muestra. Es posible que haya habido notas al respecto antes o después de estas fechas. De cualquier manera me parece que la cobertura fue muy pobre. A pesar de esto Amalia García fue el segundo personaje político femenino del año según Mural, y su victoria en Zacatecas fue considerada como una de, “Las buenas del 2004” de la sección Estados con el título: “Gana otra mujer una Gubernatura” (“Las buenas”, 31 de diciembre 2004, Mural). Amalia García tuvo otros momentos de visibilidad en el 2004, sobretudo con el tema de la candidatura de Marta Sahagún. Y en octubre fue una de las tres visiones que Público resaltó sobre la Convención Nacional Hacendaria, en la que solamente se incluyó la opinión de tres gobernadores distintos. (Morett, 31 de octubre 2004, Público).

Josefina Vázquez Mota

El título de una entrevista con la entonces titular de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), “El discreto poder de Josefina” me parece muy útil para hablar de esta mujer. En esta misma entrevista la describen como:

La única secretaria de Estado. Maneja más presupuesto que Marta, Elba y Rosario. Aseguran que Fox nunca le dice “no” y sus programas sociales atienden a más de 35 millones de pobres. Pocos analistas la incluyen en la lista de presidenciables, pero quienes la conocen dicen que Josefina Vázquez Mota está construyendo, paso a paso, su candidatura para 2006” (El discreto poder, 10 de noviembre 2003, SEDESOL).

Su candidatura jamás se materializó, sin embargo estuvo al frente de la campaña de Felipe Calderón y trabajó para colocarlo en un empate técnico con Andrés Manuel López Obrador, que para muchos tenía la presidencia ya ganada. En ese momento Josefina Vázquez Mota, con una carrera política cortísima y resultado de las cuotas que exigen a un mínimo de mujeres en cargos políticos, parecía una de las políticas más poderosas y visibles del país. Su nombre se mencionaba para ocupar la Secretaría de Gobernación. Sin embargo no fue lo suficientemente fuerte como otros miembros del equipo de Calderón y terminó como Secretaria de la Educación Pública, un “hueso” de consolación.

La historia de Vázquez Mota en la política comenzó en el 2000, cuando se convirtió en diputada federal por el PAN y Felipe Calderón (en ese entonces coordinador de la fracción parlamentaria del PAN en la Cámara de Diputados) la nombró subcoordinadora económica de su bancada. Julio Boltvinik, colaborador del equipo de transición de Vicente Fox en 2000 describe cómo llegó a la SEDESOL:

Supimos que el PAN reaccionó violentamente al hecho de que Fox ofreciera la Sedesol a una mujer perredista. El PRD finalmente no le entró y los rumores seguían con personas no vinculadas al PAN. Las mujeres panistas se organizaron, y tres o cuatro de ellas, encabezadas hasta donde sé por Ana Rosa Payán, le pidieron una cita a Fox. Fueron a verlo, le golpearon duro la mesa, así se contaba la versión, y le dijeron que la Sedesol debería ser para una mujer panista y no había de otra. Por eso Fox comenzó a entrevistar a mujeres panistas exclusivamente. Una de ellas fue Josefina le cayó bien y la reclutó. El asunto era cumplir una doble cuota: Con las mujeres y con el PAN (El discreto poder, 10 de noviembre 2003, SEDESOL).

Desde entonces Vázquez Mota se convirtió en la secretaria de Desarrollo Social, papel que desempeñó hasta su renuncia para integrarse a la coordinación de la campaña de Calderón. Durante el 2004 la presencia de Josefina Vázquez Mota en la prensa era discreta pero constante. A ratos su voz era presentada como una fuente de autoridad moral:

El debate por la sucesión presidencial fue censurado ayer por los secretarios de energía, Felipe Calderón y de Desarrollo Social, Josefina Vazquez... Vázquez Mota expresó su preocupación por el hecho de que se esté manejando una sucesión tan adelantada... dijo que adelantar los tiempos... es un juego ‘hasta cierto punto perverso’, porque las necesidades de la población van más allá del 2006 (Fierro & del Riego, 13 de febrero 2004, Mural).

Vázquez Mota fue una de las figuras más visibles del “gabinetazo”. Aunque la mayoría de las veces en notas muy breves, la prensa cubrió sus actividades durante todo el año; desde conferencias con empresarios para pedirles su cooperación en “la lucha contra la pobreza” (Pide a empresarios, 22 de marzo 2004, El Informador); los anuncios de diferentes programas, como uno para “abatir la violencia contra las mujeres” en diez ciudades del país (Robles, 31 de octubre 2004, Público); o sus giras para hacer convenios, como en Shanghai donde aseguró, “que el crecimiento económico no será suficiente para erradicar el problema de la pobreza en México” (México necesita crecer más para erradicar la pobreza, 27 de mayo 2004, El Informador); o en Roma donde firmó un acuerdo de cooperación con el Fondo para la Agricultura y la Alimentación (FAO) de Naciones Unidas, “para enseñar a los mexicanos más pobres a comer mejor” (Enseñarán a pobres, 13 de agosto 2004, Mural).

Los anuncios de la SEDESOL incluían decenas de fotografías de Vázquez Mota sonriendo y firmando convenios, con la leyenda: “El gobierno del Presidente Fox impulsa el desarrollo social transparente, apartidista, con rendición de cuentas y corresponsable con la sociedad. La Sedesol y los gobiernos de 29 estados de la República... han firmado sendos convenios”. Aunque no se mencionaba el nombre de la secretaria (Publicidad, 22 de marzo 2004, Público, p. 27). Donde sí apareció su nombre fue en distintas encuestas de María de las Heras que la colocaban como presidenciable (de las Heras, 4 de agosto 2004, Público) y también se rumoró que en el PAN se perfilaba “como una de las posibles candidatas para la jefatura del Gobierno del DF” (Trascendió, 31 de diciembre 2004, Público).

La secretaria también fue criticada cuando le entró a la discusión del desafuero de AMLO : “la secretaria de Desarrollo Social... se subió al cuadrilátero y tiró sus propios golpes contra López Obrador... todos hablan de reconciliación y diálogo, pero no dejan de tirarse huevos en la cabeza” (Riva Palacio, 28 de agosto 2004, El Informador).

Por su parte Monsiváis en una crítica a los talk shows y el fenómeno de la autoayuda -“que va de los libros a las conferencias, de los consejos radiofónicos a las organizaciones”- dijo: “en México varias figuras acaparan los grandes públicos con éxito infatigable, y en su caso, las convicciones religiosas experimentan la metamorfosis del espectáculo, y demuestran lo propio de los rituales, ser a la vez seculares y sagrados”. Para ilustrar la idea anterior, mencionó, “el hermoso libro de doña Josefina Vázquez Mota... Dios mío, hazme viuda por favor, viuda del egoísmo, viuda de la falta de piedad, viuda de la falta de lectores comprensivos” (Monsiváis, 16 de mayo 2004, Público). La única reseña de este libro en el sitio de Amazon compara “el contenido y la meta” con los de Carlos Cuauhtémoc Sanchez y dice que la autora, “quiere que Dios la haga viuda de todas las cosas malas que aquejan a las mujeres (tanto hoy como en el pasado); discriminación, falta de valoración y respeto, vanidad, amor propio, etc.” (Amazon Customer Reviews, s/f).

Me parece que Vázquez Mota se mantuvo como una política respetada por los medios de comunicación, aunque la visibilidad que le dio la coordinación de la parte política de la campaña de Calderón le trajo también críticas:

Lejos han quedado los tiempos donde los panistas mostraban congruencia y lealtad hacia sus principios... y hacia la tan cacareada democracia por la que lucharon varias de sus más destacadas figuras. Hoy, en la campaña de Calderón y bajo la batuta de su pistolita automática (porque se dispara sola) Josefina Vázquez Mota, se han pitorreado de la esencia y los valores que fueron distintivos del partido. El fin, querido lector, justifica los miedos, perdón, medios (Gómez Zalce, 22 de mayo 2006, Milenio).

El triunfo de Calderón significó también un triunfo para la operadora política de su campaña, cuyo nombre sonaba para la Secretaría de Gobernación. Sin embargo, en los días posteriores a las elecciones su poder se empezó a desgastar:

La extrema derecha volvió a las andadas atacando a Josefina Vázquez Mota para debilitar a Felipe Calderón, al que ven como enemigo. Desde hace varias semanas está circulando en las salas de redacción un documento sobre Josefina Vázquez Mota en el cual se señalan abusos de poder administrativos, en esbozos de corrupción, y la dibuja como una mujer ambiciosa rendida, aclara, “al atractivo del elogio, la adulación, el lujo y la comodidad que derivan en prepotencia y ofensa frente a los que nada tienen”. El documento de marras pinta, en efecto, a una funcionaria que, como secretaria de Desarrollo Social durante la mayor parte del gobierno foxista, violentó la norma y actuó sin escrúpulos políticos "con el

afán de desmarcarse de su pasado empresarial y de derecha"... Calderón, que ha estado cercano a Vázquez Mota de tiempo antes que llegara a la Sedesol, y que fue pieza importante en que alcanzara una curul hace tres legislaturas, giró una interesante instrucción: arropemos y cuidemos a Josefina. Para ese momento, por desméritos propios, Vázquez Mota había perdido muchos puntos dentro del equipo de transición por el desgaste natural postelectoral y su incapacidad para negociar y forjar acuerdos con los sectores políticos. Su ambición y exceso de proyección en los medios -gracias a Guzmán que la vendía como operadora política excelsa- le generaron conflictos al interior del equipo, entrando en una batalla con el hombre más cercano a Calderón, Juan Camilo Mouriño que, naturalmente, perdió (Riva Palacio, 13 de noviembre 2006, El Universal).

Me parece interesante que Riva Palacio hable precisamente de la construcción mediática de Vázquez Mota, y que resalte su "incapacidad de negociar" contra la imagen de "operadora política excelsa" que se había creado. Lo cierto es que la Secretaría de Gobernación quedó en manos de Francisco Ramírez Acuña y Josefina se vio relegada a la Secretaría de Educación Pública (SEP) después de que Calderón le "pidió... aceptar esa posición", con la aprobación de Gordillo:

Vázquez Mota fue la única designación que apoyó Elba Esther Gordillo para Educación, tras rechazar otros nombres que le había planteado Felipe. "La única que yo apoyaría es a Josefina ", dijo la maestra cuando del equipo calderonista le dijeron que la posición no sería para uno de los suyos (García Soto, 23 de noviembre 2006, El Universal).

Ya como secretaria de educación, Josefina Vázquez Mota ha salido a dar la cara cuando otros miembros del gabinete o de su partido han hecho declaraciones "desafortunadas". Éste fue el caso del panista Raúl Alejandro Padilla, presidente de la Comisión de Presupuesto de la Cámara de Diputados, quien, "ante la propuesta del Ejecutivo federal de recortar fondos a la enseñanza... celebró la reducción de recursos a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)". Inmediatamente después, Josefina "salió al paso" afirmando, "que no se van a imponer cuotas en las universidades financiadas por el Estado y que 'bajo ninguna circunstancia' es concebible un proyecto educativo sin su carácter público y sin sus instituciones, como la UNAM" (Avilés, 10 de diciembre 2006, La Jornada). Un mes más tarde, en una entrevista a una periodista del Excélsior, El secretario de Salud, José Córdova Villalobos, decía, en pocas palabras que la promoción del uso del condón no sería prioritaria en las campañas de prevención del sida. En vez de eso, una campaña por medio de la familia. Promover la abstinencia. Y además, como cereza del pastel, criticó las campañas que durante el tiempo de Julio Frenk se hicieron contra la homofobia. Para él era promoción de la homosexualidad (D'Artigues, 17 de enero 2007, Weblog de El Universal).

Días después la secretaria de educación aseguró que la educación sexual seguía siendo parte de la agenda académica:

Hemos tenido recientemente una reforma, sobre todo a nivel de secundaria, y la educación sexual es parte y seguirá siendo parte de la agenda educativa en el país porque así se ha venido definiendo, no solamente por los expertos sino también por el reconocimiento de las realidades que vivimos en el país (La educación sexual, 15 de enero de 2007, El Universal). Para algunos, como la columnista Katia D'Artigues, las declaraciones de la secretaria sobre la continuación de la educación sexual como respuesta a las declaraciones de su compañero de gabinete, les parecían "muy poco". En su columna, la analista pedía la renuncia de Córdova Villalobos (D'Artigues, 17 de enero 2007, Weblog de El Universal).

Para cerrar con este apartado quiero resaltar que Vázquez Mota se ha sabido construir como una política respetada y moderada. Ha tenido buena visibilidad, aunque Riva Palacio lo atribuye a la protección de Calderón. No puedo dejar de mencionar el hecho de que desde el nombre de su libro, Dios mío hazme viuda por favor, y por los comentarios de Monsiváis, ella tiene un discurso religioso metamorfoseado en espectáculo.

Guadalupe Morfín

A partir de su designación como comisionada para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en Ciudad Juárez, Guadalupe Morfín adquiere visibilidad a nivel nacional. La mayoría de las referencias a Morfín, al menos en las fechas de mi muestra, son positivas, es una mujer respetada por los medios. La columna de Germán Dehesa es un ejemplo de ello. Normalmente este escritor se muestra crítico e irreverente con las y los políticos, pero siempre tuvo palabras respetuosas para Morfín Otero, y utilizó su espacio para exigir mayor apoyo a su trabajo: “En todo el país y especialmente en Ciudad Juárez, las mujeres siguen siendo victimadas. A Guadalupe Morfín no le dan un centavo para trabajar” (Dehesa, 22 de marzo 2004, Mural); “hoy presenta su informe Guadalupe Morfín. Asistiré con muchísimo interés. Me importa de modo muy particular averiguar si ya le van a dar todos los respaldos que una tarea como la de ella requiere, o si van a seguir ninguneándola y soltándola a la división Pánzer. Este modo de tratar a las mujeres es una vergüenza para todos” (Dehesa, 3 de junio 2004, Mural); “Yo no me dedico a hacer comedia con la tragedia de Juárez, ni la empleo para mi exaltación personal... el informe de mi amiga (no mi patrona) Guadalupe Morfín, no es lo que leyó en los Pinos, sino el amplio legajo que presentó. Le serviría leerlo, aunque duerma mal” (Dehesa, 8 de junio 2004, Mural).

Morfín Otero también fue símbolo de credibilidad, como lo muestran las palabras de la directora de un centro de crisis que apoya a las familias de las mujeres víctimas de violencia en Juárez:

La credibilidad hacia las organizaciones ha aumentado, esto lo podemos asegurar después del asesinato de Rebeca (Contreras Mancha), estamos convencidas de que si la fiscal y la comisionada Guadalupe Morfín no hubieran estado en el lugar de los hechos, y por las notas a como se estaba encaminando, este crimen hubiera terminado como sobredosis.” (Apoyan a fiscal, 10 de mayo 2004, Mural).

El primer informe de la comisionada sobre la violencia contra las mujeres en Ciudad Juárez fue un tema importante para la prensa. Desde mayo, cuando se esperaba que diera un diagnóstico preliminar donde analizaría, “la situación social, económica y política, en que se han cometido los crímenes” (Morales, 7 de mayo de 2004, El Informador), los medios estaban al pendiente de su trabajo. En junio varios columnistas hablaron del “esclarecedor informe” con hallazgos “harto reveladores” (Zepeda Patterson, 6 de junio 2004, El Informador). Silvia Lailson incluso escribió un artículo un día antes titulado: “¿Quién le teme a Guadalupe Morfín?”. En él decía que con el poco tiempo y escasos recursos para trabajar, más la labor “titánica” que significaría efectivamente “prevenir y erradicar” la violencia, no esperaba nada espectacular en el informe. Además agregaba: “la comisionada tiene de por sí una tarea difícil, pues su persona en sí misma provoca sarpullido, rabia y prurito, por razones que parecen y suenan coherentes”. Con esto se refería principalmente a las descalificaciones que hizo el ombudsmán nacional, José Luis Soberanes, quien en esos

momentos debía dejar o ratificar su puesto y cuyo, “principal contrincante es Lupita Morfín”:

Soberanes tal vez no quiere recordar que el puesto de ombudsman se ha dado casi siempre a personas poco involucradas con los derechos que dicen defender o mejor aún, más interesadas en quedar bien con los políticos que les dan de comer... por ello fue que Guadalupe Morfín no pudo estar un segundo periodo al frente de la comisión en Jalisco. Los políticos en turno hubieran tenido pesadillas sólo de soñar con sus recomendaciones” (Lailson, 3 de junio 2004, Público).

A pesar de las calificaciones por parte del ombudsman, los medios apoyaron tanto a Morfín como a la fiscal especial de la PGR, María López Urbina a quienes se les calificó como: “dos mujeres valientes y talentosas, que están realizando un esfuerzo notable desde que llegaron a sus puestos” (Fernández Menéndez, 7 de junio 2004, Público).

Hasta ahora he incluido palabras de columnistas, pero en las notas se le da el mismo trato, como lo muestra un encabezado de las Breves de México: “Guadalupe Morfín lucha por establecer estado de derecho” (Guadalupe Morfín lucha, 30 de julio 2004, El Informador). En otras notas también se habla del esfuerzo de la comisionada por defender los derechos humanos. En una reunión con el Gobernador de Chihuahua acordó, “compartir información sobre los crímenes de mujeres en Ciudad Juárez... advirtió... que si se comprueba que tres de los implicados en los crímenes confesaron bajo tortura, deberán ser liberados” (Nájera, 28 de agosto 2004, Mural). También apoyó a madres de “muertas de Juárez” que exigieron a Fox la renuncia del secretario de Asuntos Jurídicos de la Secretaría de Gobernación, a quien acusaban de negligente y prepotente (“Madres de muertas”, 25 de noviembre 2004, El Informador). Su trabajo frente a la CDH Jalisco también fue recordado por un columnista al hablar sobre los accidentes provocados por el transporte público en la Zona Metropolitana de Guadalajara, y las recomendaciones que Morfín hizo en su momento (Mellado, 1 de noviembre de 2004, Mural).

El perfil de Morfín Otero acompañó al de otros 18 candidatos a suceder a José Luis Soberanes como máximo representante de la Comisión Nacional de Derechos Humanos. Ella y Alicia Pérez Duarte fueron las dos únicas mujeres consideradas, aunque finalmente Soberanes quedó al frente por un periodo más. La información de cada uno de los candidatos incluía su formación académica, actividades políticas y sus propuestas para la CNDH (“Buscan viraje”, 17 de octubre 2004, Mural).

En este perfil se menciona su faceta de poeta, la cual también apareció días más tarde en “Visor”, suplemento de libros de Público- Milenio, cuya portada se tituló: “Guadalupe Morfín, un plus a la realidad”. En el artículo se le describió como: “Una mujer de palabra. En su papel de comisionada para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres en Ciudad Juárez, y como poeta sus dichos pesan” (Juárez, 31 de octubre 2004, Público).

Este recorrido por las mujeres políticas muestra la gran diversidad en cuanto a personalidades, estilos y estrategias que están detrás de la visibilidad de las políticas mexicanas. Sin duda aquellas que protagonizaron los escándalos son las que han tenido mayor visibilidad. Pero lo interesante es que pese a los escándalos negativos, ya sea por corrupción, por su vida amorosa, o por ambas cosas, ellas se mantienen o se reconstruyen y reaparecen en la escena pública. La aparición de las mujeres en la escena política mexicana es reciente y breve, en términos de la historia del país. Pero sin duda se han hecho notar en

la prensa y en todos los medios, y claramente están decididas a permanecer y a redefinir el espacio público. Pero esto no es todo, todavía falta ver a las nuevas primeras damas.

Conclusiones

Para los que abrieron el periódico el 24 de febrero del 2004, la frase de Jairo Calixto Albarrán “Las mujeres están desatadas” (Albarrán, 24 de febrero, 2004, *Público*) parecía una descripción sin adornos de lo que estaba pasando con las políticas mexicanas. Pero los escándalos apenas estaban empezando. Actualmente, en julio de 2007, con la ventaja que me da la perspectiva del tiempo y el análisis realizado en este trabajo, puedo concluir que más que las mujeres, eran los medios los que estaban desatados.

Históricamente la visibilidad ha sido un gran tema respecto a las mujeres en la esfera pública. Para los años de este estudio queda claro que visibilidad no les ha faltado. Pero las cosas no son tan simples, ésta ha sido construida para tergiversarlas, disminuirlas, y a veces hasta nulificarlas. Los resultados, como en el caso de Elba Esther, no parecen ser los esperados. Pues pese a los ataques ella sigue firme y su imagen parece ya cargar un subtexto de invencible, invisibilizando en ocasiones al propio presidente de la república (Ver figuras 7.1 y 7.2).



Figura 7.1. Perujo, 25 de junio 2007, *El Economista*



Figura 7.2. Kabeza, 30 de junio 2007, *Milenio*

Rosario Robles es otra que ha tenido la habilidad y la fuerza para resurgir a pesar de los embates de la prensa –y de haber sido expulsada de su partido. Aunque por un par de años parecía que ella había desaparecido de la escena pública, encontró la manera de capitalizar las críticas que se le hicieron y de abrirse un nuevo nicho con su novedosa empresa Sostén, Centro de Inteligencia.

Éstas son dos personalidades muy distintas, al igual que sus representaciones. Pero éstas últimas tienen algo muy importante en común, y es que tanto en su caso como en el de Marta Sahagún y Beatriz Paredes, los ataques más destructivos y relacionados con su ser mujer, se enfocaron al cuerpo. En el caso de Rosario Robles, los moneros y comentaristas de humor político no le perdonaban el hecho de que ella asumiera su sensualidad. Las piernas de Rosario fueron un tema recurrente en estas secciones, y aún así ella se negó a esconderlas. Por eso le dieron un “premio” a la “villana más sexy” en los *Movie Awards Prohibidos* (3 de junio 2004, *Público*) y por eso también Tonatiuh le propuso a Andrés Manuel López Obrador, como una medida desesperada para evitar su desafuero, irle “cortando pedacitos de pierna a Rosario Robles hasta que la PGR se retracte” (13 de agosto 2004, *Público*). En el 2005, cuando se rumoró que Rosario Robles podría asumir la candidatura de Convergencia para la Jefatura del DF –en donde competiría contra Beatriz Paredes- Tacho sugirió lo siguiente:

Hay un anuncio de Beatriz Paredes en donde, mágicamente, su imagen escapa de un espectacular colocado sobre una pared para exponer sus propuestas a un par de jóvenes que, para su mala suerte, pasaban por ahí. Esta idea la podría retomar la

señora Robles Berlanga. En lugar de que sobresalga su imagen completa, podría sobresalir sólo su torneado chamorro. Atraería más miradas que moscas a un bizcocho (21 de diciembre 2005, *Milenio*) (Figura 7.3).



Figura 7.3. Tacho, 21 de diciembre 2005, *Milenio*

Esto es sólo un botón de muestra, pero las representaciones son contundentes. Su relación con Ahumada y la publicación de sus cartas también se enfocan a exhibir y censurar su sensualidad.

En el caso de Elba Esther, los ataques al cuerpo se enfocan a mostrar su fealdad. Es una favorita de los humoristas políticos quienes aprovechan sus visibles operaciones en el rostro y un presunto uso del botox para subrayar a una personalidad cerebral, perversa, corrupta y decadente. No pueden negar su inteligencia, pero, junto con las cirugías, refuerzan la idea de una sensualidad envejecida -“punk geriátrico” según los Movie Awards Prohibidos (2004, 3 de junio), *Público*- que contradice el estereotipo del anciano asexual. Ejemplos hay muchos, desde cartones que la presentan como Freddy Krueger (Figura 7.4) o Medusa (Figura 7.5), hasta otro donde priistas como Madrazo y Montiel, en una alianza llamada “Tucolagor” (Todos Unidos Contra la Gordillo) le dicen: “Maestra, a cambio de su renuncia a la presidencia del Partido, le ofrecemos que todas las cirugías plásticas que aguante corren por cuenta del tricolor” (Jabaz, 11 de julio 2005, *Público*)



Figura 7.4. Jabaz, 15 de julio 2005, *Público*.



7.5. Helguera, 29 de julio del 2006, La Medusa Magisterial, *La Jornada*.

Germán Dehesa por su parte, en un texto sobre unos puentes peatonales, no puede evitar hacer una referencia a la maestra: “diseñados por alguna mente muy perversa que se planteó

dos objetivos: o se infarta cual futbolista húngaro en la subida¹, o craquelean a su jefecita en la bajada (les va a quedar la cara como de Elba Esther y sin necesidad de cirugías!)” (Dehesa, 28 de enero 2004, *Mural*). Mientras que Jairo Calixto Albarrán asegura que: “Elba Esther, a pesar de su innoble aspecto, ya no asusta a nadie” (Albarrán, 10 de mayo 2004, *Público*).

Con Rosario Robles y Elba Esther Gordillo se construyen dos sensualidades muy distintas que son castigadas de manera muy diferente. Pero en el fondo se está castigando el ser mujer. Por un lado la bruja (Figura 7.6) y por otro la puta, que podrían corresponder a los estereotipos de Meehan: “*la arpía*: agresiva, soltera”; y una combinación de “*la zorra*” y “*la sirena*”: la primera “sinuosa, mentirosa, manipuladora” y la segunda que “con sus mañas sexuales, lleva a los hombres a la perdición” (citada por Barker, 2003: 166-167).² Construcciones que refieren a la antigua mitología y que parecen seguir muy vivos en el imaginario mexicano contemporáneo.



Figura 7.6. Peregil, 1 de noviembre 2004, *El Informador*.

¹ Días antes de la publicación de esta columna un futbolista húngaro había muerto en pleno partido debido a un infarto fulminante.

² Esto lo discuto más ampliamente en el capítulo 2.

Marta Sahagún es un caso muy distinto, aunque nuevamente se castiga la sensualidad. Ella busca arroparse en el estereotipo de la madre (de todas las mexicanas y mexicanos), pero con un retoque. Lo quiere modernizar: la madre tradicional es asexual, mientras que ella quiere ser bella y sensual. La prensa se burla del afán maternal llamándola “Evita Burrón” (Díaz Garza, 6 de marzo 2004, *Mural*), “Santa Teresita de Celaya” (Dehesa, 12 de julio 2004, *Mural*). Le niega la maternalidad y castiga sus esfuerzos por ser bella (Figura 7.7). El monero Peregil la llama: “10 la mujer perfecta”³ (28 de enero 2004, *El Informador*). Y en la mesa de periodistas del noticiero *El cristal con que se mira*, Denise Dresser, Marcela Gómez Zalce, Raymundo Riva Palacio y Julio Hernández le sugirieron demandar a la revista *Proceso*, pero no por difamación –como ya Marta lo había hecho- sino por la fotografía que la revista publicó en su portada (figura 7.8). Después discutieron sobre el botox de la, en ese entonces, primera dama (22 de mayo 2006, *Televisa*). Navarrete de *Mural* imagina un futuro en el que “la pareja presidencial” se reelige “ad infinitud” en el que los mexicanos podremos:

Disfrutar del mando firme y visionario de un cada vez mas rejuvenecido Fox... o mejor aún, de una lúcida y bien restirada Martita, porque de seguro ya para entonces nos habremos librado de los estúpidos prejuicios de género y podremos aceptar sin ambages el sabio liderazgo de nuestra madre Teresa de Celaya. Si es que sigue existiendo el país (Navarrete, 24 de febrero 2004, *Mural*).

En ese futuro Fox es presidente, pero “Martita” manda. Éste es un punto fundamental que separa a Marta Sahagún de las políticas de carrera. No logra dar el paso independiente, utiliza a un hombre para estar en el poder (Figura 7.9). Esto queda claro en el 2007, cuando Vicente Fox no deja de dar declaraciones como ex presidente, mientras que Marta Sahagún se mantiene callada, ahora sí, como una esposa acompañante tradicional (Figura 7.10).

³ Título de la película protagonizada por Bo Derek.



Figura 7.7. Chavo, 17 agosto 2006, *Público- Milenio*.



Figura 7.8. 22 de mayo del 2006, *Proceso*.



Figura 7.9. Calderón, 27 de enero 2004, *Mural*.



Figura 7.10. Jabaz, 30 de mayo 2007, *Público-Milenio*.

Las representaciones de Marta Sahagún corresponden a una mezcla de estereotipos. Ella juega con el de “la buena esposa, doméstica, atractiva, centrada en el hogar”. Pero se quiere salir del hogar. Quiere ser madre, pero se sale del estereotipo de “la matriarca: autoridad en el

ámbito familiar, mayor, asexualizada” (Meehan citada por Barker, 2003: 166-167) porque quiere ser joven, bella y sensual. Además juega a la víctima –del *Financial Times*, del machismo, de la justicia mexicana que injustamente persigue a sus hijos. Esas rupturas son tomadas y castigadas por la prensa que más bien la representa como la zorra manipuladora.

Estos son los casos más visibles con respecto al tratamiento del cuerpo, pero no los únicos. Beatriz Paredes no se salva de estos ataques, en su caso centrados en su sobrepeso. Así, durante su campaña para jefa del Distrito Federal circulaba el siguiente chiste: “¿Dónde está la casa de campaña de Beatriz Paredes? La trae puesta” (El weso, 28 de marzo 2006). Usando un albur Jabaz llama a Paredes “Nacha Libre” en uno de sus cartones al que titula: “Aplastante estreno en Yucatán”, a propósito del triunfo del PRI en ese estado, y en donde la presidenta del partido aparece con el cuerpo de un luchador (Figura 7.11).⁴ En otro cartón más Paredes y Carstens, el secretario de hacienda quien ha sido aún más vapuleado por su peso, son dos grandes bolas que chocan (Figura 7.12)



Figura 7.11. Jabaz, 22 de mayo 2007, *Milenio*.

⁴ Es un fotomontaje realizado a partir del personaje de la película Nacho Libre.



Figura 7.12. Perú, 28 de junio de 2007, *El Economista*.

Como ya lo señaló Victoria Rodríguez (2003), las políticas mexicanas, a diferencia de las estadounidenses –y con excepción de las panistas- no se uniforman de traje sastre. La mayoría se aleja de esta formalidad y se diferencia con los hipiles, las minifaldas o la ropa de diseñador. La prensa ocasionalmente se ocupa de resaltar esta parte de la apariencia de las mujeres.⁵ Por ejemplo: Amalia Gracia, “candidata al gobierno de Zacatecas, vestida de rojo y con nuevo corte de cabello, llegó al presidium”. Esto mientras Ricardo Monreal declaraba “Con Amalia García al frente vamos a tener a la más mejor (sic) gobernante del perredismo” (Irizar, 27 de marzo 2004, *Mural*). Otro ejemplo es Rosario Robles quien, “vestida con un elegante traje color crema, llegó acompañada de una joven abogada” a la audiencia donde declararía sobre Carlos Ímaz (Rosario Robles comparece, 27 de mayo 2004, *El Informador*); o “la moda folk de Bety Paredes” (Vázquez, 6 de agosto 2004, *Público*). Así, parece que actualmente la prensa mexicana aún intenta definir a las mujeres con ideas de 1911: “*To men a man is but a mind*.”

⁵ Aunque esto ya no es exclusivo de las mujeres, como en el caso de Evo Morales, Presidente de Bolivia, quien desató toda una serie de discusiones sobre la vestimenta que llevaría el día de su toma de protesta. Incluso el New York Times entró en las especulaciones sobre si llevaría el tradicional traje occidental o si vestiría prendas indígenas. En México, Pedro Ferríz de Con le llama “el Presidente del sweater”.

Who cares what face he carries or what form he wears? But woman's body is the woman" (Bierce, 1993).

Hoy puedo decir que a pesar de estas representaciones la mayoría de las mujeres de este análisis siguen firmes en su puesto. Me refiero a las políticas de carrera. Las primeras damas, en cambio, salieron de la escena pública y regresaron a su rol tradicional, con el que en realidad nunca rompieron. Excluyo aquí a María del Carmen Ramírez, quien sí era una política y cuya carrera sufrió las consecuencias de haber sido igualada a Marta Sahagún.

El análisis muestra también cómo la prensa nacional se ha ido convirtiendo en espectáculo, en donde ya resulta difícil diferenciar entre los chismes de los personajes de la "farándula" y los de la política, ensañándose particularmente con las mujeres. Sin embargo, las políticas de carrera han demostrado ser más fuertes y han sido capaces de sobrevivir a los escándalos y a los constantes bombardeos de estereotipos para utilizarlos a su favor.

Considero que las representaciones de la prensa nos hablan de una sociedad conservadora que aún tiene dificultades para enfrentar a las mujeres políticas. En números siguen siendo minoría. Jamás han alcanzado el 30% de los puestos que establece el Código Electoral —en el 2003 apenas llegaron al 15% (Sánchez, 2003: 78)- y según María de las Heras, una de las fundadoras de Sostén, en el 2006 perdieron puestos con respecto al año anterior (Jiménez, 23 de enero 2007, *La Opinión- Milenio*). Está claro entonces que todavía queda un largo camino por recorrer. Pero esfuerzos como el de esta empresa, así como las trayectorias reconstruidas en este estudio, indican que hay mujeres que están dispuestas a hacerlo.

Referencias

- Afinan la campaña de la Primera Dama. (2004, 30 de octubre). *Mural*, p. 11-A.
- Agonito, Rosemary (1977). *History of ideas on woman*. New York: Perigee Books.
- Ahí viene Elba Esther (2004, 7 de mayo). *Público*, p. 3.
- Albarrán, Jairo Calixto (2004, 5 de febrero). Ansiedad, angustia y desesperación. *Público*, p. 2.
- _____ (2004, 9 de febrero). Martita y la hija del jardinero. *Público*, p. 2.
- _____ (2004, 24 de febrero). Hablando de mujeres y Niurkazos. *Público*, p. 2.
- _____ (2004, 10 de mayo). Los choznos de don Plutarco. *Público*, p. 2.
- _____ (2004, 27 de mayo). Borrachazo en Copenhague. *Público*, p. 2.
- _____ (2004, 7 de junio). Fox: que tal les va sin mí. *Público*, p. 2.
- _____ (2004, 9 de julio). Si yo fuera Martita. *Público*, p. 2.
- _____ (2004, 6 de agosto). Un día sin mexicanos. *Público*, p. 31.
- _____ (2004, 13 de agosto). Martita, el regreso. *Público*, p. 28.
- _____ (2004, 29 de septiembre). Padroterapia intensiva. *Público*, p. 27.
- Alcocer, Jorge (2004, 7 de mayo). Espionaje mexicano. *Mural*, p. 6-A.
- Alemán, Ricardo (2004, 21 de enero). Itinerario político. *El Informador*, p. 5-A.
- Álvarez, Enidh & Cárdenas, Heliodoro (2004, 5 de febrero). El PAN propone la reelección de diputados y senadores. *Público*, p. 23.
- Alzaga, Ignacio (2004, 31 de octubre). Investigan a Rosario por delitos electorales. *Público*, p. 1.
- Amalia García hace historia en Zacatecas (2004, 12 de julio). *El Informador*, p. 1-A.
- Amazon Customer Reviews. Dios Mio, Hazme Viuda Por Favor / God, Please Make Me A Widow: El Desafío De Ser Tu Misma. Disponible en:
<http://www.amazon.com/gp/product/968380845X/002-6092329-7973620?v=glance&n=283155>
- Anderson, Benedict (1999). *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. New York: Verso.

Andrade, Julián & Hernández Vicente (2004, 6 de marzo). Cita la procuraduría del Distrito Federal a la ex jefa de gobierno. *Público*. p. 20.

Anuncio pagado por la SEDESOL (2004, 22 de marzo). *Público*, p. 27.

Apoya Marta aspiraciones de Maricarmen (2004, 21 de enero). *Mural*, p. 5-A.

Apoyan a fiscal en Juárez (2004, 10 de mayo). *Mural*, p. 17-A.

Appendini, Manuel (2004, 7 de mayo). Ve complot de Elba, deja su candidatura. *Mural*, p. 1-A.

_____ (2004, 9 de julio). 'Es Martita mi candidata'. *Mural*, p. 11-A.

Aquí ya es sálvense quien pueda, lamenta Robles (2004, 6 de marzo). *Público*, p. 24.

Aristegui, Carmen (2004, 9 de julio). El daño está hecho. *Mural*, p. 6-A.

Arredondo Ramírez, Pablo (2004, 9 de febrero). La desfachatez. *Mural*, p. 9-A.

Arreola, Federico (2004, 13 de enero). Cartas sobre Marta. *Público*, p. 3.

_____ (2004, 5 de febrero). Calladita se ve mas bonita. *Público*, p. 3.

_____ (2004, 9 de febrero). Marta y Miguel Alemán. *Público*, p. 3.

_____ (2004, 10 de mayo). Creel, político; Calderón, burócrata. *Público*, p. 3.

_____ (2004, 27 de mayo). La inconsistencia en la política. *Público*, p. 3.

_____ (2004, 7 de julio). Durazo y la crisis de incompetencia. *Público*, p. 3.

Aspiazu, María Luisa (2005, 1 de mayo). Laura Bush, mordaz comentarista [versión electrónica]. *El Mundo*. Disponible en:
<http://www.elmundo.es/elmundo/2005/05/01/internacional/1114966613.html>

Avilés, Karina (2006, 10 de diciembre). No es prioridad imponer cuotas en universidades: Vázquez Mota. *La Jornada* [versión electrónica]. Disponible en:
<http://www.jornada.unam.mx/2006/12/10/index.php?section=politica&article=003n1pol>

Bach Arús, Marta, Altés Rufias, Elvira, Gallego Ayala, Joana Pluja Calderón, Marta & Puig Mollet, Montserrat (2000). *El sexo de la noticia: reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo*. Barcelona: Icaria Editorial.

Barker, Chris (2003). *Televisión, globalización e identidades culturales*. España: Paidós.

Barrio, Emilia (1996). *Historia de las trasgresoras. La transición de las mujeres*. Barcelona: Icaria Editorial.

Bartra, Eli, Brumm, Maria, Cervantes, Chela, Faith, Bea, Gonzalez, Lucero, Guillement, Dominique, Hiriart, Berta & Necoechea, Angeles (1983). *La Revuelta. Reflexiones, testimonios y reportajes de Mujeres en México, 1975- 1983*. México: Martín Casillas Editores.

Baruqui Michel, Francisco (2004, 5 de febrero). Y... pensándolo bien. *El informador*, p. 4-A.

____ (2004, 18 de marzo). Y... pensándolo bien. *El informador*, p. 4-A.

Batres, Karen (2004, 13 de febrero). Evita personal. *Mural*, p. 5-A.

Beatriz Paredes Rangel estuvo en Guadalajara (2004, 13 de enero). *El informador*, p. 3-A.

Becerra-Acosta Molina, Juan Pablo (2004, 12 de julio). Esos mitómanos Marta y Vicente Fox... *Público*, p. 23.

____ (2004, 11 de octubre). Defensa chilanga: entre nacos y rateros... *Público*, p. 19.

____ (2004, 8 de noviembre). Que pierda la Hillary de Tlaxcala. *Público*, p. 21.

Bejarano no irá a Hidalgo (2004, 8 de noviembre). *El Informador*, p. 7-A.

Bello, Vicente (2004, 21 de enero). Efervescencia anticipada. *El Informador*, p. 7-A.

____ (2004, 27 de enero). El inicio electoral. *El Informador*, p. 6-A.

____ (2004, 27 de marzo). El chirrido de la ambición. *El Informador*, p. 7-A.

____ (2004, 3 de diciembre). ¿Nube negra pasajera? *El Informador*, p. 13-A.

Berger, Peter & Luckmann Thomas (2003). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

Berúmen, Valeria (2004, 7 de junio). Desde hace tres años Fox promueve a Marta: PRD. *Público*, p. 25.

____ (2004, 13 de septiembre). Cuauhtémoc y AMLO pactan la unidad del PRD. *Público*, p. 1.

____ (2004, 4 de noviembre). El PRD tiene pruebas de complot: Navarrete. *Público*, p. 20.

Bierce, Ambrose (1993). *The Devil's Dictionary*. Nueva York: Courier Dover Publications.

Blancarte, Roberto (2004, 24 de febrero). Martita, Jolopo y la nostalgia del monolitismo político. *Público*, p. 18.

Brozo, Mileño te dice adiós (2004, 3 de junio). *Público*, p. 2.

Buscan viraje en CNDH (2004, 17 de octubre). *Mural*, p. 14-A y 15-A.

Busca Xóchitl Gálvez la gubernatura de Hidalgo (2007, 12 de marzo). *La Jornada* [versión electrónica]. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2007/03/12/busca-xochitl-galvez-la-gubernatura-de-hidalgo>

Bustamante, Verónica (2004, 13 de agosto). Espérame en Siberia. *Público*, p. 28.

Butler, Judith (1990). Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory. En Case, Sue-Ellen (Ed.). *Performing Feminisms: Feminist Critical Theory and Theatre* Baltimore: Johns Hopkins UP.

____ (1993) *Bodies that Matter: On the Discursive Limits of 'Sex'*. New York: Routledge.

Calaveras en tribuna (2004, 30 de octubre). *Mural*, p. 5-A.

Canales, Víctor Salvador (2004, 7 de julio). Recomienda Madrazo un ajuste de timón. *Público*, p. 24.

Cano, Toni (2007, 14 de febrero). Mujeres al poder. *El periódico de Catalunya* [versión electrónica]. Disponible en: http://www.elperiodico.com/print.asp?idpublicacio_PK=46&idnoticia_PK=379732&idioma=CAS&h=070214

Canterla, Cinta (2002). Mujer y derechos humanos: universalismo y violencia simbólica de género. En Ramos, Ma. Dolores & Vera, Ma. Teresa (Eds.), *Discursos, realidades, utopías. La construcción del sujeto femenino en los siglos XIX y XX* (pp. 17- 28). Barcelona: Anthropos Editorial.

Carrillo Armenta, Alberto (2004, 13 de enero). Marta en la carrera presidencial. *Público*, p. 16.

Carrión, Lydiette (2005, 1 de agosto). Suspenden subasta de los vestidos de Marta. *Público*, p. 27.

Casillas de Alba, Martín (2004, 27 de enero). Entre sordos y ciegos te veas. *El informador*, p. 5-A.

____ (2004, 8 de junio). Los largos colmillos de los políticos. *El informador*, p. 5-A.

Castillo, Armando Zacarías (2003) La prensa mexicana en la segunda mitad del siglo XX. Acercamiento metodológico. *Revista Universidad de Guadalajara*, Número 28 [versión electrónica]. Disponible en: <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug28/art5.html>

Catón (2004, 5 de febrero). Rendir cuentas. *Mural*, p. 5-A.

____ (2004, 18 de marzo). A la ignominia. *Mural*, p. 5-A.

Censura Iglesia denuncia tardía del ex vocero (2004, 12 de julio). *Mural*, p. 6-A.

Censura veto Lopez Obrador (2004, 13 de febrero). *Mural*, p. 10-A.

Centre de documentation sur l' éducation des adultes et la condition féminine (Ed.). (2001). *Mujeres y medios para el cambio social. Iniciativas de comunicación en el mundo*. Québec, Canada: Editions du remue-ménage.

Chávez Coy, Cissie (1995). La marginación de las mujeres frente a los medios de comunicación en AL. En González, Rosa M. (Ed.), *Medios de comunicación y democracia en América Latina y el Caribe* (pp. 81- 88). París: Ediciones UNESCO.

Cisneros Madrid, Cuauhtémoc (2004, 5 de febrero). De alcance nacional. *El Informador*, p. 4-A.

Cisneros Moreno, Eduardo (2004, 7 de julio). Festina retiro de 'la pareja'. *Mural*, p. 7-A.

'Cobija' Marta logros de Fox (2004, 11 de septiembre). *Mural*, p. 9-A.

Cohen, Esther (2003). *Con el diablo en el cuerpo. Filósofos y brujas en el Renacimiento*. México: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.

Coinciden López Obrador y Cárdenas (2004, 13 de septiembre). *El informador*, p. 11-A.

Corona, Sergio René de Dios (2004, 29 de septiembre). La Trevi y Sahagún, mujeres mediáticas *Público*, p. 18.

Corrompen políticos a medios.- Sahagún (2007, 1 de junio). *Mural* [versión electrónica]. Disponible en: <http://busquedas.gruporeforma.com/mural/buscador/printImpresa.aspx?DocId=458937-2025&strr=marta%20sahagún>

Cortés Guajardo, Marco Antonio (2004, 9 de febrero). Mujer: casos de la vida real. *Público*, p. 19.

Cortés Vázquez, Carlos (2004, 3 de junio). Visión y decisión. *El Informador*, p. 5-A.

_____ (2004, 9 de julio) Visión y decisión. *El Informador*, p. 5-A.

Cruz, Antimio & Martínez, Yolanda (2004, 7 de julio). Se ha especulado mucho: Bermúdez. *Mural*, p. 3-A.

Cueva, Álvaro (2004, 4 de abril). Ahumada El Peje y noticiarios. *Público*, p. 18.

_____ (2004, 24 de abril). El Peje contra Chente. *Público*, p. 19.

_____ (2004, 6 de junio). México 2007. *Público*, p. 19.

_____ (2004, 6 de julio). Ojo por ojo. *Público*, p. 19.

_____ (2004, 1 de noviembre). Martita, Kerry y Bush. *Público, Suplemento Hey!*, p. 2.

_____ (2006, 5 de febrero). Los spots de Isabel Madrazo. *Milenio* [versión electrónica]. Disponible en: <http://www.milenio.com/mexico/milenio/notaanterior.asp?id=548972>

Cúpula S. Cabañas (2004, 7 de mayo). *Mural*, p. 6-A.

_____ (2004, 7 de julio). *Mural*, p. 4-A.

_____ (2004, 9 de julio). *Mural*, p. 6-A.

Damián, Fernando (2004, 8 de junio). En el PAN no manda el presidente: El jefe Diego. *Público*, p. 22.

D'Artigues, Katia (2007, 17 de enero). Que renuncie José Córdova Villalobos. *Weblog de El Universal*
Disponible en: http://weblogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle2901.html

De Alba Luis Gonzáles (2004, 22 de marzo). La corrupción se aprende en casa. *Público*, p. 21.

De Anda, Francisco (2004, 16 de mayo). Convoca Presidente a diálogo. *Mural*, p. 5-A.

Dehesa, Germán (2004, 13 de enero). Sherlock Bátiz y Watson Ebrard. *Mural*, p. 1-B.

_____ (2004, 28 de enero). Troya, DF. *Mural*, p. 1-B.

_____ (2004, 9 de febrero). Cunde la iniciativa. *Mural*, p. 1-B.

_____ (2004, 24 de febrero). Otra vez UNAM? *Mural*, p. 1-B.

_____ (2004, 22 de marzo). ¡Llegó la primavera! *Mural*, p. 1-B.

_____ (2004, 3 de junio). El mañanero soy yo. *Mural*, p. 1-B.

_____ (2004, 8 de junio). Lechugas en Tlalmanalco II. *Mural*, p. 1-B.

_____ (2004, 7 de julio). Apuntes ociosos (3). *Mural*, p. 1-B.

_____ (2004, 12 de julio). Caballo verde para la poesía. *Mural*, p. 1-B.

_____ (2004, 30 de julio). La lotería semanal. *Mural*, p. 1-B.

_____ (2004, 13 de agosto). La lotería semanal. *Mural*, p. 1-B.

De la Fuente, Daniel (2004, 1 de noviembre). Clausura Loaeza Feria del Libro. *Mural*, p. 13-A.

De las Heras, Maria (2004, 22 de marzo). Cae López Obrador y las preferencias se empatan.. *Público*,
p. 24.

_____ (2004, 4 de agosto). AMLO a la cabeza sin el PRD; le siguen Madrazo y Creel. *Público*, p. 1.

Del Collado, Fernando (2004, 17 de octubre). 'Le voy a hacer piojito'. *Mural*, p. 4-A.

Del Valle, Sonia (2004, 18 de marzo). Juzga CNTE designación de lideresa. *Mural*, p. 3-A.

Del Valle, Sonia y Jiménez, Benito (2004, 7 de julio). Manifiesta el gabinete su lealtad. *Mural*, p. 6-A.

Desagrada al PAN aspiración de Martha (2004, 29 de septiembre). *Mural*, p.12-A.

Descarta Barrio contacto con Gordillo (2004, 13 de agosto). *Mural*, p.11-A.

Descarta Padierna salida de Bejarano (2004, 8 de noviembre). *Mural*, p.11-A.

Díaz Garza, Felipe (2004, 6 de marzo). La vecindad de los Burrón. *Mural*, p. 5-A.

Díaz, Octavio (2004, 18 de abril). Dos ejemplos. *Mural*, p. 2-B.

Díez de Urdanivia, Verónica (2007, 14 de junio). Comunicación personal.

Disuaden manifestación en contra de Gordillo (2004, 16 de mayo). *El Informador*, p. 6-B.

Dresser, Denise (Ed.) (2004). *Gritos y susurros. Experiencias intempestivas de 38 mujeres*. México, DF. Random House Mondadori.

____ (locutora). (2005, 3 de junio). *Noticiero Hoy por Hoy con Javier Solórzano* [Emisión de Radio]. México, D.F.: W Radio.

Dreyfuss, Hubert & Rabinow, Paul (1983). *Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics*. Chicago: University of Chicago Press.

El *american dream* no es para mexicanos: Bush (2004, 13 de enero). *Público*, p. 1.

Elba Esther Gordillo en Wikipedia (s/f). Consultado el 3 de marzo del 2007. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Elba_Esther_Gordillo

Elba Esther Gordillo, es ahora presidenta del sindicato magisterial (2004, 18 de marzo). *El informador*, p. 6-A.

El discreto poder de Josefina (2003, 10 de noviembre). De la Revista Cambio. Publicado en la página de la SEDESOL. Consultado el 9 de julio de 2005. Disponible en: http://www.sedesol.gob.mx/prensa/entrevistas/e_20031110_1.htm

El PRD castiga a Robles y la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal la investiga (2004, 6 de marzo). *Público*, p. 1.

El PRD guarda silencio y espera fallo (2004, 30 de julio). *El Informador*, p. 3-A.

El PRD rastrea la deuda que Robles endosó a Ahumada (2004, 1 de noviembre) *Público*, p. 1.

El secreto de Marta (2004, 29 de septiembre). *Mural*, p. 11-A.

El Senado recibirá la propuesta el miércoles (2004, 30 de octubre). *El Informador*, p. 6-A.

En breve se hará oficial la postulación (2004, 28 de agosto). *El Informador*, p. 8-A.

Enrique, Carlos (2004, 6 de junio) Ayer decíamos. *El Informador*, p. 5-A

Enseñarán a pobres hábitos nutricionales (2004, 13 de agosto). *Mural*, p. 9-A.

Entrega Carter más viviendas (2004, 30 de octubre). *Mural*, p. 8-A.

- Escalante, Jorge (2004, 9 de febrero). Deslindan Gobierno de pago a ex –braceros. *Mural*, p. 4-A.
- ____ (2004, 12 de julio). 'Ya veremos'. *Mural*, p. 4-A.
- ____ (2004, 11 de octubre). Elude ejecutivo el tema. *Mural*, p. 4-A.
- Escobar, Jesús (2004, 18 de marzo). Apuntes sobre políticos. *Mural*, p. 11-A.
- Espino, de acuerdo en frenar aspiraciones familiares (2004, 13 de febrero). *Público*, p. 26.
- Esquivel Hernández, José Luis (s/f) *El Norte* y la ruta de la prensa regiomontana. Foro Mexicano de Historia de los Medios. Fundación Manuel Buendía. Consultado el 27 de junio del 2007, Disponible en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/norte.htm>
- Fear factor para autodesapados (2004, 28 de enero). *Público*, p. 2.
- Felicita Fox a los virtuales triunfadores (2004, 7 de julio). *Público*, p. 30.
- Felipe Calderón cabildea la reforma con los priistas (2004, 9 de febrero). *El informador*, p. 11-A.
- Felluga, Dino (2003). "Modules on Butler: On Performativity." *Introductory Guide to Critical Theory*. Purdue University. Consultado el 22 de junio de 2007. Disponible en: <http://www.purdue.edu/guidetotheory/genderandsex/modules/butlerperformativity.html>
- Fernández Díaz, Natalia (2003). *La violencia sexual y su representación en la prensa*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- Fernández Menéndez, Jorge (2004, 28 de enero). ¿Quién autorizó los gastos del embajador dormimundo? *Público*, p. 26.
- ____ (2004, 18 de marzo). PRI: Roberto y Elba velan armas. *Público*, p. 24.
- ____ (2004, 7 de junio). Las muertas de Juárez y la negligencia gubernamental. *Público*, p. 28.
- ____ (2004, 7 de julio). El solitario en Palacio. *Público*, p. 26.
- ____ (2004, 9 de julio). Marta o la apuesta equivocada. *Público*, p. 28.
- ____ (2004, 12 de julio). "Un leproso con halitosis". *Público*, p. 28.
- ____ (2004, 8 de noviembre). Las mentiras de Bejarano o ¿dónde están las pruebas? *Público*, p. 25.
- Fernández Poncela, Anna (1995). Las mujeres y la política: encuentros, desencuentros y reflexiones. En Fernández Poncela, Anna M. (comp.), *Participación política: las mujeres en México al final del milenio* (pp. 11- 19). México: El Colegio de México.
- ____ (1999). *Mujeres en la élite política: testimonio y cifras*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- ____ (2003). *La política, la sociedad y las mujeres*. México, D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana.

- Ferrer, Gladis (2004, 16 de mayo). Desmiente Rosario Robles a Carlos Ímaz. *Mural*, p. 3-A.
- Fierro, Raquel & del Riego Ma. Teresa (2004, 13 de febrero). Censuran debate Josefina y Felipe. *Mural*, p. 10-A.
- Flota, Marco Antonio (2004, 16 de mayo). Domingrillo. *Mural*, p. 13-A.
- ____ (2004, 7 de junio). Domingrillo. *Mural*, p. 5-A.
- ____ (2004, 8 de noviembre). Domingrillo. *Mural*, p. 14-A.
- Fosado, Alejandro (2004, 6 de junio) Brozo. *Público*, p. 28.
- Foucault, Michel (2003). *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. México: Siglo XXI Editores.
- Funes, Lucila (1995). La imagen de la mujer en Honduras. En González, Rosa M. (coord.), *Medios de comunicación y democracia en América Latina y el Caribe* (pp. 101- 106). París: Ediciones UNESCO.
- Gallareta, Eduardo (2004, 13 de febrero). ¿Trampa para ex braceros? *Mural*, p. 17-A.
- Gallego, Juana (1990). *Mujeres de papel. De ¡Hola! A Vogue: La prensa femenina en la actualidad*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Gálvez Ruiz amenaza con desacatar a la Cámara Baja (2004, 25 de noviembre). *El Informador*, p. 7-A.
- García, Adán (2004, 16 de mayo). Ve albiazul afán distractor en fotos. *Mural*, p. 5-A.
- ____ (2004, 1 de noviembre). Una elección sin hombres. *Mural*, p. 16-A.
- García-Cereceda, Susana (1999). El movimiento sufragista norteamericano de principios de siglo. (El viejo feminismo: orígenes, organización e ideología). En Nuño Gómez, Laura (coordinadora), *Mujeres: de lo privado a lo público* (pp. 25- 69). Madrid, España: Editorial Tecnos.
- García de Quevedo, Juan (2004, 9 de febrero). Marta Sahagún. *Mural*, p. 8-A.
- García Elías, Jaime (2004, 5 de febrero). Carta de ultratumba. *El informador*, p. 5-A.
- ____ (2004, 3 de junio). Entre bromas y veras. *El informador*, p. 5-A.
- García, Francisco (2004, 25 de abril). Marta ya ganó la candidatura, considera el PRI. *Público*, p. 24.
- García Medina es gobernadora (2004, 13 de septiembre). *El Informador*, p. 11-A.
- García Michel, Hugo (2004, 24 de abril). Villano favorito, sólo hay uno. *Público*, p. 2
- ____ (2004, 28 de agosto). Todos somos guevaristas. *Público*, p. 23.

García Oropeza, Guillermo (2004, 7 de mayo). No tener madre. *Mural*, p. 3-B.

García Quintanilla, Alejandra (1986) *Los tiempos en Yucatán. Los hombres, las mujeres y la naturaleza (siglo XIX)*. México: UADY, Editorial Claves Latinoamericanas.

____ (1997) "Women Status and Occupation: 1821-1910", in *Encyclopedia of Mexico. History, Society and Culture*, Michael S. Werner, ed., Fitzroy Dearborn Publishers, Chicago, Vol. II, pp.1622-1626.

García Soto, Salvador (2006, 23 de noviembre) Impugnan a Ramírez Acuña. *El Universal* [versión electrónica]. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/columnas/61990.html>

Gatens, Moira (2002). El poder, los cuerpos y la diferencia. En Barrett, Michele & Phillips, Anne (compiladoras), *Desestabilizar la teoría. Debates feministas contemporáneos* (pp. 133- 150). México: Editorial Paidós.

Gaytán Alcalá, Felipe & Fregoso Bonilla, Juliana (2004). *México: todo se ve, todo se escucha*. Chasqui No. 87.

Gelacio Montiel registra su candidatura en Tlaxcala. (2004, 7 de junio). *El Informador*, p. 7-A.

Gilman, Sander (1985). *Difference and Pathology. Stereotypes of sexuality, race and madness*. New York: Cornell University Press.

Godoy: Fox trabaja a favor de Marta Sahagún (2004, 7 de junio). *El Informador*, p. 10-A.

Gómez, Enrique & Vargas, Inti (2004, 18 de marzo). Arman a Gordillo triunfal regreso como presidenta, *Mural*, p. 3-A.

____ (2004, 18 de marzo) Retoma Elba el SNTE, *Mural*, p. 1-A.

Gómez Leyva, Ciro (2004, 21 de enero). ¿Pero es que Marta no entiende que no la quieren en el PAN? *Público*, p. 24.

____ (2004, 28 de enero). Deliciosamente *on line* con Elena. *Público*, p. 27.

____ (2004, 5 de febrero). Apuntes finales sobre el *Financialgate*. *Público*, p. 24.

____ (2004, 9 de febrero). ¡Respeto al presidente! *Público*, p. 26.

____ (2004, 10 de mayo). En camino, otro misil contra el gobierno de la ciudad. *Público*, p. 19.

____ (2004, 3 de junio). El lobo rapta a caperucita. *Público*, p. 23.

____ (2004, 11 de octubre) ¿En dónde están los Cárdenas? *Público*, p. 25.

Gómez Zalce, Marcela (2004, 21 de enero). A puerta cerrada. *Público*, p. 16.

____ (2004, 28 de enero). A puerta cerrada. *Publico*, p. 18.

- ____ (2004, 5 de febrero). A puerta cerrada. *Público*, p. 16.
- ____ (2004, 9 de febrero). A puerta cerrada. *Público*, p. 18.
- ____ (2004, 13 de febrero). A puerta cerrada. *Público*, p. 20.
- ____ (2004, 24 de febrero). A puerta cerrada. *Público*, p. 16.
- ____ (2004, 18 de marzo). A puerta cerrada. *Público*, p. 17.
- ____ (2004, 7 de junio). A puerta cerrada. *Público*, p. 20.
- ____ (2004, 7 de julio). A puerta cerrada. *Público*, p. 19.
- ____ (2004, 4 de agosto). A puerta cerrada. *Público*, p. 16.
- ____ (2006, 22 de mayo). El fin que justifica los miedos. *Milenio* [versión electrónica]. Disponible en: <http://www.milenio.com/mexico/milenio/firma.asp?id=86776>
- ____ (2006, 4 de julio) Un Madrazo... pintado. *Milenio* [versión electrónica]. Disponible en: <http://www.milenio.com/mexico/milenio/firma.asp?id=105286>
- ____ (2006, 17 de julio) Un mar pintado de amarillo. *Milenio* [versión electrónica]. Disponible en: <http://www.milenio.com/mexico/milenio/firma.asp?id=404041>
- González, Antonio (2004, 7 de julio). Sahagún no divide a México, afirma Carlos Medina. *Público*, p. 25.
- González, Alejandro (2004, 9 de julio). Los ataques a la primera dama, cuestión de género. *Público*, p. 25.
- González de Alba, Luis (2004, 12 de julio). Los (otros) olvidados. *Público*, p. 23.
- ____ (2004, 13 de septiembre) México me da vergüenza. *Público*, p. 19.
- González Escobar, Martha (2004, 4 de abril). El candidato desmemoriado. *El Informador*, p. 4-A.
- ____ (2004, 16 de mayo). Los ovnis que eran centellas. *El Informador*, p. 4-A.
- ____ (2004, 17 de octubre). La ofensiva contra los habitantes del DF. *El Informador*, p. 4-A.
- González, José Luis (2004, 7 de julio). Da primera dama ultimátum a partido. *Mural*, p. 9-A.
- González, Maribel (2004, 9 de julio). Cuestionan en EU función de Marta. *Mural*, p. 5-A.
- Granados Chapa, Miguel Ángel (2004, 27 de enero). Disputas prolongadas. *Mural*, p. 8-A.
- ____ (2004, 10 de mayo). Esposas sucesoras. *Mural*, p. 7-A.
- ____ (2004, 16 de mayo). Tiempo electoral: Yucatán. *Mural*, p. 11-A.

____ (2004, 13 de septiembre) La Corte y el desafuero. *Mural*, p. 7-A.

Grupo Reforma en Wikipedia (2007, 21 de mayo). Consultado el 20 de junio de 2007. Disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Grupo_Reforma

Guadalupe Morfín lucha por establecer estado de derecho (2004, 30 de julio). *El Informador*, p. 7-A.

Guerrero, Claudia (2004, 28 de enero). Aprueban diputados dar tregua a Gordillo. *Mural*, p. 5-A.

____ (2004, 28 de enero). Tiene el PRI déficit de 300 millones. *Mural*, p. 5-A.

____ (2004, 11 de octubre). Gana Edomex 25% más si pasa reforma al 122. *Mural*, p. 4-A.

Gutiérrez Rentería, María Elena (Junio 2001) *La comunicación en América Latina- Informe México*.
Revista Chasqui [versión electrónica]. Disponible en:
<http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/chasqui/paginas/chasqui77.htm>

Habermas, Jürgen (1999). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili.

Hernández Alcázar, Enrique (locutor) (2006, 28 de marzo). *Noticiero El Weso* [Emisión de Radio].
México, D.F: W Radio.

Hernández de Gómez, Marieta (1995). Lugar y participación de la mujer en los medios de comunicación. En González, Rosa M. (coord.), *Medios de comunicación y democracia en América Latina y el Caribe* (pp. 97- 99). París: Ediciones UNESCO.

Hernández, Julio (locutor) (2006, 22 de mayo). *El Cristal con que se mira* [Emisión de televisión].
Televisa.

Hernández, Sergio (2004, 9 de febrero). Descarta PAN alianza para elección de 2006. *Mural*, p. 10-A.

Historia de El Informador (2005). Consultado el 20 de junio de 2007. Disponible en:
<http://www.hemerotecainformador.com.mx/quienes/quienes.aspx>

Hurtado, Javier (2004, 21 de enero). Fox y la historia. *Mural*, p. 7-A.

Ibarra, Epigmenio (2004, 13 de febrero). Asalto al poder. *Público*, p. 23.

____ (2005, 10 de junio). No es cosa de risa. *Público*, p.23.

Ibarrola, Javier (2004, 21 de enero). Marta, ¿comandanta suprema? *Público*, p. 18.

Insta Sondeo a Marta a apoyar más a Fox (2004, 24 de febrero). *Mural*, p. 9-A.

Inventó PGJDF el delito de lavado: Padierna (2004, 8 de noviembre) *Público*, p. 23

Irizar, Guadalupe (2004, 24 de febrero). Muchos Políticos y pocas lágrimas. *Mural*, p. 2-A.

- ____ (2004, 27 de marzo). Nombran a Amalia 'la más mejor'. *Mural*, p. 8-A.
- ____ (2004, 7 de mayo) Falla hoy Consejo de IFE sobre estatutos del PRD. *Mural*, p. 3-A.
- ____ (2004, 12 de julio) Estiman improbable que Marta suceda a Fox. *Mural*, p. 5-A.
- ____ & Pensamiento, Daniel (2004, 27 de marzo). Repudian de Tlaxcala 'partido familiar'. *Mural*, p. 8-A.
- Jabaz. (2005, 11 de julio). Tentadora oferta del grupo TUCOLAGOR: Todos Unidos Contra La Gordillo. *Público*, p. 3.
- Janiot, Patricia (locutora) (2006, 28 de junio). Entrevista a Marta Lamas, Dulce Maria Sauri y Maricarmen Ramírez, [emisión de televisión] CNN Noticias México.
- Jáuregui, Manuel (2004, 7 de julio). Lapidaria misiva. *Mural*, p. 5-A.
- Jiménez, Adriana (2004, 3 de junio). Ríe... payaso... ríe. *Público*, p. 6 y 7.
- Jiménez, Benito (2004, 24 de febrero). Advierte Javier Hidalgo victoria perredista en 2006. *Mural*, p. 9-A.
- Jiménez, Eugenia (2004, 7 de junio). Legítima pero no saludable la aspiración de Sahagún. *Público*, p. 25.
- Jiménez, María Eugenia. (2007, 23 de enero). Sostén, centro para apoyar a las mujeres en la lucha por el poder. *La Opinión Milenio* [Versión electrónica]. Disponible en: <http://www.milenio.com/torreon/milenio/nota.asp?id=454491>
- Jorge Alonso, Ana (2004). *Mujeres en los medios, mujeres de los medios. Imagen y presencia femenina en las televisiones públicas: Canal Sur TV*. Barcelona: Icaria editorial.
- Juárez, Rosa Esther (2004, 31 de octubre) Guadalupe Morfín, un plus a la realidad. Suplemento Visor *Público*, p. 3.
- Kaufmann, Alicia (1999). Tercer milenio y liderazgo femenino. En Nuño Gómez, Laura (coordinadora), *Mujeres: de lo privado a lo público* (pp. 177-186). Madrid, España. Editorial Tecnos.
- La caballada está gorda en el PAN: Germán Martínez (2004, 13 de enero) *Público*, p. 22.
- La educación sexual, parte de la agenda académica: Vázquez Mota (2007, 15 de enero) *El Universal* [versión electrónica]. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/400279.html>
- Lagarde y de los Ríos, Marcela. (2003). Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas. México, DF, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Lailson, Silvia (2004, 5 de febrero). ¡Nos vemos México! *Público*, p. 17.
- ____ (2004, 3 de junio). ¿Quién le teme a Guadalupe Morfín? *Público*, p. 18.
- Las buenas del 2004 (2004, 31 de diciembre). *Mural*, p 1-B.

La tremenda corte (2004, 6 de marzo). *Público*, p. 3.

Laura Bush: First Lady of Comedy? (2005, 1 de mayo). *USA Today* [versión electrónica]. Disponible en: http://www.usatoday.com/life/people/2005-05-01-laura-bush-comments_x.htm

Le pegan a AMLO; se tambalea Robles (2004, 6 de marzo). *Mural*, p. 1-A.

Levario Turcott, Marco (2002). *Primera plana. La borrachera democrática de los diarios*. México: Cal y arena.

Leyes de Murphy en la política mexicana (2004, 16 de mayo). *Público*, p. 2.

Livas, Javier (2004, 12 de julio). El tema de Marta. *Mural*, p. 8-A.

Lizárraga, Daniel (2004, 13 de febrero). Reconocen protagonismo, dice Jáuregui/. *Mural*, p. 10-A.

Loaeza, Guadalupe (2004, 5 de febrero). Let's go Mexico!!! *Mural*, p. 5-A.

_____ (locutora) (2005, 25 de julio). *Noticiero Hoy por Hoy con Carlos Loret de Mola* [Emisión de Radio]. México, D.F: W Radio.

López, Bruno & Orihuela, Gabriel (2004, 13 de febrero). Ve Madrazo desvío de recursos *Mural*, p. 10-A.

López, Esaú (2004, 28 de agosto). Urge dar impulsos a puertos del Pacífico. *Mural*, p. 10-A.

López, Lorena (2004, 5 de febrero). El PRD vende un edificio para costear sus campañas. *Público*, p. 24.

_____ & Zaragoza Katia (2004, 7 de mayo). Aguascalientes: dimite candidato del PRI; complot de Elba, acusa. *Público*, p. 23.

López, Mayolo (2004, 7 de julio). Descarta Fox a Marta. *Mural*, p. 1-A.

_____ (2004, 9 de julio). Pide Sahagún reivindicar los derechos. *Mural*, p. 5-A.

López Obrador a favor de la verdad (2004, 30 de octubre). *El Informador*, p. 7-A.

López Rivera, Sergio (2004, 21 de enero). Porfiriato, prifiriato y foxfiriato. *El Informador*, p. 5-A.

Los más asiduos (2005, Mayo 13). *Quién, Edición especial 5to Aniversario*, pp. 110- 111.

Luna, Lola (1996). La otra cara de la política: exclusión e inclusión de las mujeres en el caso latino americano. En Calero Secall, Inés & Fernández de la Torre Madueño, Ma Dolores (Eds.), *Un modelo femenino: ¿una alternativa al modelo patriarcal?* (pp. 55- 66). Málaga: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga.

Mac Masters, Merry (2005, 28 de febrero). Los moneros, considerados vengadores del pueblo ante los poderosos: Rius [versión electrónica]. *La Jornada*. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2005/feb05/050228/a04n1cul.php>

- Madrazo aboga por Marta Sahagún (2004, 9 de julio). *El Informador*, p. 7-A.
- Madres de muertas de Juárez exigen renuncia de Arturo Chávez (2004, 25 de noviembre). *El Informador*, p. 12-A.
- Maestros van de besos para Fox a gritos de protesta (2004, 16 de mayo) *El Informador*, p. 6-B.
- Magú (2006, 8 de junio de) Feria de consejos. La Jornada [versión electrónica]. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2006/06/08/cartones.php>
- Marchan maestros por el centro de la ciudad (2004, 30 de octubre). *El Informador*, p.1-A.
- Marín, Carlos (2004, 13 de enero). Moral y legitimidad de Marta y Andrés Manuel. *Público*, p. 20.
- _____ (2004, 18 de marzo). Del malacachimba en los pinos. *Público*, p. 22.
- _____ (2004, 27 de mayo). Persisten las dudas. *Público*, p. 24.
- _____ (2004, 7 de julio). ¡Chin!, se van pa'l rancho. *Público*, p. 25.
- _____ (2004, 12 de julio). Las parentelas del poder. *Público*, p. 26.
- Márquez, Oscar (2004, 22 de marzo). La mafia del DF. *Mural*, p. 15-A.
- Marta Sahagún hace su trabajo con mucha ética (2004, 9 de febrero). *El Informador*, p. 6-A.
- Martín- Barbero, Jesús (1998). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.
- Martínez, José (2004, 15 de octubre). SNTE, las disputas políticas por el poder y el dinero. *La Crisis* [versión electrónica]. Disponible en: <http://www.lacrisis.com.mx/cgi-bin/cris-cgi/DisComuni.cgi?colum22|20041015014917>
- Martínez López, Adolfo (2004, 12 de julio). La contaminación de Fox. *El Informador*, p. 5-A.
- Martínez, Patricia (2004, 6 de junio). Las posibilidades de Marta dependen de los ciudadanos. *Público*, p. 3.
- Mattelart, Michèle (1982) *Mujeres e industrias culturales*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Means, Marianne (2004, 6 de agosto). Tengamos un debate de primeras damas. *Público*, p. 17.
- Melgar, Ivonne (2004, 5 de febrero). Anuncia Sahagún batalla femenina. *Mural*, p. 9-A.
- _____ (2004, 13 de febrero). Da Marta su receta en vivo y en directo. *Mural*, p. 8-A.
- _____ (2004, 6 de junio). Aplica Fox 'candado' también a su esposa. *Mural*, p. 1-A.

- ____ (2004, 6 de junio). Ofrece Ejecutivo a Bours reforzar lucha antinarco. *Mural*, p. 5-A.
- ____ (2004, 12 de julio). Ven misoginia; objetan a Marta. *Mural*, p. 4-A.
- Mellado, Pedro (2004, 13 de febrero). Grave ligereza. *Mural*, p. 2-B.
- ____ (2004, 1 de noviembre). Pulso inseguro. *Mural*, p. 2-B.
- Merlos, Andrea & Salazar, Emmanuel (2004, 13 de septiembre). Convoca a cumplir transición. *Mural*, p. 14-A.
- México necesita crecer más para erradicar la pobreza (2004, 27 de mayo). *El Informador*, p. 13-A.
- Michel, Víctor Hugo (2004, 6 de agosto). Mi candidatura es irreversible: Ramírez. *Público*, p. 30.
- Millán, Mágara (1999). *Derivas de un cine en femenino*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Molina Petit, Cristina (1995). Ilustración. En Celia Amorós (directora), *10 palabras clave sobre mujer* (pp.189- 216). España: Editorial Verbo Divino.
- Monsiváis, Carlos (2004, 16 de mayo). Dos textos humildes y voluntariosos. *Público*, p. 23.
- Morales, Martín (2004, 7 de mayo). Morfín informará sobre los feminicidios. *El Informador*, p. 9-A.
- ____ (2004, 8 de noviembre). Se anticipa una elección muy cerrada en Tlaxcala. *El Informador*, p. 2-A.
- Morales, Alberto (2006, 4 de julio). Elba Esther es la ganadora: expertos. *El Universal* [versión electrónica]. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/140249.html>
- Morett, Georgina; Pérez, Mauricio & Ruíz, Yuri (2004, 6 de marzo). Suspende el PRD derechos a Robles, Imaz y Sosamontes. *Público*, p. 21.
- Morett, Georgina (2004, 31 de octubre). Los diputados se olvidaron de la CNH. *Público*, p. 23.
- Mota López, Dinorath (2007, 13 de mayo). "A mí sólo me destapa mi marido". *El Universal* [versión electrónica]. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/estados/64655.html>
- Movie Awards Prohibidos (2004, 3 de junio). *Público*, p. 43.
- Muchembled, Robert (2004). *Historia del diablo. Siglos XII al XX*. Madrid: Cátedra.
- Muñiz, Elsa (2002). *Cuerpo, representación y poder. México en los albores de la reconstrucción nacional, 1920-1934*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Nada a medias (2007, 13 de junio). *Desesperadas por el poder* [emisión de televisión] Cadena Tres.
- Nájera, Horacio (2004, 28 de agosto). Ofrecen 30 casas. *Mural*, p. 9-A.

- Nava, Juan Ramón (2004, 18 de abril). Ven apoyo 'oficial' para Primera Dama. *Mural*, p. 10-A.
- _____ (2004, 13 de agosto). Inicia juicio oposición. *Mural*, p. 12-A.
- _____ (2004, 1 de noviembre). Respalda Amalia a Maricarmen. *Mural*, p. 16-A.
- Navarrete, Paco (2004, 24 de febrero). ¡Sí- se- pue- de! ¿Sí- se- pu- ede? *Mural*, p. 3-B.
- Naveja, Juan María (2004, 21 de enero). ¿Quién hizo candidata a Marta? *Público*, p. 17.
- _____ (2004, 7 de julio). Una sensata propuesta y una desbocada reacción. *Público*, p. 20.
- Necesario nuevo marco jurídico para radio y televisión (2004, 17 de diciembre). *El Informador*, p. 10-A.
- Nombramiento (2004, 9 de febrero). *El informador*, p. 2-A.
- Norberto Rivera defiende a Marta Sahagún (2004, 12 de julio). *El Informador*, p. 14-A.
- Norberto Rivera pide reglas claras para la carrera presidencial (2004, 7 de junio). *El Informador*, p. 7-A.
- Núñez, Ernesto (2004, 7 de julio). Pide Lino a Fox que reflexione. *Mural*, p. 6-A.
- _____ (2004, 12 de julio). 'Vamos a meter al PAN a Los Pinos en 2006'. *Mural*, p. 3-A.
- Núñez, Ernesto & Nava, Juan Ramón (2004, 13 de agosto). Desafío a perredistas: Ni licencia ni permiso. *Mural*, p. 12-A.
- Nuño Gómez, Laura (1999). Introducción. En Nuño Gómez, Laura (coordinadora), *Mujeres: de lo privado a lo público* (pp. 13- 19). Madrid, España: Editorial Tecnos.
- Ochoa, Connie (2004, 9 de febrero). Difícil que le ganen a López Obrador. *El informador*, p. 3-B.
- Ochoa, Jorge Octavio (2007, 9 de febrero). En vilo candidatura de Payán por divergencias perredistas. *El Universal* [versión electrónica] Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/405803.html>
- Organizaciones sociales perredistas rechazan a Gelacio Montiel como candidato (2004, 28 de agosto). *El Informador*, p. 8-A.
- Ortegón, Eleazar (2004, 30 de octubre). Se acabó el modelo que rigió al país por años: Sauri. *Público*, p. 23.
- Osorno, Diego & Cárdenas, Heliodoro (2004, 6 de marzo). Recibe congreso solicitud de desafuero de Bejarano. *Público*, p. 21.

Padrón Nacional de Medios Certificados 2007, Secretaría de Gobernación. *El Informador*. Consultado el 20 de junio del 2007. Disponible en:
http://www.gobernacion.gob.mx/PR_PNMP/PNMP_resultadosmi.php?idr=324&medio=3

____ *Mural*. Consultado el 20 de junio del 2007. Disponible en:
http://www.gobernacion.gob.mx/PR_PNMP/PNMP_resultadosmi.php?idr=338&medio=3

____ *Público Milenio*. Consultado el 20 de junio del 2007. Disponible en:
http://www.gobernacion.gob.mx/PR_PNMP/PNMP_resultadosmi.php?idr=341&medio=3

Patricio (2004, 6 de marzo). ¡Denuncia contra mí mismo! Otros videos comprometedores. *Público*, p. 3.

____ (2004, 27 de marzo). Pato independiente y unos ciudadanos bien despiertos a 2006. *Público*, p. 3.

____ (2004, 24 de abril). ¡Esto es una constitución y no jaladas! *Público*, p. 3.

____ (2004, 30 de octubre). Calaveras 2004. *Público*, p. 3.

Paz Pérez, José Enrique & Arroyo C., Luis Alejandro (2004, 4 de abril). Partidos, ¿partidos? *Público*, p. 27.

Pellegrini, Silvia (1995). Inserción de minorías y determinación de contenidos. En González, Rosa M. (coord.), *Medios de comunicación y democracia en América Latina y el Caribe* (pp. 89- 95). París: Ediciones UNESCO.

Pensamiento, Daniel (2004, 9 de febrero). Observa Robles ‘malicia’ en el informe perredista. *Mural*, p. 5-A.

____ (2004, 6 de marzo). Reconoce donativos de Ahumada. *Mural*, p. 7-A.

____ (2004, 16 de mayo). Urgen a PGR indagar a los familiares de Fox. *Mural*, p. 4-A.

Pérez-Espino, José (1 de agosto 2002) La prensa en México: la transparencia no llega. Almargen. Disponible en: <http://www.almargen.com.mx/news/imprime.php?IDNOTA=629>

____ (10 de diciembre 2004) Una radiografía de la prensa en la ciudad de México. Almargen. Disponible en:
<http://www.almargen.com.mx/notas.php?IDNOTA=630&IDSECCION=Medios&IDREPORTERO=Jos%E9+P%E9rez-Espino>

Pérez, Mauricio (2004, 9 de febrero). Robles admite sobregiro en su presidencia del PRD. *Público*, p. 24.

Pérez, Mónica (2004, 28 de agosto). López Obrador, luchador social: Jiménez Guzmán. *Público*, p. 20.

Pérez Silva, Ciro (2004, 3 de enero). 2003: de las crisis en partidos al choque entre el Congreso y Fox. *La Jornada* [versión electrónica]. Disponible en:
<http://www.jornada.unam.mx/2004/01/03/003n1pol.php?origen=index.html&fly=1>

Pide a empresarios sumarse a superación de la pobreza (2004, 22 de marzo). *El informador*, p.7-A.

Pide Madrazo al PAN que abra sus elecciones (2004, 24 de abril). *El informador*, p. 4-B.

Piden al CEN del PAN poner orden (2004, 13 de enero). *Mural*, p. 5-A.

Pide Xóchitl Gálvez esclarecer el caso de la indígena de Zongolica (2007, 23 de abril). *Milenio* [versión electrónica]. Disponible en: <http://www.milenio.com/index.php/2007/04/23/61991/>

¿Por qué anunciarse? (s/f). Consultado el 20 de junio de 2007. Disponible en: <http://www.milenio.com/index.php/publicidad?pub=5>

Porras, Rosa Emilia (2004, 27 de mayo). Desmiente el empresario a Imaz sobre destino de dinero. *Público*, p. 22.

Postularían a De La Fuente (2004, 31 de diciembre). *El Informador*, p. 9-A.

Presupuesto de 2005, orientado a la población (2004, 17 de octubre). *El Informador*, p. 11-A.

Publicidad (s/f) Consultado el 20 de junio de 2007. Disponible en: <http://www.milenio.com/index.php/publicidad>

Quién en las páginas de El Informador (2004, 27 de mayo). *El Informador*, p. 14-A.

¿Quiénes somos? (s/f) Mural.com. Consultado el 27 de junio de 2007. Disponible en: <http://gruporeforma.mural.com>

¿Quiénes Somos? (s/f) Video promocional de grupo Milenio. Consultado el 20 de junio de 2007. Disponible en: <http://www.milenio.com/index.php/publicidad>

Quirós, Fernando (1998). *Estructura internacional de la información. El poder mediático en la era de la globalización*. Madrid: Editorial Síntesis.

Ramírez, Clara (2004, 10 de mayo). *Mural*, p. 16-A.

_____ (2004, 12 de julio). Ofrece panista disculpas. *Mural*, p. 17-A.

Recomienda Cárdenas Batel escuchar a ex-líder del PRD (2004, 6 de marzo). *Mural*, p. 7-A.

Rello, Maricarmen (2004, 16 de mayo). Entre chiflido Elba Esther pide un pacto educativo. *Público*, p. 1.

_____ (2004, 16 de mayo). La policía impidió marchar a los disidentes. *Público*, p. 14.

Rendón, Iván & Morita Martín (2004, 13 de agosto). Avalan en Oaxaca expulsión de Elba. *Mural*, p. 11-A.

Revueltas Retes, Román (2004, 13 de enero). Mira tú, que lejos ha llegado. *Público*, p. 39.

_____ (2004, 21 de enero). ¿Y si reprueba? *Público*, p. 23.

_____ (2004, 9 de febrero). Intercambio de parejas. *Público*, p. 43.

_____ (2004, 16 de mayo). La semana de Román Revueltas Retes. *Público*, p. 3.

- ____ (2004, 27 de mayo). Montañas de juicios. *Público*, p. 43.
- ____ (2004, 3 de junio). Terrores nocturnos de Ahumada. *Público*, p. 43.
- ____ (2004, 6 de junio). La semana de Román Revueltas Retes. *Público*, p. 3.
- ____ (2004, 12 de julio). Flautista con muerte cerebral. *Público*, p. 51.
- ____ (2004, 11 de octubre). Retadora e impune. *Público*, p. 47.
- Reyes Heróles, Federico (2004, 8 de junio). Ocaso. *Mural*, p. 5-A.
- Reyna, José Luis (2004, 5 de febrero). El *Financial Times* y la pareja presidencial. *Público*, p. 18.
- Riva Palacio, Raymundo (2004, 27 de marzo). Estrictamente personal. *El informador*, p. 5-A.
- ____ (2004, 28 de agosto) Silenciamos los gritos. *El informador*, p. 5-A.
- ____ (2006, 13 de noviembre) ¡Salven a Josefina! *El Universal* [Versión Electrónica]. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/columnas/61799.html>
- Robles, Magdalena (2004, 31 de octubre). Impulsan programa para abatir la violencia contra las mujeres. *Público*, p. 25.
- Robles Berlanga, Rosario (2005, 8 de febrero). Frase del día. *El Financiero*, p. 2.
- Rodríguez, Denis (2004, 27 de mayo). Tienen su programa las primeras damas. *Mural*, p. 6-A.
- Rodríguez, Juan Carlos (2004, 13 de septiembre). Monreal se integra al CEN perredista. *Público*, p. 22.
- Rodríguez, Laura & de Anda, Francisco (2004, 16 de mayo). Tienen festejo sin aumento. *Mural*, p. 1-A.
- Rodríguez, Óscar (2004, 4 de abril). México sólo necesita dos partidos: Fuentes. *Público*, p. 22.
- Rodríguez, Victoria E. (2003). *Women in Contemporary Mexican Politics*. United States of America: University of Texas Press.
- Romero Leyva, María Dolores (2004, 24 de febrero). No será en este sexenio. *Mural*, p. 10-A.
- Rosario recomendó a amigos de Ahumada en la delegación Gustavo Madero: Flores (2004, 6 de marzo). *Público*, p. 23.
- Rosario Robles comparece como testigo en juicio a Carlos Ímaz (2004, 27 de mayo) *El Informador*, p. 12-A.
- Rosario Robles y “Los monólogos de la vagina” (2007, 9 de mayo) *Milenio* [versión electrónica]. Disponible en: <http://www.milenio.com/index.php/2007/05/09/67166>

Rohter, Larry (2006, 16 de enero). What Is Missing in This Woman's Victory? Coattails. *The New York Times* [versión electrónica]. Disponible en:
<http://www.nytimes.com/2006/01/16/international/americas/16chile.html?ex=1295067600&en=1079844f2b29ddc5&ei=5090&partner=rssuserland&emc=rss>

Rosario Robles se dice víctima de linchamiento político (2004, 9 de febrero). *El Informador*, p. 1-A.

Ruiz Arreola, Claudia (2004, 4 de abril). El gran destape. *Mural*, p. 6-A.

Ruiz, Patricia (2004, 13 de febrero). Rechaza fox desvíos a vamos México. *Público*, p. 28.

_____ (2004, 7 de julio). A Marta, ni la apoyo ni será candidata. *Público*, p. 1.

_____ (2004, 7 de julio). Vicente Fox responde a Durazo: ni impulso a Marta ni la postulo. *Público*, p. 23.

_____ (2004, 9 de julio). Machistas, misóginos, retrógradas: Marta. *Público*, p. 1.

_____ (2004, 9 de julio). Llama Marta a impedir la misoginia y el machismo. *Público*, p. 24.

_____ (2005, 26 de julio). A subasta, los vestidos de Marta Sahagún. *Público*, p. 22.

Sacatrapos (2007, 26 de mayo). Disponible en:
http://sacatraposmonos.blogspot.com/2007_05_01_archive.html

Sáez Carreras, Juan (Ed.) (1998). *El prisma del sexo*. Murcia, España: Universidad de Murcia.

Sahagún de Fox, Marta (2005). *Caminando*. México: Editorial Planeta.

Sahagún, Marta (2004, 5 de febrero). La frase. *El Informador*, p. 2-A.

Sahagún no hace campaña (2004, 6 de junio). *El Informador*, p. 10-A.

Sahagún sin un proyecto político (2004, 17 de octubre). *El Informador*, p. 9-A.

Salazar, Ana María (2004, 27 de enero). Marta, ¿suicidio político? *El Informador*, p. 4-A.

Salazar, Claudia (2004, 5 de febrero). Frena PAN a fundación del debate legislativo. *Mural*, p. 3-A.

_____ (2004, 18 de marzo). Revisa el tricolor agenda electoral. *Mural*, p. 6-A.

_____ (2004, 7 de julio). Piden en PRI la 'renuncia' de Marta. *Mural*, p. 3-A.

_____ (2004, 7 de julio). Exige PRD explicación a gobierno. *Mural*, p. 3-A.

_____ (2004, 30 de octubre). Prevé Senado reducir déficit y precio de crudo. *Mural*, p. 4-A.

_____ (2004, 3 de diciembre). Perfil Gamboa rechaza a Ley de Radio y Televisión. *Mural*, p. 2-A.

Salen aliados Fox y Bush (2004, 13 de enero). *Mural*, p. 1-A.

- Sánchez Leyva, María José (1999). La presentación de las mujeres en los medios de comunicación. Hacia la ruptura de la dicotomía público/ privado. En Nuño Gómez, Laura (Ed.), *Mujeres: de lo privado a lo público* (pp. 154- 161). Madrid, España: Editorial Tecnos.
- Sánchez, Norma (2004, 10 de diciembre). Abandonan trabajo para apoyar a Martha. *Mural*, p. 15-A.
- Sánchez Olvera, Alma Rosa (2003). *La mujer mexicana en el umbral del siglo XXI*. México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Sánchez Susarrey, Jaime (2004, 28 de agosto). El petate del muerto. *Mural*, p. 4-A.
- Sarmiento, Sergio (2004, 18 de marzo). El linchamiento. *Mural*, p. 4-A.
- _____ (2004, 7 de julio). El secret-ario. *Mural*, p. 4-A.
- _____ (2004, 6 de septiembre). Candidatos. *Mural*, p. 4-A.
- Se cierra la cicatriz entre elbistas y chuayffetistas (2004, 28 de enero). *Público*, p. 25.
- Segovia, Rafael (2004, 7 de mayo). Al borde del ataque de nervios. *Mural*, p. 7-A.
- Shabot, Ezra (2004, 21 de enero). Sucesión panista. *Mural*, p. 6-A.
- Sierra, Yuridia (locutora) (2005, s/f) Las Noticias por Adela [Emisión de televisión]. Televisa.
- Silva-Herzog Márquez, Jesús (2004, 11 de octubre). La pandilla. *Público*, p. 20.
- Silvia Magally (2003, 16 de diciembre). *Cuatro mujeres gobernadoras en México*. Cimaconoticias.
<http://www.cimaconoticias.com/noticias/03dic/s03121601.html>
- Sondean Voto (2004, 13 de febrero). *Mural*, p. 10-A
- Sostén, Centro de Inteligencia (s/f) ¿Quiénes somos? Consultado el 10 de junio del 2007. Disponible en: <http://www.sosten.com.mx/SOSTEN.htm>
- _____ (s/f) Sostén declaración. Consultado el 10 de junio del 2007. Disponible en: <http://www.sosten.com.mx/SOSTEN.htm>
- _____ (s/f) Nuestros Servicios. Consultado el 10 de junio del 2007. Disponible en: <http://www.sosten.com.mx/SOSTEN.htm>
- Soy un bicho raro.- Elba Esther Gordillo (2006, 15 de mayo) *Infosel Financiero*. Disponible en: <http://www.terra.com.mx/noticias/articulo/189396/default.htm>
- Tacho (2004, 25 de abril). Complot contra el Montepío. *Público*, p. 2.
- _____ (2004, 29 de septiembre) Ahumada y los panzas verdes. *Público*.

____ (2005, 21 de diciembre). Queremos tanto a Chayo. Milenio [versión electrónica]. Disponible en: <http://www.milenio.com/mexico/milenio/notaanterior.asp?id=529008>

Tagle, Oscar (2004, 6 de marzo). Resorterazos. *Mural*, p. 3-B.

Tarifario de Público-Milenio, 2005.

Tengo autoridad moral para defender a AMLO: Padierna (2004, 9 de julio). *Público*, p. 29.

Thompson, John B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Editorial Paidós.

____ (2001). *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Tonatiuh, Rafael (2004, 13 de enero). Año nuevo, vida vieja. *Público*, p. 39.

____ (2004, 5 de febrero). Consejos del santo a una santa. *Público*, p. 2.

____ (2004, 24 de febrero). No nos volverán a saquear. *Público*, p. 43.

____ (2004, 24 de abril). ¿Qué tan mexicano es usted? *Público*, p. 2.

____ (2004, 13 de agosto). El último jalón. *Público*, p. 28.

____ & Juan Alberto Vázquez (2004, 10 de diciembre). Bejarano salió a una posada. *Público*, p. 51.

Trascendió (2004, 9 de febrero). *Público*, p. 3

____ (2004, 21 de enero). *Público*, p. 3.

____ (2004, 24 de febrero). *Público*, p. 3.

____ (2004, 4 de abril). *Público*, p. 3.

____ (2004, 10 de mayo). *Público*, p. 3.

____ (2004, 27 de mayo). *Público*, p. 3.

____ (2004, 3 de junio). *Público*, p. 3.

____ (2004, 7 de julio). *Público*, p. 3.

____ (2004, 9 de julio). *Público*, p. 3.

____ (2004, 12 de julio). *Público*, p. 3.

____ (2004, 13 de agosto). *Público*, p. 3.

- ____ (2004, 31 de diciembre). *Público*, p. 3.
- Va Maricarmen en tercer sitio (2004, 11 de octubre). *Mural*, p. 17-A.
- Vachez, Myriam (2004, 7 de julio). No nos merecemos esto. *Mural*, p. 4-A.
- Valdés Castellanos, Guillermo (2004, 9 de febrero). México según Marta. *Público*, p. 20.
- ____ (2004, 22 de marzo). De la ineficacia a la descomposición. *Público*, p. 22.
- Valencia, Juan Gabriel (2004, 6 de marzo). El príncipe idiota. *Público*, p. 17.
- ____ (2004, 28 de agosto). Contexto del Informe. *Público*, p. 15.
- Vázquez, Juan Alberto (2004, 18 de abril). Modelos para levantarle un monumento a Ahumada. *Público*, p. 2, 43.
- ____ (2004, 12 de julio). Caro berrinche. *Público*, p. 2.
- ____ (2004, 6 de agosto). El nuevo viejo PRI. *Público*, p. 31.
- Vázquez Mota exhorta a crear empleos (2004, 8 de noviembre). *El Informador*, p. 11-A.
- Vicente Fox desilusiona a los maestros en su día (2004, 16 de mayo) *El Informador*, 1-A.
- Virilio, Paul (1989). *La máquina de la visión*. Madrid: Cátedra.
- Walby, Sylvia (2002). ¿Pos- posmodernismo? Teorización de la complejidad social. En Barrett, Michele & Phillips, Anne (Eds.), *Desestabilizar la teoría. Debates feministas contemporáneos* (pp. 45-66). México: Editorial Paidós.
- Wario, E. Víctor (2004, 9 de febrero). Sucesión: que siga la pachanga. *El informador*, p. 4-A.
- WomenAction. Consultado el 6 de julio de 2005. Disponible en: www.womenaction.org
- Xóchitl Gálvez urge a diputados a buscar compensar la pobreza (2004, 11 de octubre). *El Informador*, p. 10-A.
- Y para la memoria (2004, 31 de diciembre). *Mural*, p. 2-A y 2-B.
- Zamarripa, Roberto (2004, 9 de febrero). Hasta la cocina. *Mural*, p. 9-A.
- Zepeda Patterson, Jorge (2004, 6 de junio). Crímenes de odio. *El Informador*, p. 5-A.
- ____ (2007, 7 de enero) ¿Qué hacemos con Elba Esther? *El Universal* [Versión electrónica]. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/editoriales/36433.html>

ANEXO 1

Muestra de periódico para investigación

(Se revisó cada una de estas fechas en tres periódicos: *Mural*, *Público* y *El Informador*)

13	Enero	2004	
21	Enero	2004	
27	Enero	2004	
28	Enero	2004	
5	Febrero	2004	
8	Febrero	2004	
13	Febrero	2004	
24	Febrero	2004	
6	Marzo	2004	
18	Marzo	2004	
22	Marzo	2004	
27	Marzo	2004	
4	Abril	2004	
18	Abril	2004	
24	Abril	2004	La hemeroteca no tiene el ejemplar de <i>Mural</i> de esta fecha, por lo que no lo incluyo en el análisis.
25	Abril	2004	La hemeroteca no tiene el ejemplar de <i>Mural</i> de esta fecha, por lo que no lo incluyo en el análisis.
7	Mayo	2004	
10	Mayo	2004	
16	Mayo	2004	
27	Mayo	2004	
3	Junio	2004	
6	Junio	2004	
7	Junio	2004	
8	Junio	2004	
7	Julio	2004	La hemeroteca no tiene el ejemplar de <i>El Informador</i> de esta fecha, por lo que no lo incluyo en el análisis.
9	Julio	2004	
12	Julio	2004	
30	Julio	2004	
4	Agosto	2004	
6	Agosto	2004	
13	Agosto	2004	
28	Agosto	2004	
6	Septiembre	2004	
11	Septiembre	2004	
13	Septiembre	2004	
29	Septiembre	2004	
11	Octubre	2004	
17	Octubre	2004	
30	Octubre	2004	
31	Octubre	2004	
1	Noviembre	2004	

		La hemeroteca no tiene el ejemplar de <i>Mural</i> de esta fecha, por lo que no lo incluyo en el análisis.
6	Noviembre	2004
8	Noviembre	2004
25	Noviembre	2004
3	Diciembre	2004
10	Diciembre	2004
17	Diciembre	2004
31	Diciembre	2004