
Capítulo 46

Movimiento estudiantil y estereotipos de mujer en la prensa chilena. El caso de Camila Vallejo en *Las Últimas Noticias*

Pamela Romero Lizama *

*Tú hablarás despacio y bajando la mirada ante mí.
Te vestirás de forma que la gente no comente por ahí.
(Los Prisioneros¹).*

1. INTRODUCCIÓN.

Vivimos en una sociedad que aún no supera el sexismo impuesto culturalmente desde hace miles de años. Esto se ve reflejado en los cientos de discursos a los que tenemos acceso día a día, desde las conversaciones cotidianas, las instituciones educativas y formativas, la religión, el arte, la literatura, la política, la publicidad, los medios de comunicación, y un largo etcétera.

Este trabajo se propone reflexionar sobre como los medios de comunicación reproducen y propagan estereotipos de mujer de acuerdo a la sociedad patriarcal, e intentará develar las estrategias discursivas que son utilizadas en la prensa escrita chilena para ello. El interés principal radica en conocer la evolución en la cobertura informativa que se le dio a la líder del movimiento estudiantil Camila Vallejo en el diario *Las Últimas Noticias*, y en cómo su figura se distorsionó por medio de patrones patriarcales, con el fin de

* Investigadora en la Universidad Austral de Chile.

¹ Los Prisioneros: *Una mujer que no llame la atención*. Pateando piedras, 1986.

neutralizarla ideológicamente, según la conveniencia de este medio de comunicación, transformándola en una representación inocua.

Para ello, se utilizará como estrategia metodológica base el Análisis Crítico del Discurso, para así encontrar las principales temáticas, nominaciones y estructuras sutiles en las que se manifieste el sexismo y la discriminación a la que se deben enfrentar las mujeres líderes, especialmente de movimientos contrahegemónicos, que ponen en tensión el orden económico y social establecido. Por consiguiente, se entenderá que a Camila Vallejo se le aplicó una diferencia en relación a su liderazgo por ser mujer.

2. SOCIEDAD PATRIARCAL.

Sin duda alguna, la sociedad occidental dominante en la que nos desenvolvemos es patriarcal. Podemos decir con certeza que históricamente las mujeres han estado alejadas de las formas de poder, y fueron relegadas al espacio de lo privado, mientras que los hombres fueron haciéndose más valorizados socialmente y ocuparon los puestos de lo público, de la política, la cultura, la fuerza y las armas.

Podemos definir el patriarcado como “un orden social genérico de poder, basado en un modo de dominación cuyo paradigma es el hombre. Este orden asegura la supremacía de los hombres y de lo masculino sobre la inferiorización previa de las mujeres y de lo femenino” (Marcela Lagarde, 2001: 52). Esto significa que en nuestro mundo, las mujeres son oprimidas por los hombres en los diferentes aspectos de la vida social.

El recorrido histórico señala que la segregación de la mujer comienza con el decaimiento de las sociedades matrilineales y matrilocales, debido al paso de las comunidades pretéritas desde el nomadismo al sedentarismo por medio de la agricultura (Bennardo, 2009). Los roles se van separando a medida que el hombre se va incorporando a las tareas agrarias productivas, en relación a su fuerza física.

Esta nueva distribución del trabajo fue derivando en que la mujer se viera relegada a lo privado -el hogar, la familia- y el hombre a lo público -la política, los negocios, la guerra-. Mientras los hombres cumplían un papel importante en el desarrollo económico de la sociedad, las mujeres eran explotadas en su capacidad reproductiva. Capacidad reproductiva, pero también, pasividad en la interacción sexual. Es el sexo y la genitalidad de las personas los que van definiendo y asignando las ocupaciones y las relaciones de poder. Así, la

inferioridad de la mujer se convirtió en una realidad compartida por los hombres, e incluso por las mismas mujeres, que se asumían carentes de dignidad y de inteligencia. En palabras de Cixous: “Las mujeres. Invisibles en calidad de humanos. Pero, por supuesto, percibidos en calidad de instrumentos, sucios, tontos, perezosos, mentirosos, etc.” (1995: 24). Se fue alimentando así una creencia casi mítica de que la mujer se relacionaba a lo natural, al deseo sexual, al mal y al pecado. Victoria Sau (1975) señala que la diferenciación de las capacidades vinculadas al sexo no tiene validez, y que es un mito que se basa simplemente en el miedo de los hombres antiguos a ser anulados por la fisiología secreta de las mujeres.

El patriarcado utiliza las diferencias sexuales para la aplicación del poder sobre la mujer en beneficio del hombre, y en la construcción social de lo que conocemos socialmente como el género: una amplia gama de características que están asociadas a la posesión de un cierto sexo y que serían inevitables e ineludibles, marcando nuestras existencias desde el nacimiento hasta la muerte.

“El orden político de dominación patriarcal construye genéricamente a los hombres como seres completos, limitados, superiores a las mujeres, como seres que concretan el bien, la razón y la verdad, conductores de sí mismos, de las mujeres y del mundo. Y construye a las mujeres como seres marcadas por la incompletud, la ilimitación y la inferioridad, subordinadas y dependientes de los hombres, conducidas por ellos, aseguradas en sus quienes dan sentido a sus vidas y como habitantes tuteladas en un mundo que ya tiene dueño” (Lagarde, 2001: 54).

Estas nociones de lo que deben ser el hombre y la mujer y de su lugar en el mundo, van siendo reconstruidas y difundidas socialmente a través de las construcciones discursivas a las que nos enfrentamos cotidianamente -la cultura- tengamos o no conciencia de ello. Y en la sociedad patriarcal, la mujer se ve limitada por su naturaleza intrínsecamente carente: carente de falo, carente de afecto, sensible, débil, cóncava, falta, rencorosa y envidiosa. En este sentido, Marcela Lagarde (2001) destaca que las mujeres han sido asociadas a una animalidad, debido a que se considera que su sexualidad es natural. De ahí que su sexualidad es sacada de la historia para justificar y fundamentar su opresión.

3. ESTEREOTIPOS DE MUJER.

Ante estas condiciones, se tiene la creencia general de que existen ciertas características, funciones y tareas que les están asignadas a las mujeres por su sexo. Pueden ser de distintos ámbitos: económicos, físicos, emocionales,

morales, políticos, culturales, sociales. Estos estereotipos van marcando las diferencias entre el hombre y la mujer y van formando parte de la propia identidad de las mujeres, es decir, marcan tanto sus relaciones con los demás - con los otros en el mundo- como la relación consigo mismas -su propia representación subjetiva- y el sentido de su vida.

Entonces, se entiende que en el orden mundial patriarcal “a las mujeres se les niega el derecho de crear sus propias imágenes de feminidad, y se ven, en cambio, obligadas a conformarse con los modelos machistas que se les imponen” (Toril Moi, 1999: 68). Dichos estereotipos marcan a las persona desde su nacimiento (a veces incluso desde antes de nacer), y en una sociedad dominada por los hombres y que avala su superioridad, muchos de ellos son de carácter negativo y ayudan a denostar a las mujeres, consolidando las bases de un sistema de jerarquía que les niega muchas posibilidades de desarrollo: “En el fondo encierra un trato discriminatorio y un intento de mantener y dar justificación a los sentimientos de superioridad y autoafirmación de un grupo sexual (varones) frente a otro (mujeres)” (Blanca González, 1999: 80).

Estos modelos de lo femenino y de la mujer forman parte de una política patriarcal: mantener el control y el disciplinamiento social de los hombres sobre las mujeres. Hacernos creer que nosotras nacemos naturalmente inferiores. Según Toril Moi (1999), la opresión machista ha conseguido que las mujeres creen que hay ciertos modelos de feminidad que son naturales, y quienes se niegan a aceptar estos modelos, pasan a ser consideradas no femeninas y no naturales. Desde esta perspectiva, nos enfrentamos día a día con estos estereotipos, en nuestras casas, en nuestros espacios de estudio y trabajo, en las religiones, en la política, en los medios de comunicación. Se cree que:

“Las mujeres son delicadas, tienen inteligencia emocional, agradables, maternales, sensibles, probas, preocupadas por los demás, intuitivas, detallistas, piensan concretamente, mejores para las áreas humanistas, frágiles, dócil, pasivas, enrolladas, solo disfrutan del sexo con amor” (Verónica Undurraga, 2011: 1).

Por otro lado, y como ya hemos revisado, se cree que los hombres son lo contrario. Y en este sentido, a las mujeres no les es suficiente con nacer mujeres, sino que además deben responder obligatoriamente a estos estereotipos para ser aceptadas como tales. Aquellas que no respetan el patrón entregado por los modelos dominantes, son rechazadas y castigadas. Se entiende por tanto, que los estereotipos de mujer no son meramente descriptivos, sino que “funcionan normativamente: las mujeres no solo son delicadas, maternales, pasivas y todo lo demás, sino que deben serlo” (Undurraga, 2011: 2).

4. MUJERES Y LIDERAZGO.

Aún en las circunstancias de dominación masculina presentadas con anterioridad, es posible encontrar a mujeres que –por diferentes sucesos y atributos- rompieron los esquemas de roles asociados a su sexo. Pero estas mujeres con acceso al poder se vieron continuamente atacadas por los hombres y la sociedad patriarcal. Al hacer una revisión mítica e histórica de mujeres ligadas al poder, Victoria Sau (1975) señala que las mujeres que destacaban por su inteligencia y valentía, tendían a ser consideradas excepciones, para que así, ninguna otra mujer intentara imitarlas.

Las mujeres que se han acercado a situaciones de poder y liderazgo, han sido rechazadas por las instituciones patriarcales, los hombres en general, e incluso, por las propias mujeres, que, equivocadamente, las consideran poco femeninas, por no responder a los modelos de sumisión dominantes. En este sentido, nos enfrentamos a lo que se conoce como mujer-monstruo: “Las mujeres famosas por su inteligencia, su actividad, su capacidad de mando o su valor han sido consideradas excepciones de la naturaleza, una especie de monstruos, a veces muy bellos, pero siempre deformes en cuanto al patrón de feminidad” (Sau, 1975: 208).

La mujer líder es, frente a los ojos del patriarcado, una mujer-monstruo: independiente de su belleza exterior, que puede provocar fascinación, el mirarla, el tratarla, y el seguirla es peligroso. Cual Medusa, no se debe mirar a los ojos, es necesario cortarle la cabeza. No hay que escucharla, como a las sirenas: “El monstruo es aquella mujer que no renuncia a tener su propia personalidad, que actúa según su iniciativa, que tiene una historia que contar” (Toril Moi, 1999: 69).

En la esfera política y los movimientos sociales, no ha sido diferente este trato a las mujeres, y adentrarse a estos terrenos es caminar por espacios que hace algunos años estaban ocupados fundamentalmente por hombres. En el plano latinoamericano, y específicamente en el chileno, las mujeres líderes han estado siempre presentes, pero, a la vez, han sido discriminadas e invisibilizadas por los relatos patriarcales oficiales (Margarita Iglesias, 2004).

Con relación al acceso de las mujeres a los puestos de poder, es necesario señalar que éste forma parte de una lucha específica realizada por las propias mujeres, y va más allá de una evolución histórica (Ortiz-Ortega, 2009: 118). Ana María Stiven sostiene que a pesar de que se durante los siglos XX y

principios del XXI hemos podido ver algunos avances en nuestro país, encontrar mujeres líderes políticas y sociales que sean valoradas en su totalidad sigue siendo complejo y aún continuamos dependiendo de los modelos patriarcales:

“La visibilidad femenina en cargos públicos, incluyendo la Presidencia de la República, es un paso en la inclusión de la mujer en la vida pública. Sin embargo, aún la agenda no se completa mientras la mujer no sea plenamente valorada desde su diferencia, con la consagración de la igualdad y la definición de los espacios de poder sin diferencias de género” (Stuven, 2008: 114).

En consecuencia, podemos concluir que la situación en la que en la actualidad se encuentran las mujeres líderes de la vida pública política y social - que van aumentando cada vez más en número- se desarrolla en base ya no a un sistema de “techo de cristal” en el que las mujeres implícitamente no podían seguir ascendiendo, sino que tiene mayor relación con un laberinto, en el que aquellas mujeres que se atreven a seguir sus sueños y alcanzar el poder, se ven enfrentadas a múltiples dificultades (Ortiz-Ortega, 2009) en los diferentes ámbitos de su vida. Y esto se relaciona directamente a que no están siguiendo los patrones de feminidad ni los roles que les son asignados según su sexo por la sociedad patriarcal:

5. MUJERES Y SEXISMO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

La construcción del género es evidentemente de carácter discursivo. Los estereotipos de mujer aplicados a ciertos roles y tareas específicas se van propagando y masificando a medida que aparecen en diferentes instituciones y medios de comunicación. En la actualidad, a pesar de la supuesta apertura y políticas de género que se aplican desde los organismos gubernamentales y privados, es posible encontrarnos con expresiones machistas en medios tales como los diarios y periódicos. Estas plataformas muchas veces se publicitan como “objetivas” y “neutrales”, pero no cabe duda que continúan perpetuando una cierta imagen de mujer que persigue los patrones, roles y reglas impuestos desde la sociedad patriarcal occidental, ya sea de manera intencionada o no.

Esta “violencia simbólica” (Pross, 1989; Bourdieu, 1999) aplicada a la mujer por medio de los textos de prensa es menos evidente que la violencia física que se puede dar en las relaciones, pero no por ello es menos nociva. Va formando subliminalmente a los sujetos sociales en medio de estructuras de

poder en las que la mujer es objeto de deseo y desprecio, y establece las bases para provocar violencia física en el futuro.

Valentina Salas denomina estas prácticas “sexismo lingüístico” e indica que éste es “el modo como la lengua influye en que se conserve la situación devaluada que vive y que padece la mujer” (2005: 6). Esta forma de sexismo periodístico -que puede ser explícita o implícita- se alimenta de las convenciones sociales sobre qué y cómo debe ser la mujer, y a la vez, a través de estos estereotipos, entrega una realidad compartida que los sostiene, los impulsa y los transforma en prejuicios negativos de influencia pública.

Se produce así en los medios de información una discriminación hacia las mujeres que a primera vista pasa desapercibida, por ello se hace fundamental aplicar una lectura crítica a las entregas informativas. Siguiendo esa línea, la metodología del Análisis Crítico del Discurso se impone como una alternativa hermenéutica atractiva para el estudio de los textos informativos. Al respecto, Teun van Dijk señala que es un:

“tipo de investigación analítica sobre el discurso cuyo campo de estudio está referido principalmente a descubrir el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y de vez en cuando combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político” (van Dijk, 1999: 23).

Entre las principales características de este método, van Dijk (1997) subraya que suele ser interdisciplinario y se destaca por su postura crítica frente a los textos y a quienes abusan del poder, y por su compromiso social explícito.

6. CAMILA VALLEJO Y LAS ÚLTIMAS NOTICIAS.

Un caso interesante de análisis de lo anteriormente expuesto en la prensa chilena es el de Camila Vallejo Dowling (Santiago de Chile, 1988). Esta joven geógrafa y militante comunista de 25 años fue líder estudiantil universitaria durante el momento más álgido de las movilizaciones y protestas durante el año 2011, en medio de la contingencia y estallido social que se hizo conocida como “Primavera de Chile”.

Camila Vallejo reunía varias características que la hacían interesantes para el ojo periodístico: era la segunda mujer elegida Presidenta de la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile (FECh), principal casa de estudios tradicional de nuestro país, además fue la vocera más visible de la

Confederación de Estudiantes de Chile (CONFECH). En el 2012 fue derrotada en las elecciones por Gabriel Boric, pero aun así continuó en la Vicepresidencia y siguió siendo una líder de opinión, publicando además su primer libro, titulado “Podemos cambiar el mundo”².

Durante el 2013, su vida dio un giro importante: apoyada por el Partido Comunista y por el pacto político de centro-izquierda Nueva Mayoría (oposición), postuló como candidata a Diputada por el distrito 26 de La Florida (escaño que obtuvo en las elecciones de noviembre). Su vida privada también cambió, ya que dio a conocer públicamente su embarazo.

En relación a su experiencia como importante figura estudiantil, Camila Vallejo señala sentirse orgullosa del movimiento porque “muchas gente se ha integrado a él y ha logrado [...] hacer un cuestionamiento de fondo al actual modelo, ya no solamente en el ámbito de la educación, sino a nivel [...] de un modelo de desarrollo que produce desigualdad en la educación y en otras áreas” (2012: 5). Siguiendo esa línea, Vallejo no duda en recalcar que:

“Chile no va a transformar de raíz su educación si no enmarca esta lucha en una gran batalla por erradicar todo rezago autoritario, antidemocrático y mercantil de todo ámbito social, político y económico. La educación emancipadora, igualitaria y liberadora será un primer puente entre el pueblo y la construcción de su destino” (2012: 132).

Conociendo este escenario, esta investigación profundiza en el tratamiento informativo que se le entregó a la líder estudiantil en *Las Últimas Noticias*, el diario más leído y el segundo con mayor circulación en Chile³, en sus aspectos más evidentes. Este diario es de carácter popular y sensacionalista, y sus lectores son principalmente de clases socioeconómicas media y baja (73%⁴). Este diario pertenece a la Sociedad Anónima Periodística *El Mercurio*, y es parte conformante del duopolio periodístico chileno. Propiedad de una de las familias tradicionales más conservadoras y poderosas del país, *Las Últimas Noticias* se ocupa principalmente de la farándula y los deportes, aunque también abarca temáticas variadas, como actualidad y política.

² Editorial *Ocean Sur*, 2012.

³ <http://www.valida-chile.cl/cph_upl/B_2012_DSS.pdf>.

⁴ <<http://www.elmercuriomediacenter.cl/wp-content/uploads/ESTUDIO-DE-LECTOR%C3%8DA-a-septiembre-2012.pdf>>.

7. ANÁLISIS.

Para este análisis se consideraron todas las portadas principales en las que aparecía Camila Vallejo durante los años 2011, 2012 y 2013 y esto arrojó los siguientes resultados:

- 2011: 4 portadas principales.
- 2012: 1 portada principal.
- 2013: 2 portadas principales y 1 portada de revista M (suplemento dedicado a las mujeres).

10 de agosto de 2011

22 de agosto de 2011

Exito 7/10 **Las Últimas Noticias**
 lun.com \$250 • Regiones I, II, XI, XII y XV \$400 • Año CIX • Nº 36.397 • Viernes 23 de septiembre de 2011

El hombre más envidiado de la marcha

Julio Sarmiento no se despegó de Camila Vallejo en la masiva movilización de ayer



Niña de 10 años baleó a su mamá: le disparó tres veces 2

¿Borghi se nos puso colocolino? Johnny Herrera dice que sí 26

23 de septiembre de 2011

11 POLÍTICA **El ingeniero de MARAFIDA**

El pote que apoya a los estudiantes

Julio Sarmiento, el hombre más envidiado de la marcha

El último policía de la dirigenta lo cuidó todo el rato

Matrimonio de 70 años salió a apoyar a sus nietos
La patota de la tercera edad

La movilización superó expectativas de ConDef y autoridades.

Shallam Sarmiento
 El padre que apoya a los estudiantes

La niña que baleó a su mamá
 La niña de 10 años baleó a su mamá en un momento de la marcha. La niña se despegó de su madre y le disparó tres veces. El hecho ocurrió en un momento de la marcha que se realizó en la zona de la Plaza de Armas.

¿Borghi se nos puso colocolino?
 Johnny Herrera dice que sí

23 de septiembre de 2011

Exito 7/10 **Las Últimas Noticias**
 lun.com \$250 • Regiones I, II, XI, XII y XV \$400 • Año CIX • Nº 36.411 • Viernes 7 de octubre de 2011

El guanaco dejó con alergia a Camila Vallejo

"Tuve que tomar antihistamínicos", relató la presidenta de la Fech tras la marcha

Pinigol cuenta cómo se saca el Jet lag antes de jugar con Argentina 28

Amparo Noguera habla del castigo a Carlitos: "Me creí la escena" 42

07 de octubre de 2011

1 EL DÍA **La presidenta de la Fech quedó entera empapada en la fallida marcha de ayer**

Camila mojada por el guanaco: "Sentí que me ardía la piel"

132 DETENIDOS

Lo de serece
Saqueos y baridos

La presidenta de la Fech quedó entera empapada en la fallida marcha de ayer
 Camila Vallejo, presidenta de la Federación de Empleados de Comercio y Servicios (Fech), quedó entera empapada por el guanaco durante la marcha de ayer. Ella relató que se sintió como si le ardiera la piel por el contacto con el animal.

132 DETENIDOS
 Se registró la detención de 132 personas durante la marcha. Entre ellas se encuentran varios líderes de la Fech y otros activistas.

Lo de serece
Saqueos y baridos
 Hubo saqueos y baridos en algunas zonas de la ciudad durante la marcha.

07 de octubre de 2011

Camila Vallejo explica sus líos con la peineta

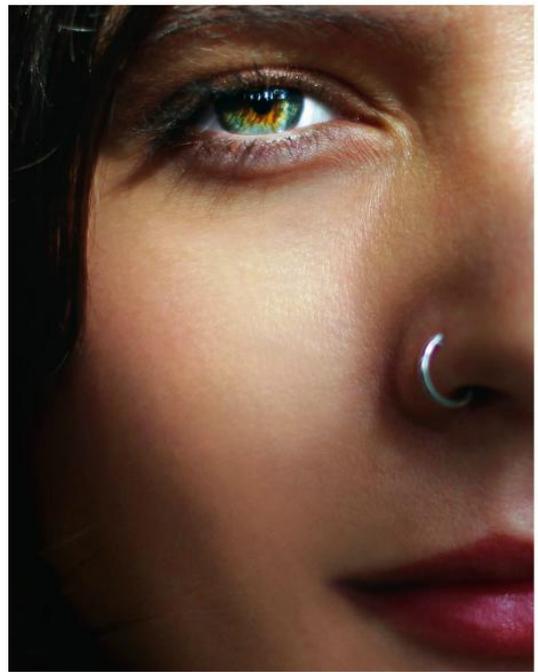
"No me peino porque quedo como leona"

Mujer m Daniel Aravena

Después de varios meses de andar para allá y para acá como una námadá, entre los casa de sus padres en La Florida y el departamento de su hermana en Providencia, Camila Vallejo (26) consigue por fin lo que parecía imposible: anclar un departamento para compartir con su novio, Julio Sammartino, y la hija que esperan para octubre. Escogió el sector del paradero 14 de La Florida, la céntrica por lo que se está postulando como candidato a diputada. O más bien, fue lo que quiso conseguir, porque el proceso, como sea buena parte de los chilenos, en esta época de boom inmobiliario, fue un dolor de cabeza. En el país, no parecen buenos tiempos.

"Fue súper difícil, porque nos pedían muchos requisitos. Necesitábamos un aval y alguien que nos avalara oficialmente. Para una joven en condición de casada, como yo, que podía estar trabajando y no lo hago por el tema de la campaña, es complicado. Y

La ex líder del movimiento estudiantil cuenta que se viste en una picada en la feria y que se marea cuando entra a un mall. Ahora que es candidata a diputada, sabe que tendrá que ponerse más formal. "No voy a ir al Congreso con la polera de panty rota para que me anden pelando", dice.



21 de junio de 2013

"NO ME PEINO PORQUE...

«Mi pareja no tiene contrato, trabaja en la salud pública como médico en urgencias del CRS Maipú y trabaja como si manager de las trabajadoras. Es una realidad que viven muchos parejas jóvenes», cuenta la ex presidenta de la Foch.

En el camino, Camila y Julio se buscaron con el departamento que atravesaba una pareja de profesores, con quienes hubo mucha química. "Hablamos del tema de la educación y todo eso. Fue algo muy ameno, pero el precio excedió nuestras posibilidades. No había buena oferta, jajá", recuerda.

«Ahi agoró el mercado.

«¿Qué son los necesarios también. Imagínate que son profesores que tienen un sueldo muy bajo y eso es su entrada de recursos, entonces qué vamos a castigar nosotros eso. Por suerte ahora nos salió algo. Pero todo esto del cambio de casa me tiene medio preocupado, porque me quedan tres meses y medio para partir y no quiero que mi hijo meca y no le tengamos un espacio. Tengo que ser medio multifacética. El tema de misa terminó la carrera de Geografía en la Universidad de Chile, los últimos, aparar en algunos casos en la casa, ahora que está lista de estar embarazada y de proyectarme como mamá. Hay que saber complementar.

No me toquen el pelo

Camila sale a la calle sencilla. Con una polera sintética, unas galletas de colores y unas botas. Ocasionalmente un chaquetón. No es la gama de la mayoría de las candidatas al Congreso, pero hay que decir que es su manera de vestirse desde siempre, en las marchas estudiantiles y también ahora en la campaña por las Feries, libros y puerta a puerta de la Florida. "Es distinto representar a universitarios que representar a vecinos de una comuna, porque en un público mucho más diverso. La Florida es un segmento muy diverso, en el que se refleja una realidad país", respeta.

«De qué te preocupan en el aspecto físico?»

«Solo de lo necesario. Por ejem-

plu, todos me critican porque no me peino. Y no me peino, porque quedo como leona. Me preocupo de no salir con lagañas, sobre todo porque tengo contacto con gente y me acuerdo que la otra vez me estaba mirando la lagaña cuando estaba hablando conmigo, jajá. Me preocupo de los dientes, de limpiármelos bien, que sé yo, ese tipo de cosas. Andar ordenada, verme presentable. Me maquillo más cuando estoy en encuentros de familia, un cumpleaños, porque no me gusta mucho que me vean muy protorada, porque uno cosa de ser uno y una cosa importante es conservar la propia identidad.

«Lo de la peineta es una lucha muy compleja?»

«Sí que me peino en la ducha normal, con bálsamo, porque mi pelo no necesita la peineta. Yo cuando voy a entrevistas, me tratan de peinar. Pero si se mezclan en mi pelo yo los digo: "Lo más natural posible, por favor", porque me han aludido empujados con un óndul que me es más. Entonces los digo: "Ondulante". Yo sé que no toleran mis mechones. El tema es que yo en mi casa no tengo los implementos que tienen en los estudios de maquillaje de los programas y tampoco gasto mucho tiempo en ordenarme el pelo.

«Y cómo vas a asumir la for-

malidad del Congreso si es que eres electa?»

«No sé. Yo sé que en algún momento voy a tener que ponerme ropa más formal. No un traje de dos piezas, pero no voy a ir al Congreso con la polera de panty rosa para que me anden pelando. Hay que adecuarse a los espacios. Si vas a un día de campo no vas a ir con lomo, pero a una sesión en el Congreso habrá que ir más formal.

¿Tampoco vas a dejar de verte como un chico de 23 años, dices tú?»

«Hay mujeres de 50 que se ven como jóvenes y mujeres de 20 que se ven como viejas. Uno tiene que mantener su

El Whatsapp esclaviza a Camila Vallejo

Durante poco más de 90 minutos de entrevista, Camila Vallejo jamás revisó el smartphone Samsung que mantiene guardado en la cartera. Pero además lo hizo, sus ojos verdes se abrieron más de lo normal. Tendrá decretos, quizás una cincuentena de mensajes. "El Whatsapp ha sido un tema. Ayuda mucho, pero te esclaviza a ti, tengo muchos contactos y con todos estoy comunicada. Demanda tiempo responder, pero aparece es gratuito. Tiene sus pros y sus contras. Es lo que más tiempo me demanda", dice la crítica referéndose a los avatares de la campaña. Internet ha sido una herramienta poderosa desde su etapa de dirigente estudiantil. Tiene más de 200 mil seguidores en Twitter, aunque no es precisamente su red social favorita. "Me gusta más el formato del ventar. Además que cada usuario tiene un perfil, se ven esos tabs (perfiles falsos). Hay varios perfiles falsos míos, hay uno al que le pusieron una L mayúscula. El mío, en Twitter, es @Camila_Vallejo", explica.

21 de junio de 2013

“NO ME PEINO PORQUE



“Veíamos guaguas y nos daban ganas”

Emiliana y Diana. Los dos integrantes de repente para la hija que esperaba Camila Vallejo y Julio Sarmento, y que llegó en plena campaña electoral. “Es un orgullo estar embarazada, me ha servido mucho como experiencia en lo personal y también como experiencia política. Con Julio hace tiempo que nos estamos viendo padre. Nosotros guaguamos y nos daban ganas. Pero proyectamos con una vida juntos, tenemos un proyecto de vida, de política, con sueños y aspiraciones”, revela.

“Te da pudor producirte mucho?”

“Nunca he sido muy productiva. Tengo mi estudio y eso lo voy a cambiar. Uno tiene que saber qué momento es más fértil que el otro, pero siempre he mantenido mi estudio y en términos personales estoy de la exposición pública te afecta. Salir a caminar a la calle no es lo mismo que antes, la gente te reconoce. Llegar y tomarse una cerveza con los amigos en la calle no es lo mismo que antes.”

“No puedes tirar la talla?”

“No puedo ser un amigo de lejos y girarle ‘huelobon’, porque se queda en los. De repente esas miradas que he tenido de universidades y organizaciones en otros países, me obligaba a poner. Esto de ser conocida es un poco agobiante.”

Producción: Mariana Rojas D. Fotografía y estilo: Jovana C. Visto para FOR Male Up & Hair. Location: PhotoVibe La Cumbre, Palma 2000, La Florida, Fono: 22887028

21 de junio de 2013

¿Identidad. Lo que te acomode. No puedes estar sintiendo culpa o sentirte limitada. No puede ser la preocupación de una mujer el vestirse de tal o cual manera. Porque a los hombres nadie les cuestiona cómo se visten o están en el Parlamento por bonitos o si es hora de bañarse para ir a votar por él. Con las mujeres sí. Que si anda con un color, con un vestido muy corto o si muestra mucha piel. Fija con eso, cada uno se veía como quería en la medida que no posea a favor el otro.

“¿Dónde te compras ropa?”

“Veo el mall?”

“Yo tengo un problema con los malls, porque me mareo y me cuesta entrar mucho rato. No sé qué es, si es el aire acondicionado o la cantidad de cosas que hoy pero me aburro, me da fatiga y me quiero ir. Cuando de repente me falta un par de zapatos y cuando ido en el mall, voy a comprar, pero yo me voy mucho con las cosas que encuentro en la feria o que mi mamá me compra allí, jaja.”

“¿Fan de la ropa vintage?”

“La gracia de la feria es que encuentras ropa que no es repetida. Lo que pasa con las grandes tiendas es que por más que sean tiendas distintas todas tienen la misma línea. En cambio en la feria te venden cosas que son de los años 60, 70 y 80. Entonces puedes elegir en diversidad de prendas, mucho más barato y con de más calidad. Muchas veces por ser antigas, te duran más que la de una tienda que se desdiseño al otro.”

“¿Tienes una picaída?”

La que está en Santiago (de Alderete), entre Colombia y México. Ahí hay un par de los y las que tienen buena ropa. Mi mamá es muy amiga de ellos, porque también se compra siempre. Muchos de ellos me dicen: “Te viene una entrevista usando tal vestido que compraste aquí”. Algunos dicen “qué cosa”, pero yo como que mucha gente se compra ropa en la feria y sale del paso.”

“¿Nunca pensaste en aprovechar el hecho de ser bonita para que pescaran más tu mensaje?”

Es que nos tenían que pescar igual porque éramos 150 mil estudiantes

La primera conclusión que es evidente es que durante el año 2011 es cuando Camila Vallejo alcanzó mayor protagonismo en Las Últimas Noticias. Su fotografía apareció en cuatro portadas como el contenido principal de la edición. En 2012 su impacto fue menor, y se proyecta como una continuación de sus actividades como líder estudiantil del año anterior.

Pero si bien el año 2013 solamente abarca dos portadas principales, una de ellas es de un interés más profundo, y va dirigida principalmente al público lector femenino, ya que es la portada de la entrevista que conforma el suplemento “M”. Esto es una novedad significativa, ya que las entregas de los años 2011 y 2012 apelaban fundamentalmente a los lectores masculinos, quienes se sentían atraídos por su apariencia física. Lo mismo se puede decir de la portada del mes de abril, que habla de la “historia de amor” de Camila Vallejo.

7.1. Significados Globales.

Para tener una idea general del texto a analizar, van Dijk (1990) recomienda hacer una revisión esquemática del texto noticioso, haciendo un resumen de los tópicos principales del texto. A esto es a lo que llamamos

“Significados Globales”. Estos son proposiciones de carácter subjetivo, que son deducidas estratégicamente por el lector, a modo de resumen del texto abordado, y también son conocidos como macroproposiciones textuales. Por lo tanto, nos encontramos frente al siguiente recorrido temático:

7.1.1. 2011:

- *Camila Vallejo, más cuidada que cartón ganador del Loto*: Como Camila Vallejo recibió amenazas, debió ser protegida por un grupo de entre 10 y 12 hombres en la marcha para resguardar su seguridad. Fue protegida de toqueteos, cámaras y fanáticos.

- *Camila Vallejo no quiso mover la colita*: En un encuentro multitudinario en el Parque O’Higgins, y en medio de un discurso, Camila Vallejo se negó a bailar la colita, pese a la solicitud del público masculino.

- *El hombre más envidiado de la marcha*: Camila Vallejo asistió por primera vez a una marcha con su pareja, Julio Sarmiento, quien la cuidó. Sarmiento nació en Cuba, también fue Presidente de la FECh y es militante comunista.

- *El guanaco dejó con alergia a Camila Vallejo*: En una marcha no autorizada, Camila Vallejo fue mojada por un guanaco de Carabineros y sufrió de alergia a la piel.

7.1.2. 2012:

- *Camila: “Villegas es un tanto esquizofrénico”*: Durante el festejo de los 100 años del Partido Comunista, Camila Vallejo rechazó un cumplido del columnista Fernando Villegas y señaló que era un tanto esquizofrénico, pues cambiaba muy rápido de opinión.

7.1.3. 2013:

- *La historia de amor de Camila Vallejo y Julio Sarmiento*: A través de una carta difundida en los medios de comunicación, Camila Vallejo, candidata a diputada por el Partido Comunista, confirmó estar esperando un hijo junto a su pareja, Julio Sarmiento.

- *Entrevista con Camila Vallejo: “No me peino porque quedo como leona”*: En una entrevista, Camila Vallejo habla sobre moda, su cabello, y su proyecto de familia.

7.2. *Significados Locales.*

Otro aspecto fundamental en el análisis es la nominación, es decir, cómo se nombra, bajo qué calificativos es mencionado el personaje a estudiar en el texto. Los significados locales hacen relación al significar de las frases o proposiciones.

En este caso Camila Vallejo es mencionada por Las Últimas Noticias de la siguiente forma: *Cartón ganador del Loto, Líder de la Fech, la joven, Brad Pitt, la emperatriz* (10 de agosto de 2011); *Presidenta de la Fech, la universitaria, la muchacha parecía rockstar* (22 de agosto de 2011); *La dirigente, la líder, la chica* (23 de septiembre de 2011); *La líder estudiantil* (07 de octubre de 2011); *La Vallejo, la ex líder de la Fech, la joven* (08 de enero de 2012); *La ex presidenta de la Fech*, (14 de abril de 2013); *Ex líder del movimiento estudiantil, candidata a diputada, ex presidenta de la Fech* (21 de junio de 2013).

7.3. *Estructuras Sutiles.*

Las estructuras sutiles son aquellas ideas fuerza que son difundidas a través del discurso noticioso, pero que no se perciben directamente, debido a su sutileza. Estas construcciones inciden en el inconsciente del lector o lectora de la noticia. Están directamente relacionadas con las estructuras de poder que son activadas a partir de la información emitida. En palabras simples, son lo que entendemos como estereotipos, por ejemplo, de sexo, de raza, de clase social, de ideología, etarios, etc.

Por ejemplo, en ninguna de estas entregas informativas se aborda en profundidad el mensaje político de Camila Vallejo o las implicancias de su liderazgo para el movimiento estudiantil.

Principalmente se destaca a Camila Vallejo por su belleza física en las portadas y notas informativas de una página de extensión, de acuerdo a los patrones patriarcales, en los que una mujer solamente importa como portadora de belleza. Se le resta importancia a su puesto de poder como representante de todos los universitarios movilizados de Chile, destacándola como un objeto de

deseo. En la gran entrevista del año 2013, que podría haber dado lugar a una conversación más interesante sobre sus aspiraciones al Congreso y su proyecto político, se habla de temas banales, como tips para comprar ropa, el cuidado del cabello, el romance y la maternidad, que son intereses que según los estereotipos de género deben compartir todas las mujeres.

También se puede apreciar que, a pesar de ser ella la líder del movimiento estudiantil universitario, debe ser cuidada y protegida por los hombres, tanto por sus compañeros movilizadores, como por su pareja. Se da a entender que las mujeres aún no están capacitadas para llegar a puestos de poder, ya que no tienen dominio sobre las multitudes y se ven sobrepasadas: el sexo débil necesita seguir siendo cuidado por los machos fuertes y valientes: caballeros en armadura, una “guardia pretoriana”. En este mismo sentido, cuando se habla de su relación de pareja, se habla de Camila Vallejo como *La dirigente, la líder, la chica*, mientras que a Julio Sarmiento se lo califica como *el hombre*. Se asocia a Camila con tópicos de juventud, que hacen relación a una persona no-completa: Camila no es un adulto formado, es *universitaria*; no es una mujer aún, es una *muchacha*, una *chica*.

Se destaca el carácter de Camila Vallejo como una “rockstar”: tiene fanáticos y seguidores incondicionales, que la siguen como si fuera una estrella. Se banaliza así su mensaje político y el aspecto ideológico del propio movimiento estudiantil, al reducirlo a una figura de liderazgo que solamente captura la atención por su aspecto físico.

Vemos como finalmente Camila Vallejo muta temáticamente a los roles de una mujer “normal”, siguiendo los patrones femeninos impuestos desde una perspectiva machista: primero es una mujer muy bella, pero distante (no se la puede tocar en las marchas, no quiere bailar la colita). Más tarde, el discurso informativo descubre que tiene una pareja: se intuye que su voluntad se doblega, como la de todas las mujeres, frente a un hombre. Deja de ser la sacerdotisa fría, para transformarse en una sumisa esposa y dedicada madre. Deja de ser activa, para transformarse en un ser pasivo.

Se muestra que incluso aquellos que la criticaban (como el columnista Fernando Villegas) han caído rendidos frente a sus encantos. La cobertura a Camila Vallejo ejemplifica a la mujer-monstruo: es atractiva físicamente, pero a la vez extremadamente peligrosa, ya que encarna la rebeldía y el comunismo, el poder de las masas y la desestabilización del sistema neoliberal.

Finalmente, después de un largo tiempo sin aparecer en portada principal, regresa confirmando su embarazo, redimiendo su feminidad a través de su

historia de romance (*El amor pudo mucho más*) y su próxima maternidad. Para finalizar, la vemos en una entrevista en la que se muestra como una mujer común y sencilla, que está comenzando una vida en familia, esperando una hija, arrendando su primer departamento, se preocupa de la ropa y de su cabello. Esta entrevista incluye una sección de fotos especialmente preparada para la ocasión. Incluso se recurre a maquillaje y a retoque fotográfico evidente para emparejar las imperfecciones naturales de la piel.

A mayor radicalidad de su postura política, es menos interesante para el público femenino, pero ahora que su discurso se ha suavizado, en el año 2013, resulta ser llamativa como modelo a seguir, modelo de esposa, modelo de madre, modelo de belleza. El enfoque cambia, porque cambia el lector objetivo del contenido: ahora Camila puede ser un ejemplo para las mujeres. Una vez que se ha integrado al sistema -político, familiar, social- es inofensiva para el medio de comunicación.

8. CONCLUSIONES.

Camila Vallejo es una joven que se acercó a la palestra noticiosa desde su liderazgo en la política informal de los movimientos sociales, hasta buscar una carrera en la política formal, como candidata a diputada. Resulta atractivo conocer la evolución que ha tenido la cobertura noticiosa que le ha dado el diario popular *Las Últimas Noticias*, ya que ella ha sido la única líder de movimientos estudiantiles y sociales que ha logrado aparecer en tantas portadas y ha logrado tal notoriedad y visibilidad en este medio de comunicación.

Es innegable que este medio se valió de la apariencia física de Camila Vallejo para atraer a los lectores y generar mayores ventas, y en ese mismo sentido, el tratamiento informativo da un giro cuando la joven se encuentra embarazada y comienza a formar una familia: como deja de resultar atractiva para los lectores masculinos, se la transforma en una figura atractiva de seguir para las lectoras mujeres.

Hay allí, por lo tanto, una doble discriminación: tanto a Camila Vallejo como líder política juvenil (a la que se le quita radicalidad discursiva), como a las posibles lectoras mujeres, a quienes se les niega el derecho a conocer más sobre la ideología de la candidata, entregándoseles una gran entrevista básica, que cae en temáticas superficiales que supuestamente le deben interesar a todas las mujeres: embarazo, cuidado del cabello, maquillaje, mensajes entre celulares, compra de ropa, etc.

En el diario “Las Últimas Noticias”, es posible desenmascarar una estrategia de farandulización y banalización del movimiento estudiantil a través de sus líderes, que ha intentado restarle seriedad y profundidad al análisis de la contingencia nacional y a los problemas sociales, entre ellos a un tema tan trascendente como la educación. En este sentido, hay un ataque a Camila Vallejo, por medio de construcciones léxicas y alusiones evidentemente sexistas, tanto explícitas como implícitas en el texto (y que son re-producidas desde el contexto ideológico de los medios).

El liderazgo de Camila Vallejo fue y (aún) es leído desde una sociedad patriarcal y dicotómica, en la que su intromisión en un mundo eminentemente masculino no es bien recibida, por lo que la estrategia informativa para neutralizarla que se puede apreciar fue tratarla como objeto de deseo, para luego convertirla en la madre y esposa modelo.

Por otro lado, también resulta interesante ver la manera en que Camila Vallejo también se ha hecho, en cierta medida, cómplice del trato sexista de La Últimas Noticias, concediéndoles esta entrevista exclusiva, incluso sabiendo de la forma en la que con anterioridad la habían tratado:

“LUN utiliza la estrategia de la superficialidad, no ir al fondo. Hoy me utilizan a mí, después puede ser otra persona. Ellos banalizan la información para que la gente vea lo superficial solamente y no lo que sucede realmente en los movimientos. Por ejemplo, cuando pusieron ‘Camila Vallejo no quiso mover la colita’ ¿Qué nivel periodístico hay ahí?” (Camila Vallejo, 2011⁵).

Una mujer inteligente y aguerrida, líder de la resistencia estudiantil y social, ha tenido que adaptarse irremediamente al sistema de dominación patriarcal y a los estereotipos femeninos en la búsqueda de un sitio en la política formal: Tal vez, esta situación es la que resulta aún más preocupante.

9. REFERENCIAS.

Bennardo, Filippo Giuseppe di (2009): *La insurrección de Lilith. Breve recorrido histórico hasta la formulación de los arquetipos de mujer en la*

⁵ Entrevista a Camila Vallejo: “Necesitamos un cambio constitucional”. *El Ciudadano*, n°. 109, primera quincena septiembre 2011. Fuente: <<http://www.elciudadano.cl/2011/10/11/42258/camila-vallejo-necesitamos-un-cambio-constitucional/>>.

cultura judía/judío-cristiana y en la primera genealogía de la mitología griega. Sevilla: ArCiBel.

Bourdieu, Pierre (1999): *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción.* Barcelona: Anagrama.

Cixous, Hélène (1995): *La risa de la medusa. Ensayos sobre la escritura.* Barcelona: Anthropos.

González, Blanca (1999): Los estereotipos como factor de socialización en el género. Revista *Comunicar*. 12, pp. 79-88. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801212>>.

Iglesias, Margarita (2004): Género y Globalización neoliberal: las nuevas encrucijadas neocoloniales que enfrentan las mujeres. En: *Género y globalización – Mujeres*. Santiago de Chile: Aún creemos en los sueños.

Lagarde, Marcela (2001): *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia.* Madrid: Horas y HORAS la editorial.

Moi, Toril (1999): *Teoría literaria feminista.* Madrid: Cátedra.

Ortiz-Ortega, Adriana (2009): *Poder, mujeres y liderazgo: guía incluyente en un contexto global.* Monterrey: Instituto Estatal de las Mujeres de Nuevo León.

Pross, Harry (1989): *La violencia de los símbolos sociales.* Barcelona: Anthropos.

Salas, Valentina (2005): *Sexismo, lenguaje y prensa: Caso Venezuela.* Caracas: Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer.

Sau, Victoria (1975): *Manifiesto para la liberación de la mujer.* Barcelona: Bruguera.

Undurraga, Verónica (2011): ¿Qué tienen de malo los estereotipos de género? En: *Observatorio de Género y Equidad*, Boletín Junio. Disponible en: <<http://www.observatoriogeneroyliderazgo.cl/index.php/las-noticias/4502-ique-tienen-de-malo-los-estereotipos-de-genero>>.

Vallejo, Camila (2012): *Podemos cambiar el mundo.* Santiago de Chile: Ocean Sur.

van Dijk, Teun:

* (1990): *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.

* (1997): *Racismo y Análisis Crítico de los Medios*. Barcelona: Paidós.

* (1999): El análisis crítico del discurso. Revista *Anthropos*, 186. Barcelona, septiembre-octubre.