

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO



PUCP

**UNA LECTURA CRITICA DE LA IMAGEN DE EVANGELINA
CHAMORRO, LA MUJER QUE SOBREVIVIÓ A UN HUAYCO EN
EL PERÚ EN EL AÑO 2017, MEDIANTE UN ANÁLISIS DEL
DISCURSO PERIODÍSTICO**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN
ESTUDIOS CULTURALES**

AUTORA:

SASCHA MARIA FRISDAHL

ASESOR:

CARLOS RAUL CASTRO PEREZ

Junio, 2018

Índice

RESUMEN	3
INTRODUCCIÓN	5
1. Un ejemplo a seguir. La representación de héroes ordinarios en los medios de comunicación	10
2. La mujer. La representación social del género femenino en los medios de comunicación	13
3. El video que recorría el mundo en pocos días	16
CAPÍTULO 1: La representación de Evangelina Chamorro	18
1. Sobreviviente	19
2. Mujer	22
3. Religiosa	27
4. Pobre	30
CAPÍTULO 2: El uso de la imagen de Evangelina en responsabilizar al Estado	35
1. Guerrera, luchadora y Mujer de Hierro: la identidad social de Evangelina	36
2. El Estado frente los traficantes de terreno	43
CAPÍTULO 3: El uso de la imagen de Evangelina en la solidaridad empresarial	50
1. La beneficiaria, una sobreviviente extraordinaria	51
2. Una crítica de las donaciones hechas por Esto es Guerra	61
CONCLUSIONES	67
BIBLIOGRAFÍA	72

Resumen

El objetivo de este trabajo es desvelar los discursos utilizados para representar una heroína ordinaria en dos noticieros periodísticos nacionales durante y después de un desastre natural en el Perú. Esto es importante porque la heroína representa valores y normas de la sociedad que contribuyen a constituir un cierto ideal. Este ideal representa a la mujer de cierta manera que funciona como un ejemplo a seguir para los demás. El marco teórico es, entonces, representaciones del género femenino y héroes ordinarios.

Analizo el caso de Evangelina Chamorro, la mujer que se hizo famosa en un video viral donde sobrevivió a un huaico en Perú del año 2017, utilizando el método del análisis crítico del discurso de Norman Fairclough. Además analizo cómo empresas y el Estado han utilizado la imagen de Evangelina para tomar responsabilidad social durante los huaicos. Los objetos analizados son artículos en línea, escritos los meses después que Evangelina sobrevivió el huaico, de dos periódicos peruanos: Trome y La República.

La investigación concluye que los dos periódicos difunden una versión del mundo, mediante el lenguaje, que refuerza representaciones existentes sobre el género femenino. Constituye, por lo tanto, cierta forma de cómo debe ser una mujer. Evangelina como un ideal de la mujer es celebrado por empresas y el Estado para posicionarse con responsabilidad social. Es una responsabilidad que tiene beneficios para la constitución de su propia imagen. Los periódicos tienen una perspectiva que trata la información del Estado y empresas privadas como verdadera y objetiva sin cuestionar que la celebración de Evangelina es política.

Palabras claves:

Análisis crítico del discurso, héroes ordinarios, género, representación, desastre natural, medios de comunicación, noticieros, artículos periodísticos, Evangelina Chamorro.

Abstract

The goal of this study is to reveal the discourses used to represent an ordinary heroine in two national newspapers during and after a natural disaster in Peru. This type of research is important since the portrayed heroine represents certain values and norms of society in Peru, which contributes to the creation of a certain ideal. The ideal, which is being created, represents the woman in a specific way, which works as an example to follow. The theoretical framework is therefore representations of the female gender and ordinary heroes.

I analyze the case of Evangelina Chamorro, a woman famous from a viral video where she survives a mudslide in Peru in 2017, using Norman Fairclough's critical discourse analysis as a method. I further analyze how businesses and the state have used Evangeline's image as a method to take social responsibility during the mudslides. The

analyzed objects are online news articles, written the following month after Evangelina survived the mudslide, from two Peruvian newspapers: Trome and La República.

The analysis and investigation concludes that the two newspapers propagate a certain version of the world, through language use, which reinforces existing representations of the female gender. This constitute a certain way of how a woman should be, and thus constitute the ideal woman. Evangelina is celebrated by businesses and the state in order to take a position as social responsible during the mudslides. It is a type of responsibility, which have benefits in the constitution of their own images. The newspapers consider the information provided by the state and businesses as truth and objective, and they do not question that the celebration of Evangelina Chamorro is political.

Keywords:

Critical discourse analysis, ordinary heroes, gender, representation, natural disaster, mass media, news, news articles, Evangelina Chamorro.



Introducción

“Mamá Evangelina” “Cuenta la leyenda que una mujer de origen divino surgió de las aguas de un lago para amamantar a un pueblo en las alturas, enseñar del arte de cuidar a los hijos, criar a los animales, revelar los secretos del campo y así, convertirlo en un poderoso imperio.” (La República: 05.04.17)

Cuando Perú vivió una pesadilla en el año 2017 por los huaicos, una consecuencia del Fenómeno de El Niño, hubo una tendencia a buscar héroes ordinarios que actuaban frente los huaicos. Un ejemplo de esto es Evangelina Chamorro quien se hizo famosa cuando su lucha por salir de un huaico fue grabada con un celular y subida a los medios sociales. Ella es un ejemplo entre varios personajes que los medios de comunicación nombraron héroes nacionales durante los huaicos del 2017. La construcción de héroes nacionales durante una crisis es un fenómeno usual. Es una construcción que requiere que varios actores sociales como la prensa, la iglesia, instituciones educativas y la producción cultural participan. La construcción de un héroe nacional es producto de la sociedad y su historia (McEvoy, 2008: 83).

La cita, de La República, es una comparación de Evangelina con una leyenda peruana sobre Mama Ocllo, quien salió de las aguas hace 800 años. Esta comparación es un buen ejemplo de cómo los medios de comunicación contribuyen a construir una heroína ordinaria. La cita tiene varios aspectos interesantes, pero primeramente, la identificación con la madre sumisa y subordinada es fundamental en la siguiente investigación. Los mitos andinos, analizados por la historiadora María Rostworowski, nos enseñan la existencia de dos arquetipos de mujeres. Mama Ocllo, quien representa lo contrario a Mama Huaco en los mitos andinos y es descrita como: *“... la mujer hogareña, ocupada en las tareas de la casa, la crianza de los hijos, el cumplimiento de las faenas agrícolas y textiles...”* (Rostworowski, 1988: 5), donde Mama Huaca es *“...la mujer guerrera, libre y osada que podía ejercer el mando de los ejércitos.”* (ibídem). La comparación de Evangelina con Mama Ocllo le identifica como una mujer sumisa y subordinada que se ocupa del espacio privado. El siguiente investigación demuestra que Evangelina es representada a partir de valores tradicionales de la mujer y no según los avances de la sociedad. Además demuestra cómo tres actores sociales la prensa, políticos y empresas contribuyen a construir la imagen heroica de Evangelina Chamorro.

Por lo tanto, la pregunta de la investigación es: ¿cómo se representa a Evangelina Chamorro en los medios de comunicación? y ¿cómo se utiliza tal representación para responsabilizar al Estado y empresas privadas durante y después los huacos del año 2017?

La selección de artículos de dos periódicos limeños, La República y El Trome, permitirá explorar la construcción de la heroína ordinaria, Evangelina Chamorro. Los dos periódicos tienen diferentes audiencias objetivas. Según un estudio realizado por la Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública s.a.c., La República es más leído por el nivel socioeconómico alto/medio y tiene un promedio de 110 mil lectores al día en Lima Metropolitana, mientras que El Trome es el periódico más consumido en el país y tiene un promedio de un millón 923 mil lectores por día en Lima Metropolitana y los lectores son en mayoría del nivel bajo/superior según estadísticas hechas en Lima metropolitana (Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública S.A.C., 2017). Los dos periódicos iluminan dos diferentes grupos de la población donde Trome es masivo y popular y La República es minoritario para sectores medios y acomodados. En los dos periódicos la audiencia objetiva refleja la expresión periodística donde Trome es considerado un diario “chicha”. Se caracteriza por tener artículos cortos y visuales, es decir, tiene bastantes fotografías y videos, emplea colores llamativos, tiene un diseño directo y un acceso de información sobre entretenimiento, espectáculos y policiales (Muñoz, 2016 :99). La República, al contrario, tiene artículos largos y textuales. La República es interesante porque intenta ser explicativa y explorar el contexto social. Trome es un diario que ha sido criticado por sexualizar, victimizar y estereotipar a la mujer. Un ejemplo claro de esto es su sección llamado *Las Malcriadas*, que contiene artículos cortos con imágenes de mujeres casi desnudas en posiciones sexuales. El texto que acompaña a una fotografía es: "*Sus ojitos chinitos, cabello color miel y provocativos labios hacen de Xiomi una mujer realmente encantadora.*" (Trome: *Las Malcriadas*). Es una descripción que tiene como objetivo sexualizar a la mujer y nada más. La República, al contrario, tiene una imagen más seria y no tiene secciones que tiene como objetivo sexualizar a la mujer.

Los artículos son recogidos entre 15. Marzo 2017 y el 31.05.2017, todo el período donde se escriben sobre Evangelina Chamorro y donde hay una continua publicación de artículos sobre ella. La muestra para el análisis se basa en 11 artículos, cinco de Trome y seis de La República. Los artículos representan diferentes temas tratados durante los meses después la primera publicación sobre Evangelina. En primer lugar, se trata el tema de Evangelina saliendo del huaico, en segundo lugar, la ministra de salud quien visita a Evangelina en el hospital, en tercer lugar, las donaciones de empresas a Evangelina, en cuatro lugar, la estafa de traficantes de terreno y, finalmente, los dos periódicos tratan el tema de la mujer/madre.

Quien es Evangelina Chamorro?

Evangelina salió sola del huaico, sin ser rescatada por las personas que estaban observándola. Su lucha fue individual y solitaria y todavía se ha convertido en una imagen de una heroína nacional en los medios de comunicación. No es un héroe tradicional que salva a otras personas como el soldado, bombero o el superhéroe. Tampoco lucha por los derechos y valores de la sociedad como héroes políticos como Martin Luther King o Nelson Mandela, es más bien, un caso parecido a las imágenes que se hicieron famosas después el atentado de 09/11, donde personas comunes son celebradas por acciones individualistas pero simbólicamente importantes para la nación. Un ejemplo de esto es *“The briefcase man”*. Jens E. Kjeldsen, retórico y comunicador visual, analiza fotografías en los medios de comunicación después 9/11 en los EE.UU. Él analiza una imagen de un hombre que acaba de salir de uno de los torres antes su colapso. Su análisis demuestra que la imagen de este hombre con su maletín en la mano simboliza el World Trade Center, que a su vez representa al capitalismo liberal, los Estados Unidos o el mundo libre democrático. El señor de la fotografía simboliza la nación que se levanta y continúa. *““The briefcase man” er en hverdagshelt i en situation som ikke er det mindste hverdagsagtigt.” (Kjeldsen, 2004: 40) (““The briefcase man” es un héroe ordinario en una situación que no es nada ordinario.” (propia traducción). La apelación a la fotografía es, por lo tanto, un sentimiento que identifica la nación y que no se puede quebrar frente el enemigo, los terroristas. La fotografía construye fuerza de acción y esperanza por el futuro (Kjeldsen, 2004: 40-41). La imagen de Evangelina saliendo del huaico es parecida a The Briefcase*

Man, como se nota en la cita en el encabezado, ella también tiene un significado simbólico para la nación y también representa la nación que se levanta y continúa.

Las imágenes de héroes en los medios de comunicación no solamente sirven como símbolos, también son una manera de personalizar las víctimas del Fenómeno de El Niño. Darle una cara a la persona y seguir a la persona en su lucha contra la naturaleza, pérdida de sus cosas, casa, trabajo, familiares, etc. En el caso de Evangelina, se narra la historia de una mujer que ha perdido todo, se recupera mediante donaciones de empresas privadas, que vivía en un terreno ilegal y ha sido estafada por traficantes de terreno. Los medios de comunicación informan, entonces, sobre los desastres dentro un contexto social y construyen la imagen de qué es un desastre natural y quiénes son responsables de tal desastre. El noticiero deben ser un medio que brinda una perspectiva amplia de la situación del país durante los huaicos, entonces, ponerse críticos frente a la situación de Evangelina y iluminar el contexto social. Es una situación grave donde alrededor de 285 mil peruanos son damnificados, 1.454.051 millones son afectados y 138 fallecidos, indica un reporte de INDECI (Instituto Nacional de Defensa Civil) del año 2017 (INDECI, 2017). Ana María Mirelles afirma en su libro 'Periodismo Público en la Gestión del Riesgo' (2009) que cierta cobertura de desastres naturales por los periódicos han contribuido a salvar vidas (Mirelles, 2009: 22). Por lo tanto, los medios de comunicación tienen una gran responsabilidad en la representación del desastre y los factores que le lleva a afectar a la población.

El estudio se ubica dentro el constructivismo social crítico que es una “... *research as a critique of ideology*.” (Phillips y Jørgensen, 2002: 176). Lo que significa, criticar las condiciones sociales injustas (ibídem: 179). En este sentido intento visibilizar el rol de los noticieros en constituir y reproducir identidades sociales y representar la información como objetiva y verdadera. Los noticieros producen conocimiento y utilizan términos que tienen connotaciones y significados. La investigación es un intento de visibilizar las representaciones de género mediante un análisis de la representación de la heroína ordinaria que reproduce ciertos discursos de género relacionados a la religión y la pobreza. La crítica de la ideología, tiene sus raíces en la teoría marxista donde “... *power relations in society are accompanied by a hegemonic language that systematically masks reality*.” (ibídem). Intento visibilizar las relaciones

de poder revelando las ideologías detrás (ibídem). Muchos de los sistemas de significado están tan establecidos que naturalizan nuestra percepción del mundo: “... *not as understanding of the world but as the world.*” (ibídem: 178). El análisis crítico sirve, entonces, para visibilizar estos sistemas de significado y generar discusiones, críticas y cambios. El método utilizado es el análisis crítico del discurso que se caracteriza por ser un método cualitativo de fenómenos sociales. El método es útil para estudiar relaciones entre discursos y el desarrollo cultural (Phillips y Jørgensen, 2002: 60). El análisis crítico de Norman Fairclough es interesante en particular porque analiza el lenguaje como constituido por su función en la estructura social y el lenguaje que se utiliza depende de su posición en el sistema social (Fairclough, 1992: 26). El significado de una palabra depende de la práctica social. Las palabras utilizadas no son de decisión del individuo puro, son “... *socially variable and socially contested, and facets of wider social and cultural processes.*” (Fairclough, 1992: 185). El modelo tridimensional de Norman Fairclough es utilizado para analizar al nivel textual al nivel social e incluir un análisis del medio. El medio, los artículos periodísticos, producen conocimiento utilizando una práctica discursiva que decide cómo se representa el conocimiento y cómo se produce.

Las noticias sobre Evangelina además de contribuir a la construcción de una heroína nacional también contribuyen al conocimiento de un desastre natural. Un desastre natural es una construcción social, es decir, no es un concepto que describe los hechos objetivamente. “*Disaster’ is a socially constructed concept. Not only does its meaning depend on intersubjective claims- making, but its definition – its nature in the sense of (i) – depends on people having been affected by the disaster*” (Demeritt, 2002: 783). El huaico es, por lo tanto, percibido como un desastre natural porque afecta a personas. El concepto desastre permite decidir qué es un desastre natural y qué no lo es, es decir, algo que se construye. Si no afecta a nadie no es considerado un desastre natural, pero si afecta a personas sí lo es. Hay varios factores como la construcción de casas, zonas de peligro, prevención, etc. que definen si es un desastre o no. En países subdesarrollados hay más personas que viven bajo peores condiciones que en países desarrollados. Tiene como consecuencia que hay más desastres naturales en estos países (O’keefe, e.o, 1976: 566). En América Latina hay mucha migración de las provincias a las ciudades grandes

donde es común que los migrantes se apropien de la tierra en las periferias de la ciudad. Muchos viven en zonas no adecuadas para vivencia y las casas no están construidas para enfrentar cambios en el ambiente físico como por ejemplo el crecimiento del río por lluvias (Fernández y Rodríguez, 1999: 14). Eso explica porqué el número de desastres naturales incrementa, pero el número de eventos naturales físicos permanecen sin cambios (ibídem: 13). Hay que cambiar lo natural de los desastres naturales. El concepto de desastres naturales naturaliza que es algo que no se puede controlar y que está fuera de las manos de los humanos, pero realmente no es así. Los desastres naturales afectan a los más vulnerables, los más pobres. Cuando se describe el desastre como algo natural se naturaliza que por ejemplo el huaico es el responsable de la situación de Evangelina. Invisibiliza, entonces, que los desastres naturales son construcciones sociales que en realidad son consecuencias de factores socioeconómicos (O'keefe, e.o, 1976: 566). El desastre natural no está fuera de las manos de los humanos, más bien, estamos construyéndolo.

En lo siguiente voy a identificar el marco teórico del siguiente estudio que se ubica principalmente dentro de dos áreas, en primer lugar, el heroísmo ordinario, y en segundo lugar, la representación del género femenino.

Un ejemplo a seguir

La representación del héroe ordinario en los medios de comunicación

El fenómeno de héroes ordinarios sirve para entender cómo los medios de comunicación contribuyen a construir una heroína ordinaria y el significado simbólico que se le agrega. El historiador Simon Wendt argumenta que los estudios de héroes ordinarios pueden concentrarse en estudiar cómo la sociedad construye al héroe, lo que significa, estudiar las normas, valores y creencias que representan grupos sociales particulares (Wendt, 2016: 10). Además siguiendo a la antropóloga Silke Meyer, para no aplicar conceptos universales, hay que estudiar cómo las personas que estudian definen al héroe ordinario (Ibídem). En el siguiente trabajo es necesario utilizar una combinación de los dos métodos para entender el heroísmo en Perú durante los huaicos del año 2017. Hay que ser consciente de que los héroes son construcciones culturales y

sociales que cambian con el tiempo como las normas y valores y por lo tanto, las funciones del héroe. (Wendt, 2016: 10). *“The heroes created out of national catastrophes are a barometer of the collective’s moral and emotional state and conflicts. How the image of the hero evolves over time tell us more about the psyche of the society at any given moment than about the individual or group identified as the hero.”* (Goren, 2007: 37). Cómo es parte de la construcción de una identidad colectiva y un modelo que las personas intentan imitar. Entonces, *“As symbols of dominant norms and identities, they constitute central sources of authority and are used to legitimize social, political, cultural and racial hierarchies.”* (Wendt, 2016: 10).

El héroe ordinario se reconoce por ser extraordinario, es decir, una persona común y corriente que hace algo extraordinario. La celebrificación según Richard Dyer en Oliva es *“...la imagen de las estrellas se construye sobre la dicotomía entre extraordinario y ordinario.”* (Oliva, e. o: 2015). Lo extraordinario y ordinario son elementos fundamentales en la construcción de Evangelina que de un lado es representada a partir de una acción extraordinaria y al otro lado es representada como mujer normal y corriente. Los conceptos de extraordinario y ordinario son fundamentales para el análisis. Los estudios de héroes ordinarios, que no es un tema muy estudiado y mucho menos en países sudamericanos, se concentran en estudiar el fenómeno de ciudadanos ordinarios que son celebrados por ser extraordinarios, por ejemplo, por haber hecho una acción extraordinaria.

Para el análisis del proceso de Evangelina de ser una persona común a una heroína en pocas días el concepto de *celebrification* es útil para detectar los aspectos que se utilizan para construir la imagen de una estrella. Celebrification es *“... the process by which ordinary people or public figures are transformed into celebrities...”* (Driessens, 2012: 643). Oliva, e. o. (2015). Detecta tres rasgos de la celebrificación de candidatos políticos que son vigentes en el caso de Evangelina. El primer rasgo es la representación de la persona como extraordinaria, el segundo rasgo es la representación de la persona como normal y corriente y el tercer rasgo, es el género donde aparece el personaje: reality shows, noticias, revistas, etc. Aunque se detectan los tres rasgos de la celebrificación en Evangelina, quiero argumentar que ella no es un celebridad, mas bien

una heroína. El héroe surge como una demanda de la masa, es decir, hay una percepción nacional de Evangelina, donde la celebridad es popular al nivel subcultural y su existencia se basa en razones individuales.

Evangelina surge de un bottom-up efecto, es decir, había una necesidad de construir una heroína de la imagen de Evangelina. Evangelina no es una construcción de los medios, más bien, ellos se apropiaron del video que apareció en Facebook. El video es grabado con un celular de una persona que podría ser cualquier ciudadano que por coincidencia estuvo grabando cuando Evangelina salió del huaico. El video se hizo famoso rápidamente y los medios de comunicación empezaron a narrar una historia sobre Evangelina. Los medios de comunicación tiene una gran influencia en la creación de héroes ordinarios, pero también hay un interés de gobiernos nacionales de reconocer las acciones de personas civiles como igual de valiosas que las de un soldado.

Para los medios de comunicación, las historias de héroes ordinarios son una forma de vender periódicos. Alrededor de 1900 el Estado y organizaciones utilizaron la celebración del héroe ordinario que representaba la clase obrera honrada sin cuestionar la desigualdad social o la autoridad del Estado. Fue, por lo tanto, un estabilizador de las fuerzas de la sociedad en tiempos de crisis, cuando no había solidaridad social (Wendt: 2016: 13) “... *everyday heroes tended to become both reflections of people’s anxieties about a perceived lack of unity, as well as a sign of hope that not all was lost, since incidents of heroic rescues were interpreted as evidence that the nation’s citizens still cared for one another.*” (Ibidem). Durante los huaicos en el Perú había una necesidad de buscar héroes ordinarios y los medios de comunicación se aprovecharon de esta necesidad, como el investigador de culturas religiosas István Povedák argumenta: “... *heroes appear as a result of mass needs, they express and satisfy socio-cultural needs and desires generated from the bottom up as a result of which in reality they operate as a point of orientation for the wider social milieu*” (Povedák, 1993: 10). Evangelina expresa la necesidad de un héroe durante el tiempo de crisis. Evangelina representa ciertas normas y valores que funcionan como una guía para la sociedad. Según Simon Wendt los héroes ordinarios “... *tend to embody the norms, values, and beliefs of particular social groups. They also contribute to the formation of collective identities*

and become role model that people seek to emulate. As symbols of dominant norms and identities, they constitute central sources of authority and are used to legitimize social, political, cultural, and racial hierarchies.” (Wendt, 2016: 10). La imagen de Evangelina construye modelos a seguir, pero también, legitima una jerarquía social naturalizada por las ideologías del sujeto de la sociedad.

En los estudios de heroísmo ordinario es importante estudiar el medio donde se comunica. En *Heroes in a Media Age* Susan Drucker y Robert S. Cathcart argumentan que los héroes son fenómenos de comunicación, es decir, estudiar los héroes implica estudiar la comunicación sobre estos personajes. Además, el medio es importante porque los diferentes tipos de comunicación construyen diferentes tipos de héroes (Wendt, 2016: 11). El análisis del medio, es la práctica discursiva de Fairclough, que conecta el texto y la práctica social. Es el consumo y la creación del texto, que es un importante elemento en la constitución del mundo social que incluye identidades sociales y relaciones sociales.

La mujer

La representación social del género femenino en los medios de comunicación

Uno de los temas más desarrollados en la representación de Evangelina en los medios es el de la mujer. Ser representada como mujer no es una representación neutral y objetiva. La mujer es una construcción cultural que implica ciertos roles, percepciones y conductas de lo femenino y masculino. Debido a que es un fenómeno cultural, no es una entidad fija, se cambia con el tiempo y con el dinamismo de la sociedad. El significado de qué implica ser hombre o mujer se tiene que entender dentro un contexto social particular. (Niklander y Crawford, 2015: 1149).

El siguiente estudio se sitúa dentro de las representaciones del género femenino en el discurso periodístico. Hay varias investigaciones que aportan que la representación de la mujer en las noticias es sexista, discriminatoria y estereotipada a nivel global (Byerly y Ross 2006, Núñez: 2008). Los últimos años en el Perú y en Latinoamérica hemos experimentado un crecimiento en la consciencia de los roles de género. La marcha de

Ní Una Menos, es un ejemplo de una marcha que ha recorrido el continente haciendo consciencia de la desigualdad de género que existe.

Al nivel global se ve un cambio favorable a la importancia que se da a la imagen y presencia de la mujer en los medios de comunicación. La entidad de las Naciones Unidas para la Desigualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres) comunica que todavía hay mucho que hacer al respecto de las representaciones de género en los medios de comunicación, que muchas veces promueven los estereotipos de género. Un problema que se puede relacionar con el hecho que los hombres todavía ocupan los puestos directivos en los medios de comunicación. Ya que, según su investigación los hombres ocupan 73% de los altos cargos directivos de 522 organizaciones de medios de noticias (Unwoman, 2018). En Perú también se nota un cambio de consciencia del género durante los últimos años. Se cuestiona en mayor medida temas relacionada al género como los feminicidios, el aborto, la sexualización de la mujer, los derechos de las mujeres, entre otros. Se ve claramente en el trabajo realizado por *Ní Una Menos* en conjunto con *La Asociación de Comunicadores Sociales Calandria*, que, en las redes sociales, han publicado fotografías de textos que dicen: *“Por una comunicación que respeta la dignidad de las mujeres y sus derechos - ¡No más publicidad sexista!”* (Concortv.gob.pe, 2016). Cambios en la imagen de la mujer en los medios de comunicación fue y todavía es uno de los pedidos principales:

“6. Un tratamiento adecuado de los casos de violencia de género y feminicidio por parte de los medios, así como un espacio de promoción de la igualdad de género, no discriminación y fiscalización del machismo en los medios de comunicación y la publicidad.” (ibídem).

También periódicos como Perú21 se junta a la lucha de igualdad de género. Publicó en los medios sociales el texto: *“El siglo XXI no es para chicas, es para mujeres - A partir el próximo domingo - Mujer.21”* (ibídem). Por lo tanto, se puede ver que varios actores sociales apoyan la lucha para cambiar la imagen y la presencia de la mujer en los medios de comunicación.

En el debate sobre la imagen de la mujer en los medios de comunicación, la *“Campaña por una publicidad no sexista”* de las organizaciones Flores Tristán, Demus, Calandria, Manuela Ramos y Milena Comunicaciones, han premiado publicidades creativas que

representan a la mujer de acuerdo con los avances que se experimenta en la sociedad, por lo tanto, más igual a la imagen del hombre. A la publicidad que mejor representa la imagen de la mujer le otorgan el Premio Fem-Tv y la publicidad más machista con el antipremio Sapo-Tv. Una de sus críticas de la publicidad en Perú es que es “...*poco creativa y asigna a las mujeres roles tradicionales pese a los cambios de las últimas décadas.*” (Flora Tristán). Lo que se problematiza acá no solamente es la sexualización de la mujer en los medios de comunicación sino también es la estereotipación de la mujer. El debate de la representación de la mujer en los medios de comunicación trata en mayoría de la sexualización de la mujer, pero también hay algunos actores sociales que cuestionan a la representación de la mujer como madre, esposa o hija, siempre relacionada al hombre y la reproducción. Para la campaña de la ONG Flores Tristán se intenta cambiar que “- *Persiste la tendencia a encasillarla en estereotipos: sumisa y delicada, ama de casa, objeto sexual.*” (ibídem).

Estamos, por lo tanto, observando un cambio y toma de consciencia de lo que significa ser mujer. La imagen de Evangelina es interesante en esta discusión porque no es una imagen que cuestiona los roles de género, más bien, reproduce los roles de género tradicionales. Estudios también muestran que la representación de la mujer en las noticias siguen reproduciendo un discurso de desigualdad de género que está objetivando, sexualizando y victimizando a la mujer (Byerly y Ross, 2006). Los medios de comunicación deben ser una plataforma que aporta diferentes perspectivas, porque el lenguaje que utilizan difunden una visión del mundo particular (Niklander, e. o., 2015 : 1149). En este sentido, la imagen de Evangelina construye y (re)produce una idea de la mujer. La mujer en las noticias es representada frecuentemente como víctima, madre y esposa. Según Carolyn Byerly y Karen Ross, quienes analizan la representación de la mujer en los noticieros: “*This particular frame is routinized and normalized, endlessly recycled to protect the status quo – men on top, again, and women underneath, in every sense.*” (Byerly and Ross, 2006: 54). La relación entre Evangelina y el hombre en los noticieros refleja esta jerarquía y refleja lo que muchos estudios muestran, que la mujer en los medios de comunicación (re)produce desigualdades de género utilizando un discurso que indica como debe ser una mujer (ibídem: 37).

Para estudiar la representación de género en el caso de Evangelina el concepto de ideología es útil. Según Fairclough ideología es “*meaning in the service of power*” (Fairclough, 1995b: 14). Las ideologías son construcciones de sentido que producen, reproducen o transforman las relaciones de dominación (Fairclough, 1992: 87). El concepto es útil para estudiar la práctica discursiva como contribuyendo a la creación y reproducción de relaciones de poder desiguales entre grupos sociales (Phillips y Jørgensen , 2002: 63), por ejemplo entre hombres y mujeres. En este sentido el análisis crítico del discurso es útil, en el sentido que “*the concept of ideology to theorize the subjugation of one social group to another social group.*” (Ibídem). El análisis discursivo sirve, entonces, para analizar la práctica discursiva y el rol de estas prácticas en los intereses de grupos sociales particulares (ibídem).

El video que recorría el mundo en pocos días

En el video se ve una mujer llena de lodo atrapada en un huaico que intenta salir sola. Es el nivel denotativo, que según Stuart Hall, dicho de manera muy simple, se parece al objeto en el mundo real (Hall, 2015: 141). El nivel connotativo contiene las referencias contextuales y su rol en diferentes sistemas de significado que es atravesado por la estructura semántica de la cultura. En este nivel el ambiente, el huaico, el clima, la tierra seca, las carreteras y los autos, las personas que se notan en la orilla del huaico son signos visuales que son signos reconocibles para el peruano. Al nivel connotativo se conecta el lugar del video con un nivel socioeconómico bajo ubicado en la periferia de Lima que se relaciona con pobreza y migrantes de las provincias.

La mujer, Evangelina, en la imagen al nivel decorativo su ropa está cubierta de lodo, no se nota la calidad, diseño, marca o color, entonces, es difícil identificarle con una clase social. Al misma vez al nivel connotativo el lector peruano es consciente que la mayoría de víctimas de los huaicos son personas humildes que viven en zonas de pobreza.

La mujer, Evangelina, está luchando para salir del huaico. Está luchando sola hasta llegar a la orilla donde las personas la llevan. Su movimiento no parece humano, su rostro, su cuerpo y su cabello están cubiertas de lodo. No se identifica una persona particular. El lodo borra su raza y clase social.

El video de Evangelina se ha transformado de las redes sociales a los periódicos. Esta transformación del producto implica que se modifica a las reglas discursivas de las noticias. *"The institution-societal relations of production must pass under the discursive rules of language for its product to be "realized"."* (Hall, 2006: 165). Esta transformación ha implicado que se empezó a narrar la historia y contexto social de Evangelina. Los medios sociales no son un medio que implica la evaluación, explicación y comentarios del video al contrario que las noticias.

Es común utilizar grabaciones de ciudadanos hechos con celulares en las noticias (Estremadoyro, 2008). Los aspectos técnicos del video de Evangelina es una grabación de un celular de mala calidad, tiene la voz de la persona que graba gritando, la imagen se mueve y no hay una narración intencional como en las noticias. La grabación de celulares han sido una fuente muy utilizada durante los huaicos en Perú y en general en las noticias. Las grabaciones de celular permiten que se pueda visualizar la situación desde lugares y situaciones donde los periodistas no necesariamente tienen acceso, por lo tanto, tienen un enorme poder en la contribución a cómo se entiende un desastre natural. También es un medio que incluye a los ciudadanos que normalmente no son visibles en las noticias.

El significado de la imagen de Evangelina ha sido reproducido y negociado en diferentes contextos en cuales ha sido utilizado. El significado que se construye, reproduce y negocia en los diferentes contextos no es un significado neutral y objetivo, es decir, el uso tiene un significado político, social y económico.

El análisis no es un intento de llegar a una interpretación verdadera de la imagen de Evangelina y el uso en las noticias. Según Stuart Hall (2006) el receptor no es un sujeto pasivo. El significado del texto depende del conocimiento que varía de persona a persona. Los productos de los medios son leídos diferente por los grupos sociales, lo que se hace hacia la codificación donde el significado depende de la historia del grupo (Hall, 2006). La imagen de Evangelina ha recorrido el mundo y tiene otro significado para los peruanos que por ejemplo para colombianos o alemanes, igual que tiene diferentes significado dentro diferentes grupos.

Capítulo 1

La representación de Evangelina

En el siguiente capítulo analizo la primera parte de la pregunta de investigación: *¿Cómo El Trome y La República representan a Evangelina Chamorro?* Analizo los discursos que los medios de comunicación utilizan para hablar sobre Evangelina. Hay cuatro categorías principales detectados para hablar sobre Evangelina que los medios utilizan en particular. Las categorías no debe entenderse como entidades separadas, mas bien, un método para iluminar la manera de hablar sobre Evangelina. La primera categoría, "sobreviviente", es la categoría mas repetida en los artículos, además es la categoría que se menciona primero en todos los artículos para identificar a Evangelina. La segunda categoría es "mujer", que también es bastante repetida en los artículos y es el tema de dos de los artículos. La tercera categoría es "religiosa", no es una categoría muy repetida, pero es una categoría que indirectamente es muy importante. La categoría se expresa por ejemplo a través de símbolos, y expresiones cotidianas, además es fundamental para entender las normas y valores de la mujer. La ultima categoría es "pobre", que tampoco es una categoría que se menciona directamente pero mediante el lenguaje utilizado la identidad de Evangelina es de una clase social baja. El capítulo es dividido entre las cuatro categorías con las más repetidas y visibles primero. Los artículos analizados son en primer lugar los primeros que se publicaron sobre Evangelina. Estos artículos producen cierta manera de hablar sobre Evangelina que es utilizada por los diferentes actores sociales que voy a analizar en los capítulos 2 y 3.

Sobreviviente

En lo siguiente analizo las palabras que utilizan para identificar a Evangelina como sobreviviente a partir de una acción extraordinaria.

En los primeros artículos que salieron de La República y Trome se representa a Evangelina como una sobreviviente. Es una característica muy importante porque no la representan como una víctima. El título de La República es: *“Evangelina, la mujer símbolo de lucha que el huaico no pudo arrasar”* (LR: 15.03.17) y Trome: *“Mujer que se salvó de morir tras ser arrastrada por huaico en Punta Hermosa se recupera satisfactoriamente”* (Trome: 16.03.17). Utilizan diferentes descripciones de Evangelina: *la mujer símbolo de lucha y mujer que se salvó*. Estas palabras describen a Evangelina como un sobreviviente y no una víctima. Según Fairclough es importante que siempre hay alternativas del significado (Fairclough, 1992: 190). Los periódicos podrían haberle representado como una víctima del huaico pero no lo hacen. Ella no es una víctima en los títulos porque tiene agencia. Ella está representada con las tres características de agencia que según el antropólogo americano Alessandro Duranti implica 1. Tener cierto control sobre su propio comportamiento, 2. Sus acciones en el mundo afectan a otras entidades y 3. Sus acciones son objeto de evaluación. (Duranti 2004: 453). En primer lugar, Evangelina controla sus acciones, es decir, Evangelina es el actor activo en las cláusulas *“no pudo arrasar”* y *“se salvó de morir”*, son procesos materiales que según Michael Halliday, es un proceso de hacer en el mundo (Halliday, 2004: 207). En este caso implican dos actores; Evangelina y el huaico, donde Evangelina es el uno que hace en el mundo y el huaico es el beneficiario. En segundo lugar, su acción afecta a otros porque se convierte en un ejemplo y en tercer lugar, el hecho de salir en los medios le hace un objeto de evaluación. Ella saliendo del huaico es un hecho importante para el mundo.

“Evangelina Chamorro Díaz (32), la valiente mujer que sobrevivió luego ser arrastrada por un enorme huaico en Punta Hermosa, se ha convertido en un ejemplo de coraje y lucha ante los recientes desastres naturales registrados en todo el país a causa del fenómeno de El Niño.” (LR: 16.03.17)

El texto del artículo de Trome es: “*Evangelina Chamorro Díaz, la valerosa mujer que se salvó de morir arrastrada ayer por un huaico en Punta Hermosa...*” (Trome: 16.03.17). En estos ejemplos Evangelina es el sujeto que hace en el mundo, es decir, ella tiene agencia. Al representarle de tal manera, ella se convierte en un sobreviviente y no una víctima. Su identidad cambia de ser común y corriente a ser extraordinaria. La República escribe “*se ha convertido en*” que es un proceso existencial. El hecho de sobrevivir el huaico le convierte en un ejemplo de coraje. Esta transformación le hace un sujeto que es importante para la sociedad y que los demás deben seguir.



Fotografía 1: Ministra visitando a Evangelina en hospital. (Trome: 16.03.17)

En las fotografías vemos a Evangelina echada en una cama en el hospital. Según el sociólogo Iñaki Robles Elong, una de las formas retóricas que víctimas se (auto)representa es por las marcas corporales. En el caso de Evangelina quiero argumentar que ella es representada como un sobreviviente y no como una víctima, esta diferencia es importante porque Evangelina

tiene agencia. La teoría de Elong todavía es útil porque ilumina cómo a partir de las marcas corporales se construye la memoria. El cuerpo dañado y el video de Evangelina son necesarios para construir un discurso del sobreviviente. Son las evidencias de la lucha del sujeto, una evidencia que es reconocida institucional y políticamente. Médicos y políticos son los expertos que representan estas instituciones. Ellos evalúan el cuerpo, por lo tanto, dictan el estado del sobreviviente. Según los médicos: “*Los médicos que atendieron a la denominada “mujer de Hierro” informaron a la ministra de Salud que ella solo sufrió arañones y golpes pero que en general su estado de salud es muy bueno –pues además está consciente-, y que se recuperará satisfactoriamente.*” (Trome: 16.03.17). El cuerpo de Evangelina es la evidencia de la supervivencia: los arañones y golpes son la evidencia de una lucha. “*Las marcas son signos de la experiencia del*

sujeto de una historia de violencia que interrumpe su normalidad y que pasa a ser categorizados como víctima.” (Elong, 2014: 328)

El video y el cuerpo dañado son la evidencia de una acción extraordinaria. El héroe ordinario se reconoce por ser extraordinario, es decir, una persona común y corriente que hace algo extraordinario. La celebrificación según Richard Dyer en Oliva “...la



Fotografía 2: Evangelina luchando para salir el huaico (Trome: 16.03.17)

imagen de las estrellas se construye sobre la dicotomía entre extraordinario y ordinario.” (Ibídem). Lo extraordinario y lo ordinario son elementos fundamentales en la construcción de Evangelina que de un lado es representada a partir de una acción extraordinaria y del otro lado es representada como mujer normal y corriente.

En las fotografías de Trome se cuenta la historia del cuerpo, la primera fotografía es Evangelina luchando para salir del huaico (fotografía 2), la segunda es Evangelina echada en la cama con la ministra a su lado (fotografía 1) y la tercera fotografía es la ministra hablando con los médicos en el hospital (fotografía 3). Las tres fotografías narran la historia de Evangelina, y el dolor del cuerpo es un punto clave como evidencia de la lucha. En la segunda

fotografía Evangelina está echada en una cama, tiene puesta ropa del hospital, tiene la pulsera que indica que es paciente. La ministra de Salud y los médicos que están parados llevan ropa de calle en el caso de la ministra y uniformes en el caso de los doctores en la fotografía 3.



Fotografía 3: Ministra hablando con médicos en hospital. (Trome: 16.03.17)

Es decir, el dolor de su cuerpo

muestra que ella ha sufrido mucho. “...podemos decir que las las marcas corporales de las víctimas son los símbolos de una historia de dolor.” (Elong, 2014: 328). Su cuerpo habla y nos cuenta una historia. Evangelina habla a partir de su dolor corporal y el dolor que ha sufrido. Las marcas corporales posibilitan, entonces, contar una historia de Evangelina. El cuerpo de Evangelina es el lugar de un discurso de dolor, pero es un cuerpo que se recupera. A diferencia del análisis de Elong, Evangelina no es reconocida por su cuerpo que ha cambiado, por ejemplo, por haber perdido un brazo. Es, más bien, un cuerpo de dolor que es utilizado para enfatizar lo extraordinario de ella y crea identificación y simpatía.

Se representa a Evangelina como una heroína ordinaria en la dicotomía entre extraordinaria y ordinaria. Salir del huaico es una acción extraordinaria y la identifica como sobreviviente. Ella también es representada como ordinaria porque la muestra en una posición sensible en la cama del hospital. Es decir, ella es una persona que se admira por su fuerza pero no es esencialmente distinta de los demás, por eso podemos identificarnos con ella. Es en la esfera privada que se construye una identificación. Es en esta esfera que se conoce su verdadera identidad. (Oliva, e. o, 2015), una identidad que no es cuestionable porque es presentada como la verdad. La celebridad representa la construcción activa de la identidad en el mundo social (Meyers, 2009: 895) y “*Who we think the star ‘really’ is, then, tells us something about who we are or who we ought to be.*” (Meyers, 2009: 895). La representación de Evangelina con agencia frente el huaico construye una persona extraordinaria que es alguien que queremos ser, pero también una persona ordinaria con quien nos podemos identificar.

Mujer

Evangelina es representada como madre desde los primeros artículos que se publicaron sobre ella. Es una característica muy presente siempre porque la representan como la razón por cual pudo sobrevivir el huaico. La fuerza de la mujer no está ubicada en la mujer misma sino en sus relaciones, lo que no ha sido el caso con los héroes masculinos durante el huaico. El enfoque del siguiente análisis es analizar en primer lugar la madre, y en segundo lugar la esposa, porque además de ser representada como madre también está representada en relación a su esposo.

Madre coraje: “Ella tenía dos motivos para vivir: sus dos hijos”

A partir de la primera entrevista con Evangelina se empieza a representarla como madre y este rol es importante en cómo los periódicos construyen un argumento donde la maternidad es la fuerza de la mujer. Como indica el título de La República: “*Evangelina Chamorro: “Pensar en mis hijas me mantuvo con vida”*” (LR: 22.03.17). El tema principal del artículo es la maternidad como elemento clave de la supervivencia de Evangelina. Según Fairclough, el tema es la estructura temática y la estructuración de conocimiento que está detrás (Fairclough, 1992: 236). El artículo narra la historia de Evangelina antes, durante y después el huaico. Al momento de estar atrapada dentro el huaico el artículo la describe de la siguiente manera: “*En el relato, confesó que lo único que la mantuvo con vida fue pensar en sus dos menores hijas. “Yo decía: Señor dame fuerzas para salir. Yo solo recordaba que mis hijas estaban en el colegio y pensaba en qué será de ellas sin sus padres.”*” (LR: 22.03.17). El periodista presenta la historia de tal manera que la maternidad es el tema principal del artículo. Además la maternidad es la única razón por cual Evangelina sobrevivió. El periodista pone el énfasis en la maternidad, y la maternidad como el elemento que la salva. La primera cláusula no es una cita sino la opinión del periodista “*En el relato, confesó...*” es decir, el periodista nos cuenta lo narrado de Evangelina. “*lo único que la mantuvo con vida fue...*”, son las palabras del periodista, es decir, su evaluación de la entrevista. El periodista presenta la historia de tal manera que la maternidad es el tema principal del artículo. La maternidad es representada como la única razón por cual Evangelina sobrevivió. Su fuerza física y su mentalidad no son factores que explican su supervivencia y fuerza. Según la antropóloga chilena Sonia Montecino “*...maternidad y conyugalidad conformarían a las mujeres independientemente de su clase, edad, nacionalidad, etc.*”(Montecino, 1996: 193). La categoría de la madre es, por lo tanto, una categoría universal que crea una identificación reconocible. Oliva, e. o. identifica uno de los rasgos en la celebrificación de los candidatos políticos a ser un individuo normal y corriente a través de elementos como vida familiar, estilo de vida y apertura emocional. La identificación de Evangelina como madre le representa como similar a nosotros pero a la misma vez es un ejemplo a seguir porque es una madre luchadora. La celebrificación implica las dos características: “*Es importante entender que para que exista celebrificación necesariamente deben darse estos dos polos a la vez.*” (Oliva, M, e. o: 2015).

Evangelina no es identificada como una madre común, más bien, como un ejemplo a seguir, como indica el subtítulo de La República: *“Madre coraje. Sobreviviente de huaico en Punta Hermosa pide ayuda a las autoridades para recuperar su corral de lechones, que fue arrasado por el alud.”* (LR: 16.03.17). “Madre coraje” en este caso refiere a una madre que ha luchado por sus hijos y el hecho de ser madre le da el coraje de luchar. En el subtítulo se utiliza la palabra madre, es decir su identidad como madre domina y su identidad social es en primer lugar como madre.

Trome publicó un artículo con el siguiente título *“Evangelina Chamorro: ¿Qué define a una mujer con fortaleza?”* (Trome: 25.03.17). La cohesión, que según Fairclough es la conexión entre las cláusulas en sí y su relación con el texto. La primera cláusula es Evangelina Chamorro y la segunda, es una descripción. Describe a Evangelina como una mujer con fortaleza, y después sigue una explicación psicológica de las mujeres con fuerza. A partir del individuo se describe una característica universal de todas las mujeres con fuerza. La cohesión *“... provides a way into its mode of argumentation and mode of rationality... ”* ... (Fairclough, 1992: 174). Es el colon que relaciona los dos y construye la cohesión. Es una elaboración donde *“one clause (sentence) elaborate on the meaning of another by further specifying or describing it...”* (Fairclough, 1992: 175). La fortaleza de las mujeres es definida a partir de la maternidad, como indica el subtítulo: *“Son aguerridas y luchadoras por sus hijos. Evangelina es un ejemplo.”* (Trome: 25.03.17). El hecho de ser madre da fortaleza a las mujeres. Otra vez define las madres como un grupo homogéneo que por el hecho de ser madres son aguerridas y luchadoras. Ser un ejemplo, significa que las demás mujeres deben ser como Evangelina. Construye un ideal de la mujer con fortaleza y no hay alternativa porque la maternidad, es decir, un factor biológico, es la fortaleza. El artículo utiliza un experto para justificar el argumento: *“Pero, ¿cuál es la fuerza que impulsa a una mujer a no dejarse morir y luchar por lo que quiere? Úrsula Calle, psicóloga de la Clínica Delgado, explica que lo ocurrido con esta valiente pobladora no es un hecho marcado por la suerte.”* (Trome: 25.03.17). El psicólogo tiene un conocimiento institucionalizado, por lo tanto, aceptado por la sociedad como verdadero. No se puede cuestionar este conocimiento.

El artículo sigue diciendo, que la psicóloga: “*Señala que la capacidad de soportar cualquier situación difícil se debe a que todas las mujeres poseen el instinto natural de supervivencia y el instinto materno, que les da una ventaja frente a los varones.*” (Trome: 25.03.17). En esta cita se categoriza a todas las mujeres como iguales por sus instintos naturales. Se apela a la normalidad de Evangelina, ella tiene una característica en común con todas las mujeres. A la misma vez la maternidad es naturalizada como la fortaleza de la mujer y la única manera de ser superior al hombre porque el hombre no puede tener hijos (dar a luz). Según una lógica así, una mujer fuerte necesariamente tiene que ser madre.

El hombre de su vida y la madre de sus hijos: las relaciones de género

Los artículos representan a Evangelina en relación a su esposo, quien también fue llevado por el huaico. El texto del artículo de Trome dice: “*Evangelina Chamorro volvió a la vida y hoy pudo volver a abrazar al hombre de su vida, aquel que nunca la dejó sola y lloraba al narrar el momento en que el huaico de Punta Hermosa estuvo a punto de arrebatarle la vida de la madre de sus hijos.*” (Trome: 22.03.17). Él es el hombre de su vida y ella es la madre de sus hijos, la elección de palabras para representar a los dos son muy diferentes. Madre de sus hijos la representa a partir de la relación con los hijos, donde hombre de su vida, sostiene la sexualidad de la mujer a un hombre, su esposo. Los dos periódicos tienen una tendencia de representar las relaciones de familia donde la mujer es madre y el hombre es esposo. Según Wendt los héroes (hasta el inicio del siglo xx) justifican relaciones de género tradicionales: “*If heroic civilians generally reflected dominant social and political norms, they were also frequently utilized to strengthen traditions of gender difference.*” (Wendt: 2016: 13). La antropóloga peruana Norma Fuller propone entender las identidades de género tradicionales en una relación de oposiciones, donde hay dos conceptos principales: machismo y marianismo. (Fuller, 1995: 4). El hombre es relacionado a la esfera pública y “*Sus características son responsabilidad y protección hacia adentro y preeminencia y virilidad hacia afuera.*” (Ibídem). La mujer es “*la reina del hogar*” y *la encarnación de los valores asociados a la intimidad el afecto y la lealtad de grupo.*” (ibídem: 1). Evangelina es relacionada con la crianza de los hijos, es decir, ella es el sustento de la familia donde el



Fotografía 4: Evangelina y su esposo abrazándose. Trome: 22.03.17

hombre es el protector. En la fotografía (4), que acompaña el artículo, el esposo y Evangelina están abrazándose. Ella vestida en ropa de paciente y él en ropa de calle. Construye una imagen de Evangelina como la sensible y él como su protector.

Evangelina es la protectora de sus hijos

pero el esposo es representado como el protector de ella. Él le protege, llora cuando no la puede proteger, la abraza y le da rosas rojas, un símbolo de la maternidad y fragilidad de la mujer.

En los artículos de La República el esposo de Evangelina no está tan visible como en los artículos de Trome. En los primeros artículos casi no le menciona pero en los artículos que tratan las donaciones y amenazas de los traficantes de terreno está más presente. Él tiene, entonces, más importancias en temas políticas y económicas. Por ejemplo cuando Caja Huancayo le dona 100.000 soles: *“Por su parte, Armando Riviera agradeció el donativo, pues, según dijo, le servirá para empezar de nuevo ya que el huaico arrancó desde los cimientos la casa que tenía en Villa Nueva Navarra y se llevó los cerdos que criaba con su familia en esa zona.”* (LR: 17.04.17) y en un artículo de las amenazas de los traficantes de terreno está citado por decir: *“Queremos que las autoridades hagan algo para que ese señor Navarro Oré no siga engañando a la gente”, declaró a este diario Armando Riviera, cónyuge de Evangelina Chamorro.”* (LR: 25.03.17).

La vida familiar de Evangelina nos introduce a la esfera privada, a conocer a la verdadera identidad de Evangelina. Es una identidad que construye un sujeto común y

corriente a partir de la maternidad. Es una persona con quien se puede identificar y que cualquier mujer debe seguir. Trome representa la madre a partir de factores biológicos y universales. La madre tiene fuerza por el hecho de tener hijos y la fuerza de la mujer está ubicada en la maternidad. La maternidad es, entonces, la única forma para la mujer de superar al hombre. La madre es una categoría que existe fuera las clases sociales, es entonces, una categoría que homogeneiza a las mujeres donde la mujer con fuerza es madre. Refleja una sociedad donde los valores del marianismo dominan y donde se enseña el comportamiento correcto de la mujer. Los héroes ordinarios funcionan: *“As symbols of dominant norms and identities, they constitute central sources of authority and are used to legitimize social, political, cultural and racial hierarchies.”* (Wendt, 2016: 10). Es una jerarquía cultural donde la mujer es relacionado a la esfera privada, los hijos y la crianza de ellos donde el esposo es el protector de la madre y el hogar y se encarga del trabajo. Una representación así refleja las relaciones de género tradicionales latinoamericano, es decir, el heroísmo de Evangelina es relacionada con su género que es representada en relación a su rol en la familia.

Religiosa

La religión ha sido un tema importante en relación a la supervivencia de Evangelina. Siempre ha demostrado su agradecimiento a Dios por salvarla. Hay dos temas interesantes en relación a los discursos de Evangelina como religiosa. En primer lugar, la representación de la mujer y madre como religiosa, y en segundo lugar, Dios como una entidad fuera la religión.

Mujer y madre religiosa

Los artículos de Trome y La República sobre la primera entrevista con Evangelina están acompañados por una fotografía (5) en la cual Evangelina está sentada frente la imagen de la Virgen María Auxiliadora, el símbolo del Ministerio de Salud que se ha puesto en la pared. En la Fotografía (LR: 22.03.17) Evangelina está mirando hacia abajo y la Virgen está en el fondo mirando hacia Evangelina. La Virgen está cargando el niño Jesús y los dos llevan coronas. La Virgen representa la maternidad absoluta, la mujer abocada a su destino reproductivo y la protectora del hijo. La mirada de la Virgen vigila



Fotografía 5: Evangelina dando la primera entrevista en el hospital. (La República: 22.03.17)

y protege a Evangelina. Parece que el niño Jesús toca la espalda de Evangelina, que le da su bendición.

Evangelina tiene en su mano un micrófono, ella está hablando con el público, ella tiene voz. Ella es la mediadora entre lo sagrado la

Virgen y el niño Jesús y el hombre común. Fuller propone

que *“La mujer es también mediadora entre lo sagrado y profano, entre grupos políticos y clases sociales. (La virgen actúa como intermediaria entre Dios y los hombres, las madres practican la caridad entre los pobres de manera de suavizar los conflictos entre la parentela y entre las clases sociales.”* (Fuller, 1995: 7). En esta fotografía de Evangelina ella aparece como extraordinaria porque conecta lo humano con lo espiritual. La fotografía borra las relaciones de clase, raza y género porque la maternidad lo une todo, como indica el título del mismo artículo: *“Pensar en mis hijos me mantuvo con vida”* (LR: 22.03.17). Para las madres católicas eso es el sentido de la vida, proteger a los hijos. Esta meta borra los conflictos de clase y la maternidad los une en el verdadero significado.

Una lógica donde la fuerza de la mujer se obtiene siendo madre se ubica dentro la tradición del catolicismo donde la imagen de la Virgen que valora la humildad y el sacrificio infinito de la mujer frente al hombre que es inferior moralmente (Fuller, 1995: 2). Evangelina representa la imagen católica de la mujer *“Si bien la madre y la virgen se asocian a pureza sexual y a “la casa””* (Ibídem: 8), es la mujer que no es un peligro para los hombre: padres y hermanos cuyos papel es de guardia y protector de la mujer. Una mujer es relacionada con la casa y *“La mujer que vive su sexualidad es asimilada simbólicamente al desorden y al peligro, es decir, a “la calle”.”* (Ibídem: 9). La imagen de Evangelina sigue la de la Virgen, es una mujer de su casa, por eso, no se rebela contra las normas de la madre en la sociedad, más bien, reproduce una imagen de la mujer y madre moralmente correcta según el catolicismo.

“Gracias a Dios”

Evangelina pedía ayuda de Dios cuando estaba en el lodo: “Yo decía: Señor dame fuerza para salir. Yo solo recordaba que mis hijas estaban en el colegio y pensaba en qué será de ellas sin sus padres.” (LR: 22.03.17). La religión no es un factor visibilizado en los artículos de Evangelina, pero es un elemento interesante, ya que ningún periódico menciona que Evangelina es evangélica y no católica, es decir, al no mencionarlo en los artículos consiguen una mayor identificación con Evangelina y el enfoque es en la relación con Dios como una entidad fuera de las religiones. Ella pidió ayuda de Dios y este le salvó. “Llegué al puente de Punta Hermosa y en ese momento le pedí ayuda a Dios y es gracias a Dios que me diera fuerza”, agregó **Evangelina Chamorro**.” (Trome: 22.03.17). Mediante el gracias a Dios Evangelina justifica su supervivencia no como fruto de la lucha personal sino de una ayuda divina. “el significado originario de esta locución es explotado para reducir o para minimizar la responsabilidad personal en el éxito conseguido...” (Meléndez, 2003: 103). El éxito de Evangelina es fruto de una ayuda divina, en este sentido el éxito está posicionado fuera de ella. Esta posición ubica la responsabilidad del éxito en las manos de Dios y no en el individuo. Dios es una entidad fuera la religión, es decir, la iglesia y la comunidad religiosa no está presente en los relatos, es más bien, un individualismo religioso que domina. Según Ian Watt es un rasgo del mito del individualismo moderno. Su análisis del cuento de Robinson Crusoe ilumina una relación entre el individuo con la religión pero una relación donde no hay comunidad de creyentes: “al contrario que en el catolicismo, no hay misa, no hay confesión...” (Watt, 2003: 175). Igual en el caso de Evangelina la relación de la persona con Dios es lo que le salva y esta relación no involucra la comunidad. Evangelina no está relacionada con una comunidad religiosa, es más bien, el individuo y su relación con Dios que le salva de las fuerzas de la naturaleza. Una representación así representa a Dios como una entidad que existe independiente de religiones, es decir, el Dios del catolicismo es representado como el verdadero y único Dios. Una representación así no permite poder distinguirlo de otras religiones. Constituye una norma de la sociedad donde el verdadero Dios es el Dios católico, por lo tanto, domina los valores católicos, donde por ejemplo la Virgen juega un papel importante.

Evangelina es representada como una mujer moralmente correcta según las normas del catolicismo, es decir, como una ama de casa. Una representación así no cuestiona los roles de género de la sociedad, más bien, los reproduce. Establece una feminidad aceptable en la sociedad. La religión está representada como individual es decir, fuera de la comunidad religiosa. Una representación así universaliza al catolicismo como la única verdadera religión. La religión en este sentido une a todos bajo la protección de un solo Dios. Que además crea esperanza porque hay algo que nos protege contra los desastres naturales.

Pobre

Esta categoría no es la más visible, es decir, ningún artículo habla directamente de la pobreza de Evangelina. Aun así la representación de Evangelina tiene una relación con el crecimiento económico.

¿Qué significa ser mejor?

Por el día de la madre La República publicó un artículo con una entrevista de Evangelina. El título del artículo es: *“Evangelina Chamorro: “Quisiera que mis dos niños sean mejores que yo. Por ellos, doy todo”*.

En el artículo el control de interacción sigue un modelo entrevistador y entrevistado donde el periodista hace preguntas y Evangelina contesta. Después de una presentación corta de Evangelina se comienza con las preguntas. Las primeras son: *“¿Cómo se encuentra ahora?”, “¿Sigue trabajando?”, “¿Sigue criando ganado o se dedica ahora a otras actividades?”, “Se viene el Día de la Madre y usted es mamá de dos pequeñas.”*. (LR: 13.05.17) y después hay más preguntas sobre la maternidad. Las preguntas introducen nuevos temas y el orden es: salud, trabajo y la maternidad. Como el título del artículo refiere la maternidad es el tema principal del artículo pero es el último tema que se desarrolla. La maternidad en este caso es relacionada al trabajo y la clase social. Ella es descrita como trabajadora, que puede referirse a una persona que tiene cualquier tipo de trabajo pero también puede referirse a una clase social.

El trabajo ubica a Evangelina dentro de cierta clase social propia de trabajadores, criadores, de los que van al hospital y no a una clínica, que vive en Punta Hermosa: no

tiene luz, maneja un mototaxi, es migrante de la selva, entre otros. El trabajo en el artículo es el tema tratado antes incluso que la maternidad aunque este es el tema principal del artículo. Hay, entonces, un intento de ubicar a Evangelina dentro de una clase social, posiblemente porque los lectores de La República son mayormente de una clase socioeconómica más alta que Evangelina. En vez de universalizar a las mujeres como iguales como en el artículo de Trome sobre la mujer con fuerza, aquí se identifica a Evangelina como una mujer de una clase social baja.

En la introducción del artículo dice: “*Como madre luchadora y trabajadora, ella y su esposo son el sustento de un nuevo hogar.*” (LR: 13.05.17). La palabra que la describe es trabajadora, no como en otros artículos donde está descrita como ama de casa. Hay una división igualitaria entre los géneros en lo respectivo al trabajo. Al preguntar a Evangelina sobre el trabajo se generan preguntas que indirectamente se cuestionan por la división de trabajo entre ella y su esposo. Evangelina y su esposo trabajan como criadores y tenían su corral junto a su casa. Cuando le preguntan: “*¿Sigue criando ganado o se dedica ahora a otras actividades?*” (LR: 13.05.17). Una parte de su respuesta es: “*... mi esposo y yo trabajamos juntos...*” (LR: 13.05.17) y “*Como mujer y hombre, nos repartimos las tareas de la casa, a veces en el corral, otras veces en mi casa.*” (LR: 13.05.17). En este sentido, la esfera privada y la esfera pública (trabajo) son compartidas por los dos. Evangelina como madre no solamente es representada en relación a sus hijos, también en el hecho de trabajar de igual manera que el hombre. Ser luchadora implica hacer el mismo

trabajo que el hombre y el hombre el mismo trabajo que la mujer. La relación entre género y clase social es sostenida en la fotografía (6) que acompaña el artículo. Evangelina está sentada dentro un mototaxi en el asiento del chofer con una mano en el volante (LR: 13.05.17). El



Fotografía 6: Evangelina sentada dentro un mototaxi. (LR: 13.05.17)

mototaxi es un medio de transporte que se utiliza para transportar personas, y es una

forma muy barata de ser transportado. Según Pau Avellaneda este medio de transporte es relacionado con la pobreza en Lima (Avellaneda, 2008). Muchas personas con recursos reducidos se ven obligadas a vivir lejos de sus posibilidades de empleo, por lo tanto, están en la necesidad de medios de transporte y el costo de ello es un elemento significativo (Ibídem: 17). El mototaxi es un objeto que le va a permitir trabajar y ganar dinero para la familia. En este caso la madre está asociada con el trabajo y por lo tanto, la esfera pública, aunque la mayoría de los mototaxistas son hombres y conducir es asociado a lo masculino. Hay que ser consciente de que la empresa Crosland utiliza la imagen de Evangelina para vender su producto a una clase social que es representada por Evangelina. Su imagen con el producto debe hacer al consumidor identificarse con ella. Su audiencia objetiva es, por lo tanto, madres trabajadoras.

En cuanto al título del artículo “*Quisiera que mis dos niños sean mejores que yo.*”, *ser mejor* puede tener diferentes significados. Puede referirse a la religión, clase social, nivel educativo, entre otros. El “mejor” está relacionado al primer tema tratado: el trabajo, que está relacionado a cierta clase social. *Mejor* refiere, entonces, al trabajo, es decir, que sus hijos tengan una mejor posibilidad laboral que ella, por lo tanto, tener la posibilidad de crecer económicamente. Ser madre luchadora implica trabajar fuerte para que sus hijos tengan mejores posibilidades económicas. El Homo economicus es analizado por el crítico literario Ian Watt en el famoso relato de Robinson Crusoe: “*El relato pone de manifiesto que un hombre normal y corriente, a solas, es capaz de someterse a la naturaleza y sojuzgarla a sus propios intereses materiales, y que a la sazón triunfa frente al entorno físico.*” (Watt, 1999: 164). Evangelina está representada a partir del mismo individualismo económico. Ella es capaz de someterse a la naturaleza y ahora a la preocupación en crecer económicamente. Como indica la introducción del artículo:

“Nada trae abajo el espíritu de una mujer luchadora. A casi dos meses del huaico que le hizo perder todo, menos la fe, Evangelina sigue de pie, con más fuerzas que nunca. Como madre luchadora y trabajadora, ella y su esposo son el sustento de su nuevo hogar. Aquí nos cuenta más acerca de su principal motivación: sus dos pequeñas hijas.” (LR: 13.05.17)

En esta cita la fuerza de la madre es la fuerza de crecer económicamente, es decir, recuperar el trabajo para sustentar su nueva casa y el motivo para hacerlo son los hijos.

Es una lógica plenamente económica, donde la madre luchadora es aquella madre que trabaja fuerte para que sus hijos crezcan económicamente, por lo tanto, “ascender” de clase social. Es un intento de salir de su clase social y entrar en otra: las hijas quieren ser policía y doctora.

Resumiendo...

Las cuatro categorías analizadas definen a Evangelina como un sobreviviente, madre, religiosa y pobre. El discurso del sobreviviente utiliza la acción extraordinaria para construir un sujeto extraordinario, pero a la misma vez la celebrificación de Evangelina muestra que el lado íntimo y privado de Evangelina crea identificación. Entonces, ella es un sobreviviente, un héroe con quien se puede identificar. Una identificación que se construye durante las otras tres categorías: mujer, religiosa y pobre.

El análisis muestra que la representación de Evangelina como una heroína ordinaria reproduce un discurso de género donde la mujer debe estar en la esfera privada cuidando a los hijos, un lugar donde su sexualidad no es un peligro para el hombre. Refleja el marianismo de Suramérica donde la mujer es religiosa y moralmente más fuerte que el hombre, cuyo moral tiene las características de un niño (Fuller, 1995: 2). Esta representación de Evangelina estabiliza los roles de género de la sociedad y no los cuestiona. Ella es el ideal de la madre que los demás deben seguir. Las mujeres deben ser madre y cuidar a los hijos. Solo así puede conseguir a ser una mujer fuerte. La maternidad es la fuerza de la mujer y la forma de superar al hombre. Es decir, la fuerza de la mujer es biológica y una mujer sin hijos no puede conseguir ser igual de fuerte que la madre. La maternidad es el ideal para la mujer.

La República al contrario que Trome no universaliza a las madres como una unidad homogénea. Identifica a Evangelina dentro una clase social donde ella está luchando para ascender económicamente. Es un discurso donde el individuo es responsabilizado de crecer económicamente. En el enfoque del trabajo de Evangelina, se consigue representar a Evangelina y su esposo como iguales en la esfera privada y pública.

En el tiempo de crisis por la que el Perú pasa, la imagen de Evangelina establece un orden dentro el caos después de los desastres naturales. Ella representa los valores

tradicionales de la mujer y funciona como un ejemplo a seguir para los demás. Lamentablemente los valores que representa reproducen un discurso patriarcal donde hay una manera correcta de ser mujer que es seguir un modelo tradicional de roles de género.



Capítulo 2

El uso de la imagen de Evangelina a la hora de responsabilizar al Estado

La responsabilidad del Estado frente los desastres ha sido un tema esencial en los medios de comunicación. Su rol fundamental ha sido respecto a la seguridad de los ciudadanos durante los huaicos, pero también en relación a la corrupción y la prevención.

Evangelina en los medios de comunicación ha sido utilizada como fuente para informar sobre el rol del Estado frente a los desastres. El Estado ha aprovechado la imagen de Evangelina para constituir su imagen durante la crisis, responsabilizándose de la hospitalización de ella. Los medios de comunicación también han iluminado el rol del Estado frente a la situación de Evangelina con respecto a vivir en zonas de peligro lo cual implica traficantes de terreno y corrupción. El capítulo está dividido entre los dos temas, la hospitalización de Evangelina y los traficantes de terreno. El objetivo es contestar ¿cómo el Estado contribuye a la construcción de una heroína y qué recursos utilizan en los artículos para responsabilizar el Estado del caso de Evangelina?

Guerrera, luchadora y Mujer de Hierro: la identidad social de Evangelina

Estas son palabras que utiliza la ministra de Salud para describir a Evangelina y son palabras que contribuyen a construir la identidad social de Evangelina. Con identidad social me refiero a la función de identidad del lenguaje de Fairclough que tiene que ver cómo identidades son creadas en el discurso (Fairclough, 1992: 64). En este caso el enfoque es en las palabras que la ministra utiliza y en la práctica discursiva del artículo informativo. El artículo es un medio que asume un sentido común que trata las autoridades y jerarquías como naturales. Es una comunicación unidireccional, donde la relación entre periodista y lector es que el periodista tiene el conocimiento frente al lector que no la tiene. Está naturalizado que la información del periodista es objetiva. El tratamiento de La ministra Patricia García como fuente, tiene un enorme control de la producción de conocimiento sobre el caso de Evangelina. Según Fairclough “... *newsworthy events originate from the concentrated set of people who have privileged access to the media, who are treated by journalists as reliable sources, and whose voice are the ones which are most widely represented in media discourse.*” (Fairclough, 1992: 110). Por ser una persona pública, la ministra tiene acceso a los medios de comunicación y el lenguaje que ella utiliza es determinante para futuras representaciones de Evangelina en los medios de comunicación.

El contexto es que Evangelina es trasladada al hospital público, María Auxiliadora, después de salir del huaico. La ministra de Salud, Patricia García, visita a Evangelina en el hospital donde habla con Evangelina y los médicos sobre su estado de salud. La ministra es la primera persona que se expresa en los medios de comunicación sobre el estado de salud de Evangelina. Ella asegura en las entrevistas que el Estado se ha responsabilizado de la curación de Evangelina y su esposo, es decir, el Estado se ocupa de hospitalizarlos y pagar los gastos con el seguro público (SIS).

Una de las palabras para describir a Evangelina en el artículo de Trome es *la Mujer de Hierro*. El texto es: “*Los médicos que atendieron a la denominada ‘Mujer de Hierro’ informaron a la ministra de Salud que ella solo sufrió arañones y golpes pero que en*

general su estado de salud es muy bueno -pues además está consciente-, y que se recuperará satisfactoriamente.” (Trome: 16.03.17). La palabra denominada surge del periodista quien muestra afinidad con el nombre. No indica quien la ha nombrado *Mujer de Hierro*, pero como la fuente es la ministra de Salud se asume que ella la ha nombrado *Mujer de Hierro*. Según Fairclough wording es “the multiplicity ways of “wording” a meaning...” (Ibídem: 190), no significa que haya varias formas de significar, más bien, hay que interpretar a partir de una perspectiva teórica cultural o ideológica (Ibídem: 191). *La Mujer de Hierro*, con mayúscula que indica que es un nombre, es una metáfora que utilizamos para construir una realidad particular como escribe Fairclough: “When we signify things through one metaphore rather than another, we are constructing our reality in one way rather than another.” (Fairclough, 1992: 194). *La Mujer de Hierro* es conocida del inglés *Iron Lady* que refiere a una mujer con mucha influencia política, por ejemplo utilizada en relación a Margaret Thatcher como se nota en la bibliografía de John Campell “*Margaret Thatcher Volume Two: The Iron Lady*”. La palabra Lady traducido al español es Dama, pero la ministra de Salud utiliza la palabra mujer. Lady refiere a una Dama de estatus social alto, que tiene poder y autoridad lo cual es el caso de Margaret Thatcher. Al utilizar la palabra mujer se refiere a un sujeto que no es de clase alta, pero el hierro funciona como una metáfora que representa algo fuerte y determinado. La metáfora representa a Evangelina como una mujer extraordinaria de una clase social baja, una construcción así no es una amenaza de la identidad política de la ministra y la clase alta, es más bien, un contraste a ella. Si Evangelina fuera una Dama tendría influencia política y autoridad pero al llamarle una mujer, no se cuestiona las desigualdades de clase ni las autoridades, más bien, se establece las normas de la sociedad. Se construye una mujer extraordinaria dentro una clase social particular a la cual la ministra no pertenece. Trome es un periódico cuya audiencia objetiva es justamente la clase baja y media. Al llamar Evangelina mujer y no Dama se crea identificación para la clase baja que es la audiencia objetiva. Además la categoría mujer es más inclusiva que la categoría Dama, porque mujer al contrario incluye a todas las mujeres mientras que dama es relacionada con una clase social. Es la misma característica del capítulo 1 donde Trome define la maternidad como la fuerza de la mujer. Hay un intento de utilizar categorías inclusivas donde todos pueden encajar. Eso

también podría ser la razón por la cual el nombre no es utilizado en La República donde la audiencia objetiva es la clase alta y media, es decir, sus lectores (o algunos) se identifican más con una dama de hierro que una mujer de hierro.

Otra metáfora utilizada por la ministra de Salud es guerrera: “*“Ella está un poco confundida aún, pero está muy bien y se va recuperar porque es una guerrera y gracias a Dios no le pasó nada grave”*, dijo la titular de Salud.” (LR 16.03.17). Una guerrera es más que una luchadora, es decir, Evangelina ha hecho algo excepcional al sobrevivir el huaico, por lo tanto, es una guerrera. Una guerrera también refiere a una persona que lucha por la nación y dichos valores. No necesariamente en guerra también como símbolo nacional. Por ejemplo los periódicos utilizan el doble sentido del nombre del futbolista peruano Paolo Guerrero. Su apellido también refiere a una persona que lucha por el país en este caso jugando fútbol. Él es un guerrero nacional porque lucha por la nación. Durante la calificación al mundial Paolo Guerrero ha sido eliminado durante un mes por consumo de drogas. El apoyo de los peruanos ha sido enorme y hasta el Presidente se ha expresado en los medios de comunicación. Paolo Guerrero es un guerrero nacional, un símbolo de la nación, que une a los peruanos en una comunidad imaginada, por utilizar el concepto de Benedict Anderson (2006). Según Benedict Anderson, la comunidad imaginada, es que no se sabe quiénes son los otros miembros, ni sí realmente existen. Para Anderson la nación es una comunidad imaginada porque la mayoría de las personas dentro de la nación nunca van a encontrarse pero todavía comparten un sentido de comunidad. Perder un jugador muy importante en las calificaciones es una amenaza para la nación, lo importante no es si el jugador haya estado tomando drogas, lo importante es que amenaza a la nación y su posibilidad de ir al mundial. El mismo sentido tiene cuando la ministra de Salud le llama a Evangelina guerrera. Es una guerrera que representa los valores de la nación y la amenaza de su salud es una amenaza de la nación. El comentario “*gracias a Dios no le pasó nada grave*” es una oración común en Perú, utilizada para expresar agradecimiento de que nada malo pasó, en este caso refiriéndose a la salud de Evangelina, que, en la siguiente oración, está profundizada: “*En efecto, fuera de algunos golpes y rasguños en distintas partes del cuerpo, se conoció que la mujer se encuentra estable*” (LR: 16.03.17). Mediante el gracias a Dios la ministra justifica la supervivencia de Evangelina no como

fruto de la lucha personal pero de una ayuda divina. “*El significado originario de esta locución es explotado para reducir o para minimizar la responsabilidad personal en el éxito conseguido...*” (Meléndez, 2003: 103). La ministra posiciona el éxito de Evangelina como fruto de una ayuda divina, en este sentido, el éxito esta posicionado fuera de Evangelina. Esta posición de la ministra permite que ella toma una posición de humildad y dar una imagen pública positiva. También, ubica la responsabilidad del éxito en las manos de Dios, ni del gobierno, ni del individuo.

Las palabras que utilizan para describir a Evangelina son repetidas en las noticias una y otra vez y tienen un potencial político. Evangelina es descrita como sobreviviente, mujer de hierro, luchadora y guerrera. Ella es una sobreviviente que es celebrada por ser fuerte como mujer y como pobre. Según Wendt, los héroes ordinarios reflejan las normas políticas y sociales dominantes en aquella sociedad. (Wendt, 2016: 13). La celebración de los valores que representa Evangelina refleja una sociedad donde el éxito es la acción individual de ciertos ciudadanos, de los pobres y de las mujeres. Son dos grupos vulnerables cuya representación en los medios de comunicación a nivel global es victimizada. La celebración de Evangelina por su acción individual muestra una sociedad que valora a la mujer que lucha sin apoyo de nadie. Es un ciudadano que no pide ayuda y no es una carga para la sociedad.

La ministra y una heroína, la relación entre ciudadano y Estado

El título profesional utilizado para presentar a la ministra de Salud es una identidad social que le convierte en una fuente valida para informar sobre el estado de salud de Evangelina. No se utiliza un discurso medico, es más bien, un discurso de informante entre médicos y el público: “*Los médicos que atendieron a la denominada “Mujer de Hierro” informaron a la ministra de Salud que ella solo sufrió arañones y golpes pero que en general su estado de salud es muy bueno -pues además está consciente-, y que se recuperará satisfactoriamente.*” (Trome: 16.03.2017). La palabra informaron indica que ella está resumiendo lo que los médicos le han dicho, es decir, ella tiene el acceso al conocimiento sobre Evangelina y lo comparte con los ciudadanos. Las fotografías de

ambos periódicos utiliza un discurso familiar e íntimo. En las fotografías la ministra de Salud está hablando con los médicos (fotografía 3). Está parada juntando las manos conversando con un médico y alrededor hay dos personas vestidas como empleados en el hospital. Ella está vestida en su ropa de calle. Ella no se posiciona como médico, ella utiliza más bien un discurso familiar. Sus manos están dobladas y su cara muestra preocupación. En otra fotografía, a nivel denotativo, el signo visual es la Ministra de salud tocando a Evangelina con su mano. Ella está mirándola en los ojos e inclinándose hacia Evangelina como una madre cuidando a su hija (fotografía 1). Ella lleva ropa informal, lleva un polo negro y un jean, por lo tanto, su físico no señala que es Ministra. Evangelina está en la posición del enfermo, está en la cama en el hospital.

A nivel connotativo se asume una relación entre ministra de Salud y ciudadano. Son representados como dos opuestos: enferma y la cuidadora. La ministra toma la posición de cuidadora, su mano en la cabeza de Evangelina es una muestra de cariño. La Ministra es una persona que muestra preocupación por Evangelina y quien quiere darle las mejores condiciones para sanarse. La Ministra está en la posición de dar y Evangelina recibe, la ministra es la que asegura que Evangelina recibe la mejor atención médica. El hecho que la ministra de Salud es mujer tiene un significado al nivel connotativo. Como mencioné en el capítulo 1 el concepto del marianismo nos hace entender que el rol de la mujer es el de cuidar y mantener unida la familia (Fuller, 1995: 1). La ministra toma el rol de la madre que se preocupa por su hija. Está naturalizado que la mujer toma tal posición, profesional o no. En la segunda fotografía de Trome la ministra está hablando con los médicos y enfermeros del hospital. La ministra tiene las manos juntas y una expresión facial que muestra preocupación. Los tres profesionales del hospital miran hacia la ministra y ella hacia el doctor adelante. El texto de la fotografía dice: *“La ministra de Salud ofreció todo el apoyo necesario para la valerosa mujer y su esposo, que también está internado en el mismo hospital con golpes y heridas menores, informándoles que el Seguro integral de Salud (SIS) cubriría todos los gastos de su tratamiento y recuperación.”* (Trome: 16.03.17). No se cuestiona que la preocupación de la ministra por Evangelina es un hecho porque Evangelina es una persona pública. No es sin sentido si la ministra visita a Evangelina o otra persona que haya salido de un huaco pero sin la atención de los medios de comunicación.

Analizar los efectos políticos e ideológicos de los discursos implica un análisis de los efectos ideológicos y hegemónicos que afectan a los sistemas de conocimiento, relaciones sociales e identidades sociales (Fairclough, 1992: 238). Un efecto ideológico es la función de identidad que es la manera en cómo las identidades están establecidas (Fairclough, 1992: 64). Se utiliza un discurso íntimo y privado de la ministra de Salud que la identifica como responsable, preocupada y informante del caso de Evangelina. No se utiliza un discurso político donde hay intenciones políticas como construir cierta imagen del Estado de bienestar durante la crisis y su propia imagen. Además una representación así de Evangelina es política porque la ministra utiliza a Evangelina para celebrar cierto comportamiento. Las relaciones sociales son otro efecto ideológico, que son como se performan y negocian entre participantes discursivos (Fairclough, 1992: 64). En este caso es entre ciudadano y político. La relación entre Evangelina y la ministra de Salud contribuye al conocimiento de la relación entre ciudadanos y políticos. La ministra celebra el comportamiento de Evangelina. La celebración individual de una víctima excluye otras víctimas que no son extraordinarias. Es decir, hay mejores víctimas que otros y Evangelina es un ejemplo a seguir. No es un fenómeno inusual. Gobiernos locales y comunidades locales han hecho mucho para compartir la idea de que acciones de personas ordinarias pueden ser igual de admirables que de un soldado (Wendt, 2016: 12-13). Durante 1900 la construcción de héroes ordinarios en Alemania, Inglaterra y los Estados Unidos ha sido un intento de control social: “*they presented working-class people thus honored as virtuous citizens who neither intended to challenge social inequality nor questioned the authority of the state.*” (Wendt, 2016: 13). Es especialmente ocurrido durante una crisis cuando la sociedad está en falta de la solidaridad social. Una representación y celebración del pobre y de la mujer extraordinaria que es un ejemplo a seguir no cuestiona la responsabilidad del Estado frente a los más vulnerables durante los huaicos. Otro uso político de la ministra es el uso de Evangelina para responsabilizar al Estado de la curación que le permite representar la institución de salud pública como de alta calidad.

La República, por otro lado, no deja que Evangelina sea representada solamente por la Ministra. En el subtítulo del artículo se escribe lo siguiente: “*Madre coraje. Mujer sobreviviente de huaico en Punta Hermosa pide ayuda a las autoridades para*

recuperar su corral de lechones, que fue arrasado por el alud.” (LR: 16.03.17). La República representa la voz y el deseo de Evangelina de recuperar su corral. Entonces, representa el deseo político de Evangelina. En el artículo la representa como la mujer que sobrevivió el huaico. Esta representación permite una representación de su deseo político. El artículo de La República muestra que hay varias voces y que cada actor tiene un deseo político diferente. El tema se desarrolla en la última cláusula del artículo que dice: *“Sus familiares, pidieron apoyo al gobierno, a la municipalidad de Punta Hermosa y a empresas privadas que pueden ayudarlos a recuperar sus bienes perdidos.”* (LR: 16.03.17). El subtítulo indica que el artículo trata el tema de la responsabilidad de las autoridades frente las pérdidas de Evangelina y el artículo termina tratando el mismo tema. El tema principal del artículo es la recuperación de Evangelina en el Hospital. La ministra de Salud se encarga de la recuperación de Evangelina y la recuperación de sus bienes está relacionada con el gobierno, municipalidad y empresas. El ministerio de Salud se responsabiliza por la salud de Evangelina pero no se hace responsable del contexto social. Se relaciona, por lo tanto, el Estado con la responsabilidad de la recuperación de salud después de los desastres naturales.

Había una necesidad de construir héroes ordinarios que funcionan como ejemplos para los demás, lo que es común en tiempos de crisis. Los héroes ordinarios son *“... people’s anxieties about a perceived lack of unity, as well as a sign of hope that not all was lost.”* (Wendt, 2016: 13). En el caso de Evangelina, sobrevivir el huaico no es una acción que muestra solidaridad, es decir, no muestra preocupación por otros. Es más bien, la celebración de una acción individual. Cuando la ministra ofrece el apoyo necesario a Evangelina por ser valerosa se constituye el apoyo del Estado para los que lo merecen. Los que lo merecen son ciudadanos que luchan por sí mismos. El análisis crítico del discurso sirve para analizar las conexiones entre el uso de lenguaje y relaciones desiguales de poder (Fairclough, 1989: 1). De tal manera, la visita de la ministra es la celebración de una ciudadana extraordinaria con valores que el estado apoya. El Estado, de acuerdo a Wendt, reproduce un héroe ordinario, un ejemplo para la sociedad. Al otro lado, una representación así también excluye a los ciudadanos ordinarios. Es decir, hay ciudadanos que merecen el apoyo del Estado y los hay que no lo merecen. La

celebración y apoyo a un individuo no da la impresión de un Estado democrático donde el acceso a las facilidades públicas son iguales para todos, héroe o no. En este sentido hay ciudadanos más importantes que otros o mejores víctimas que otras.

El Estado también se ha involucrado en el caso de Evangelina. En el día internacional de la mujer la municipalidad de Lima ha premiado a mujeres peruanas excepcionales. El alcalde Luis Castañeda entregó el Premio Lima a 10 mujeres una de ellas es Evangelina Chamorro (Munlima: 08.03.2018). Lo interesante es que las mujeres excepcionales son mujeres que son buenos ejemplos. Por ejemplo la princesita de Yungay Angélica Harada Vásquez una artista folclore, la entrenadora de fútbol María Angélica Ramos Ayala, la deportista Jenny Samanez Gonzáles Vigil, otra heroína, la Serenazgo Flor Segura Gaspar, que salvó a personas y animales durante los desastres naturales, entre otras. Todas las mujeres son mujeres que no cuestionan las normas y valores. Se podría haber celebrado a mujeres que luchan por la igualdad de género, un tema importante en los últimos años en Perú. Lamentablemente el Estado ha decidido celebrar a ciudadanos que no cuestiona los valores y normas tradicionales. Refleja muy bien la celebración de Evangelina y ciertas normas y valores tradicionales de género. Por lo tanto, se establece un ejemplo a seguir que no cuestiona y no da la posibilidad de dialogar y hacer un cambio, por lo tanto, no es una amenaza para la sociedad establecida. El Estado celebra entonces, un ideal para las mujeres. Refleja las representaciones de la mujer en los medios de comunicación que muchas veces enseña a las mujeres como deben comportarse.

El Estado frente los traficantes de terreno

Otro tema que los medios de comunicación ha desarrollado en relación a Evangelina después de sobrevivir el huaico ha sido el problema al respecto los derechos de la tierra.

El contexto es que Evangelina está en peligro de ser despojada de su tierra por los traficantes de terrenos que además amenazan a Evangelina y su familia por su presencia en los medios de comunicación. El problema es que Evangelina compró su tierra en Punta Hermosa de la Agrupación Sumac Pacha pero le vendieron tierra ilegal que es propiedad de la Superintendencia de Bienes Nacionales. El caso de Evangelina ilumina

un problema donde la corrupción, la informalidad y el mercado ilegal de terreno no ha permitido la prevención del desastre natural.

El caso de Evangelina abre la posibilidad de cuestionar un problema grave y relevante para muchos peruanos. El problema en Perú se debe a la informalidad y la corrupción que tiene como consecuencia que muchos ciudadanos vivan en zona de peligro. Además de vivir sin documentación y la posibilidad de aprovecharse económicamente de su propiedad, sus vidas y sus casas corren el peligro de ser llevadas por los huaicos como consecuencia de las lluvias. Es un tema que no ha sido tan elaborado en relación a los huaicos pero tiene como consecuencia que muchas personas en América Latina vivan en zonas que no son adecuadas para ser habitadas. Es un factor esencial para entender el contexto social de Perú y para entender por qué los huaicos han afectado tanto al país. Es muy importante analizar como los medios de comunicación iluminan el problema. El tráfico de terreno es un problema social que tiene consecuencias económicas para el sistema de propiedad formal del país. Los pobres no pueden aprovecharse de sus propiedades en el mercado formal y no lo pueden aprovechar para cambiar su situación económica (De Soto, 2001: 30-31). El problema durante un desastre natural puede tener consecuencias fatales y lamentablemente las consecuencias son más graves para los más pobres en el país. Por lo tanto, el trabajo fundamental del gobierno es la planificación urbana y del territorio como parte de la prevención de desastres naturales.

El título de Trome es: “*Evangelina Chamorro sobrevivió a los huaicos y ahora llora por amenazas de muerte*” (Trome: 31.05.17). El tema es la amenaza de muerte. *Llora* expresa un sentimiento, es un proceso mental, que es una descripción gráfica cuya intención es capturar la atención del lector, entonces, construye una curiosidad del lector que quiere saber por qué es que Evangelina llora. Los traficantes de terreno están excluidos del título. Resulta en una normalización, que según Fairclough, consiste en excluir un actor por varios motivos (Fairclough, 1992: 182). Muchas veces el autor excluye o incluye los actores sociales para representar eventos en el mundo que demuestra el mundo desde una perspectiva particular. La ausencia del actor en este caso enfatiza que Evangelina está llorando por culpa de alguien que la amenaza. La fotografía visualiza a Evangelina llorando (fotografía 7). La fotografía es un screen-shot



Fotografía 7: Evangelina saliendo del huaico y Evangelina llorando por amenazas. (Trome: 31,05.17)

del video de canal N que va adjuntado al artículo. Es un close-up del rostro de Evangelina, sus ojos están cerrados y su mano intenta sacar las lágrimas. Ella está llorando y la expresión facial muestra una persona que siente dolor y sufrimiento.

En el subtítulo, el actor *traficantes de terrenos* está incluido: “*Evangelina Chamorro viene siendo amenazada de muerte por traficantes de terrenos.*” (Trome: 31.05.17). Se repite varias veces en el artículo que ella está amenazada: “*La mujer que lucho contra los huaicos ahora lucha contra los traficantes de terreno que le quieren quitar su casa y la amenazan con no denunciarlo a la prensa.*” (Trome: 31.05.17). El tema es, entonces, la tristeza de Evangelina que es el resultado de la amenaza. Refleja un periódico cuyas noticias son cortos, visuales, sensacionalistas y emocionales. No hay mucha reflexión ni explicación del contexto social.

El título de La República es “*Evangelina y sus vecinos fueron estafados por traficantes de terreno*” (LR: 25.03.17). El tema es la estafa de los traficantes de terreno del vecindario. En este título se incluye el actor *traficantes de terreno*. Ahora trata un tema que no tiene nada que ver con el huaico, ahora el tema es la estafa de los traficantes de terreno. El título también incluye otro actor, los vecinos. Este actor es importante para entender que no es un problema de Evangelina, es un problema que afecta a más personas. El artículo es largo y textual y trata el proceso judicial y los actores involucrados brindando información sobre la estafa dentro de un contexto social.

El tema del artículo de Trome es la amenaza de los traficantes, donde La República escribe sobre los traficantes de terreno como un problema social. La fotografía publicada en Trome está separada en dos: una donde ella sale del huaico y otra donde está llorando. Las fotografías de La República son de Evangelina después de una conferencia de prensa, otra donde están los vecinos reclamando su derecho a la tierra y en la última fotografía está Luis Navarro Merin el procurador de la Superintendencia de Bienes Nacionales (SBN) (Fotografía 8). Las fotografías narran la historia de Evangelina y su problema como un problema social, en contraste con Trome que utiliza un discurso privado, individual e íntimo para informar sobre el caso.



Fotografía 8: 1. fotografía: Evangelina y su esposo, esposo. 2. fotografía: El vecindario. 3. Fotografía: Luis Navarro Merino. (LR: 25.03.17)

El artículo de Trome no da información más allá del caso de Evangelina y sus vecinos, mientras que La República incluye la siguiente cita en el artículo:

“Lo que pasa en Punta Hermosa no es inusual. Se repite en otras zonas del país. En lo que va del año 2017, se han recuperado 33 mil 845 hectáreas que se encontraban en manos de invasores en Casma, Huarmey (Áncash) y Lobitos (Piura)”, dijo el procurador.” (LR: 25.03.17).

Mencionar que hay muchas zonas afectadas y la cantidad de hectáreas recuperadas son la evidencia de un problema social del país, que no solamente afecta a Evangelina. Al constituirlo como un problema social visibiliza otro actor social responsable: *“Estamos hartos de esta situación de vivir en la ilegalidad. Pero necesitamos que el Estado nos ofrezca una salida”, afirmó el presidente de propietarios de Villa Navarra, Ángel Lachira Yumanaqué.* (LR: 25.03.17). Representa al Estado como responsable de arreglar la situación. El presidente es la persona que representa la opinión del vecindario. *“...el Estado nos ofrezca una salida”,* es decir, no solamente dar la responsabilidad a los traficantes de terreno por hacer llorar a Evangelina como lo hace en el artículo de Trome también responsabiliza al Estado.

Ninguno de los artículos responsabiliza a Evangelina por vivir en tierra ilegal. Ella representa valores del buen ciudadano: madre, esposa, trabajadora, humilde, religiosa, etc. Al representarle como un ejemplo a seguir, como una heroína, es muy difícil responsabilizarla de no tener sus documentos de su tierra después tantos años viviendo allí. Ella tiene una imagen en los medios donde lucha por sus derechos y donde su mala situación es completamente la responsabilidad de los traficantes de terreno y en el caso de La República, del Estado.

Los dos periódicos construyen conocimiento sobre el tema según la práctica discursiva. Trome representa a los traficantes de terreno como una amenaza para Evangelina, y como el análisis del capítulo 1 mostraba, Evangelina es un símbolo de la nación durante los huaicos y es un ejemplo a seguir como mujer. Evangelina es símbolo nacional y está llorando, por culpa de los traficantes de terreno, por lo tanto, los traficantes de terreno son los malos y criminales. No se relaciona el problema de Evangelina dentro un contexto social, más bien, es tratado como un caso especial. Una representación así no informa sobre el contexto social que involucra más actores sociales, que es más complejo y necesario de entender para poder solucionar un problema grave. La República, al contrario que Trome utiliza a Evangelina como ejemplo para contextualizar el problema. El análisis del capítulo 1 mostraba que La República representa a Evangelina en relación a la clase social trabajadora, donde es representada como trabajadora igual que su esposo. Es una representación que identifica a Evangelina como el buen ejemplo del pobre y la diferencia de la audiencia objetiva del periódico que es la clase media y alta. Por lo tanto, la fuerza de la mujer es la lucha por cambiar su situación económica. Esta representación la posibilita de ser representada como la luchadora del vecindario y luchar por sus derechos que es un derecho fundamental para posibilitar el aprovechamiento de la tierra que ha comprado.

Resumiendo...

En el uso de Evangelina en relación al Estado el análisis muestra que hay tres elementos importantes. En primer lugar, la práctica discursiva de los periódicos contribuye a la información de los artículos y la manera de utilizar a Evangelina. El conocimiento

refleja una manera de representar la realidad donde Trome es sensacionalista y mediante herramientas visuales su enfoque son las emociones de Evangelina. El análisis muestra en el caso de Trome que no hay un enfoque analítico más allá del caso de Evangelina. Representa al Estado como responsable de su curación y los traficantes de terreno como responsables de hacer llorar a Evangelina. No hay una reflexión más allá de lo obvio y muestra un mundo simplificado. Termina reproduciendo una idea del concepto del desastre natural como algo natural, es decir, la naturaleza es responsable de los desastres, el Estado es responsable de curar a los ciudadanos y los traficantes de terreno o criminales son malos. Es una perspectiva que permite que el Estado utilice la imagen de Evangelina para autopromoverse como curador de los ciudadanos y no tomar responsabilidad de los desastres naturales de otras maneras como por ejemplo previniendo.

La República contextualiza y mediante una herramienta mayormente textual su enfoque es iluminar los factores sociales que han resultado en la situación de Evangelina. La República, al contrario, utiliza a Evangelina para informar sobre otros problemas sociales. Por ejemplo, se cuestiona el papel que juega el Estado frente a los traficantes del terreno y en relación a la vivienda en las zonas no adecuadas para ser habitadas. A partir de la noticias sobre Evangelina se ponen de relieve los aspectos socioeconómicos del desastre natural. Es una manera de cuestionar que el desastre es una construcción social y que hay otros responsables que el huaico. Además cuestiona que la única responsabilidad del Estado es de la curación de Evangelina, también tiene una responsabilidad en las luchas contra los traficantes de terreno.

En segundo lugar el trato de la ministra de Salud como fuente y el grado de afinidad que el periódico señalaba es esencial en la construcción de conocimiento. La Ministra, en los dos periódicos, tiene un rol fundamental en la creación de los discursos que se utilizan sobre Evangelina. Los dos periódicos la representan como la única verdad y no cuestionan el uso político de Evangelina en la representación que hace el sistema de salud, el gobierno y la ministra. El resultado es que los dos periódicos contribuyen a la construcción de una heroína. En este sentido, una heroína que lucha por sí misma, por lo tanto, es un ejemplo para los demás ciudadanos. El Estado celebra tal comportamiento

ofreciendo su servicio público. Una representación que excluye a ciudadanos ordinarios del discurso público del salud.

En tercer lugar, es interesante que ningún artículo cuestione la responsabilidad de Evangelina y su esposo por vivir en tierra ilegal, una zona de peligro sin documentación. Es un aspecto que Evangelina misma en los artículos que se han publicado fin del año 2017 ha retomado: “*¿Qué he aprendido? A no criar animales en zonas de **huaico** porque vas a salir perdiendo*”, señala **Evangelina**, *la valiente de 32 años que venció a la muerte.*”(LR: 24.12.17). Ella ha sido nombrada uno de las personas más importantes del año 2017 y en este contexto ella misma dice que su lección ha sido no vivir en tierra ilegal.



Capítulo 3

El uso de la imagen de Evangelina en la solidaridad empresarial

Varias empresas peruanas han demostrado una solidaridad frente a los desastres naturales. El marketing solidario en el caso de Evangelina trata de donaciones. Donaciones por parte de una empresa de sus productos, servicio o dinero. Son acciones de empresas que muestran su solidaridad y responsabilidad social lo cual hoy es parte del marketing de empresa.

El caso de Evangelina no es un caso aislado, es uno de muchos durante los huacos 2017 y es un fenómeno al nivel global. Las acciones solidarias han sido diversas entre las de celebridades, ONGs, políticos, ciudadanos, etc., quienes hacen una acción solidaria como una donación, voluntariado, apoyo social, etc. Las fotografías de tales acciones son subidas a los medios sociales y los medios de comunicación hacen visible la acción al mundo. Es importante investigar tal fenómeno porque vivimos en una época donde empresas, gobiernos y hasta cada ciudadano tiene una responsabilidad social de preocuparse por el otro.

Se puede discutir si es compasión real o una explotación de humanos sufriendo. A diferencia del Estado de bienestar que se caracteriza por un bienestar común y una solidaridad mutualista, las empresas toman una responsabilidad social individual. La característica de una sociedad capitalista del consumo es que tiene un tipo de solidaridad altruista. La solidaridad altruista no es entendida como orientada a la regulación y deber del bien común, depende de la voluntad de las personas que hacen una acción espontánea (Román y Bugnoli, 2010: 248). En el caso de Evangelina la

solidaridad no depende de los consumidores, es una acción solidaria por parte de las empresas que no incluye al consumidor directamente, al contrario de la publicidad donde se invita al consumidor mediante la compra de su producto a hacer una acción altruista.

El interés del siguiente capítulo es estudiar el fenómeno de la solidaridad del mercado en relación a Evangelina. A diferencia de otros beneficiarios de donaciones Evangelina es famosa. La mayoría de donaciones en los medios son hechas para personas o grupos no conocidos públicamente. Un ejemplo es los Teletons¹ que es un evento de caridad que apoya a un grupo de niños discapacitados. En el caso de Evangelina al contrario que los Teletons el lector está familiarizado con la imagen de Evangelina en los medios de comunicación. Las empresas utilizan, entonces, la imagen de Evangelina para hacer una donación individualizada.

Por lo tanto, analizo *¿Qué recursos utilizan las empresas privadas en relación a Evangelina para construir su moral y seducir al consumidor con aquella? Y ¿Qué efectos tiene esta construcción de la moral de las empresas privadas en el contexto social de Perú durante los huaicos?*

El análisis es realizado mediante una muestra de tres artículos, uno de Trome y dos de La República. Analizo en la primera parte dos artículos de dos donaciones hechos por las dos empresas Tecno Fast y Caja Huancayo. La segunda parte, es un análisis de un artículo de La República que critica las donaciones hechas por Esto es Guerra. Este artículo es interesante porque es el único en el caso de Evangelina que tiene una perspectiva crítica de las donaciones.

La beneficiaria, una sobreviviente extraordinaria

Los artículos nos informan que la empresa Tecno Fast ha donado una casa nueva a Evangelina y su familia y Caja Huancayo le donó 100.000 soles para comprar un terreno. En los dos casos la imagen de la beneficiaria es un factor esencial.

¹ Evangelina ha participado en Teletón Perú como donante, en este caso me refiero a los beneficiarios

En los artículos se inician resumiendo la historia de Evangelina como sobreviviente. Por ejemplo La República escribe: “*Evangelina Chamorro Díaz, quien milagrosamente salvó de morir luego de ser arrastrada por un huaico en el distrito de Punta Hermosa...*” (LR: 18.04.17) y Trome escribe “*Una nueva alegría para Evangelina Chamorro Díaz, la mujer que conmovió al país y al mundo entero tras sobrevivir de un huaico en Punta Hermosa.*” (Trome: 10.04.17). Los dos representan a Evangelina a partir de su salida del huaico. La acción es descrita con el adverbio milagrosa por La República y el verbo conmover por Trome. Son palabras que describe la supervivencia de Evangelina como extraordinaria. Se construye una imagen heroica de ella. Esto la hace una víctima ideal porque según Höijer (2004) hay víctimas que son mejores que otras. Un ejemplo de eso son las madres y niños quienes funcionan como la víctima ideal porque al contrario que un hombre son percibidos como inocentes (ibídem: 26). Por lo tanto, es percibido como moralmente correcto hacer una donación a Evangelina. La compasión construida en los medios de comunicación es utilizada por empresas para representarse desde una moral éticamente correcta establecida en la sociedad. En este sentido, mediante la solidaridad de las empresas, sostiene los valores de la empresa. Según Lipovetsky, es parte del business preocuparse por el bien público y deberes hacia la comunidad y “*un objetivo noble que supere la exclusiva ganancia, se dota de un “giroscopio ético” capaz de aportar un sentido a la actividad económica.*” (Lipovetsky, 2002 : 249). Es decir, hacer una donación a Evangelina tiene un objetivo que supera la exclusiva ganancia. Es una acción que posiciona a la empresa como moralmente correcta porque se implica por la sociedad sin tener un interés económico. Es un tipo de marketing que invisibiliza el interés de la empresa. Hoy muchas de las empresas en Occidente toman esta responsabilidad social porque “*Ethics is good business.*” (Lipovetsky, 2002: 252).

Una donación es un género que implica cierta estilo de actividad que según Fairclough es: “*An activity type can be specified in terms of the structured sequence of actions of which it is composed, and in terms of the participants involved in the activity.*” (Fairclough, 1992: 126). La donación implica dos participantes, y en este caso hay uno que da y uno que se beneficia, implica que hay un intercambio de un objeto o servicio. Por lo tanto, una donación sigue una estructura. Las empresas representadas

por sus empleados se posicionan como el que ayuda a la víctima y el beneficiario es Evangelina y su esposo o familia. Esta estructura implica cierta relación entre Evangelina y la empresa.

Relación entre donante y beneficiario: una relación de género y clase social

Los representantes de la empresa, son los empleados que salen en la imagen y que dan la donación a Evangelina. En el caso de Caja Huancayo los representantes son tres hombres serios en ternos (fotografía 9). Evangelina y su esposo llevan ropa de calle, ella un polo rosado y él una camisa blanca. Su vestimenta se distingue mucho de los representantes del banco.

Los ternos simbolizan seriedad, masculinidad, profesionalismo y trabajo mientras que la ropa de Evangelina simboliza lo femenino, lo diario y lo emocional. En el texto también se evalúan las emociones de Evangelina

por ejemplo escribiendo “... *manifestó, feliz, Evangelina Chamorro.* “ (LR: 18.04.17) y la cita del esposo termina así: “... *declaró emocionado.*” (Ibídem).

En la fotografía todos los representantes del banco son hombres altos. Ellos representan profesionalismo y seriedad lo que son características masculinas. Son los hombres los que tienen el dinero y la mujer, Evangelina, la que recibe. Refleja un pensamiento del marianismo donde el hombre es el profesional y el proveedor del hogar (Fuller, 1995: 4). El hombre gana el dinero, por lo tanto, él está asociado con el trabajo mientras que la mujer está asociada con la esfera privada, lo diario y las emociones. Los empleados y Evangelina son, por lo tanto, representados como opuestos, para representar los empleados como serios, profesionales, masculinos necesitan a otro que sea todo lo opuesto. La imagen de Evangelina es en este sentido utilizada para construir la imagen



Fotografía 9: Donación de Caja Huancayo a Evangelina. (LR: 18.04.17)

de la empresa. Es una imagen que refleja el tipo de donación que hacen: dinero. Entonces los empleados, la empresa y la donación forman juntos la imagen de la Caja Huancayo. Según Lipovetsky (2002), es parte del business preocuparse por el bien público y deberes hacia la comunidad. Detectan la comunicación de la empresa como el beneficio de la imagen institucional y el objetivo es “*dotar de alma de la empresa a través de la lógica del don y de la acción benéfica.*” (Lipovetsky, 2002: 264). Entonces, administrar la imagen de la empresa en la comunicación de la empresa es esencial para construir una identidad de valores en cierto contexto social. Caja Huancayo tiene un grupo objetivo que, representado por Evangelina, es la clase baja de zonas marginales y pequeños empresarios informales. Se construye una relación social entre el consumidor



Fotografía 10: Donación hecha por TecnoFast a Evangelina. (Trome: 10.04.17)

y la empresa basada en estereotipos de clase social, raza y género. El dinero es para comprar un terreno y el tema de la falta de derechos sobre la tierra es un problema grande en el Perú. De esta forma, asociando la empresa con la solución del problema de los derechos de propiedad de la tierra funciona como una estrategia de marketing. Donando dinero a Evangelina se consigue acercar al

grupo objetivo que sufre los mismos problemas que Evangelina.

En el caso de Tecno Fast la imagen que busca la empresa es muy diferente. Es una empresa de construcción y donan una casa a Evangelina. Es una casa moderna que incorpora la tecnología moderna. A nivel denotativo vemos que los empleados que salen en las fotografías llevan casco y ropa de construcción pero no de constructores, más bien, como ingenieros (fotografía 10). Su ropa no es de trabajador, pues llevan camisas. A nivel connotativo ellos representan la inteligencia de la construcción, representan la tecnología y lo moderno. Lo que está relacionado con el producto que donan, que es tecnológico y moderno. Igual que en el caso de Caja Huancayo los trabajadores son

todos hombres. Ellos representan el trabajo, esfera pública e inteligencia donde la mujer representa los valores suaves y emociones por ejemplo Evangelina es la persona que recibe las flores y es citada en Trome por decir: *“Estoy muy contenta, ya conocí mi casa. No sabía que decir, si gritar o llorar. No me imaginé que sería así, pensé que sería de quincha. Mis hijitas Doris y Deysi van a saltar de felicidad”*, dijo Evangelina muy emocionada.” (Trome: 10.04.17). En la cita se ve claramente la emoción de Evangelina en las palabras contenta, gritar o llorar y saltar de felicidad. La última cláusula *“dijo Evangelina muy emocionada”* es una evaluación del periodista, es decir, un esfuerzo por mostrar el estado emocional en la citación de Evangelina.

En las fotografías Evangelina y su esposo también están riéndose. En las fotografías de la donación de la casa hay un ambiente menos formal que en la fotografía de la donación de la Caja Huancayo. Las primeras mencionadas muestran a Evangelina levantar su mano con la llave como una ganadora (fotografía 11). En otras fotografías ella y su esposo se abrazan y se ríen.

Son fotografías más naturales y no tan posadas como la fotografía de Caja Huancayo. Son fotografías emocionantes y crean una relación entre donante y beneficiaria donde Tecno Fast hace feliz a Evangelina mediante la donación. Es una donación que también representa al hombre como el proveedor porque son hombres los que dan una casa a



Fotografía 11: Evangelina levanta la llave para su casa donada por Tecno Fast. (Trome: 10.04.17)

la mujer. Hay una relación entre hombre/mujer y donar/recibir, donde él que tiene, el superior, es relacionado con valores masculinos, y la que recibe es relacionada con valores femeninos. Las relaciones de género también se reflejan en el grupo objetivo. Es decir, el grupo objetivo es en primer lugar hombres de clase social baja debido que la casa está hecha para zonas de peligro de huaico, es pequeña y fácil de mover. Está hecho para personas que viven en lugares

como en el que vive Evangelina. Son personas que deciden vivir en estas zonas por necesidad ya que tienen un gran riesgo.

Los dos empresas se representan en relación a Evangelina como su opuesto. Utiliza su género y su clase social para posicionarse como el donante. La donación tiene un objetivo publicitario en la construcción de la imagen de la empresa. En esta construcción de imagen las dos empresas utilizan los roles de género tradicionales donde la mujer es asociada con la esfera privada, la familia y las emociones y el hombre con la esfera pública, el trabajo, la inteligencia y la seriedad.

Dinero para comprar un terreno y una nueva casa inteligente

Los objetos donados son representados como necesarios para Evangelina. Son objetos que ella ha perdido por los huaicos y son objetos necesarios para vivir. Es fácil simplificar la realidad de tal manera y no incluir el contexto social. La manera como se evita incluir el contexto social es hacer la donación en un espacio totalmente construido.

La entrega de la casa tiene lugar en el mismo sitio donde construyen las casas. Es decir, nos muestran un lugar limpio y moderno donde supuestamente construyen las casas. Además los representantes de la empresa llevan cascos como si recién salieran de trabajar. Igual que en el caso de Caja Huancayo se construye un espacio para la donación pero en este caso la entrega parece algo parecido a un comité, que comenta y habla antes de la entrega. El hecho de construir el ambiente de cierta manera ejerce el control completamente.

En los dos casos crean un espacio y ubican a Evangelina dentro de este espacio. Este tipo de construcción es más común en la publicidad mientras que en donaciones es más común ver a los sujetos en un ambiente más natural. En este caso no vemos que le regalan una casa en su tierra y no recibe el dinero en su casa, son dos espacios construidos por completo para la entrega de las donaciones en público. Por lo tanto, el espacio es una realidad totalmente construida para el beneficio de la empresa. La donación permite que la empresa construya un espacio y lo llene con elementos que construye la identidad de la empresa en relación a Evangelina. Los espacios también

narran la historia del objeto: La casa está construida en un ambiente de cemento que es limpio y grande y está hecha por profesionales intelectuales. En el caso de Caja Huancayo el espacio narra la historia de un negocio formal, profesional y público donde hay visibilidad y por lo tanto, seguridad.

La construcción del espacio tiene el efecto de enfatizarse en la donación, por lo tanto, en el objeto donado. El objeto es presentado como si fuera una publicidad: *“Junto a su esposo Armando Ribera, ella recibió hoy las llaves de su nuevo hogar, pero no de cualquier casa. Se trata de una vivienda “inteligente”, que incluso puede resistir un sismo de ocho grados “* (Trome: 10.04.17). El objeto va a mejorar su situación. Le brinda la seguridad que no tenía antes. El objeto donado es descrito como *su nuevo hogar*, no es representada como una casa, es un hogar. *Un hogar* refiere a la vida dentro



Fotografía 12: Casa amoblada donada por Tecno Fast a Evangelina. (Trome:10.04.17)

una casa, a los individuos que viven allí, pero un hogar también es un lugar familiar de comodidad y seguridad. En las fotografías se ve a nivel connotativo que la casa está amoblada y hasta tiene dos muñecas negras en la habitación de las niñas. Evangelina y su esposo salen en las fotografías riéndose y abrazándose dentro de las diferentes habitaciones de la

casa. A nivel connotativo, no es una casa, es un hogar que da felicidad a la familia. Es un hogar y no una simple casa. Una casa refiere al objeto físico, pero los objetos dentro la casa, como los muebles, las muñecas y las personas, lo transforma a un hogar de vida y personalidad (fotografía 12).

Es una vivienda “inteligente”, que resiste los desastres naturales. La casa es un mejoramiento de la casa perdida de Evangelina. La casa protege a Evangelina para que no pase lo mismo otra vez, además la casa le lleva al futuro: *“Es la casa inteligente del futuro. Es una realidad en Europa y Estado Unidos” asegura Medina.*” (Trome:

10.04.17). Utiliza un discurso tecnológico del desarrollo donde el futuro refiere a una percepción lineal del tiempo donde el pasado es subdesarrollo y el futuro es desarrollo, y es un desarrollo dictado por Occidente donde la tecnología es percibida como el camino (Escobar, 1995: 4). Utiliza, entonces, un modelo de desarrollo donde Occidente es el modelo a seguir. En esta lógica Tecno Fast lleva a Evangelina a la modernidad donde puede vivir segura en su casa tecnológica. Una crítica de tal manejo de la donación es que Evangelina no tiene donde poner su nueva casa, es decir, en los artículos que se han publicados a fines del año 2017, nueve meses después, Evangelina cuenta que sigue viviendo en la misma tierra sin la casa de Tecno Fast. Ella está esperando que el gobierno tome la responsabilidad de su situación: “*“Cuando vi la casa pensé que mis sueños se habían hecho realidad, pero lamentablemente no se ha podido traer la casa por este problema que tengo con el terreno”.*” (LR: 24.12.17). La nueva casa no ha cambiado la situación de Evangelina y no se sabe cuando va a cambiar. La donación de Tecno Fast no considera el contexto social, donan un objeto y su responsabilidad no va más allá del objeto donado. Refleja la crítica hacia la filantropía donde la responsabilidad depende de la ganancia del negocio. Según Spencer y Thomson (2009), La filantropía corporativa de las empresas no tiene una larga historia porque las empresas funcionan bajo el mandato de la ganancia, es decir, hacer bien para otros es solamente permitido cuando existe un beneficio de negocio. Eso limita el bien que las empresas pueden hacer. La filantropía reconoce el negocio benéfico de la actividad filantrópica, por ejemplo cuando los consumidores son motivados a comprar un producto (Spence y Thomson, 2009: 372). Es problemático que el mercado financiero sea el origen de la fuerza de la filantropía y en especial es problemática la presión que se tiene de los analistas ya que la acción social está dirigida por los análisis y no por factores humanos. Entonces las empresas que tienen más desarrollados sus programas de CSR (responsabilidad social corporativa) son los que se benefician más de ello. Entonces, “*... it seems paradoxical that as companies are allegedly becoming more socially responsible, their discretion for pursuit of altruistic activities is further narrowed.*” (Spencer y Thomson, 2009: 372). En este caso Tecno Fast utiliza a Evangelina para hacer publicidad de su producto y crear una imagen empresarial que es de profesionalismo, tecnología, modernidad y solidaridad.

Según Debord en la sociedad de consumo la vida social no se trata de ser sino de tener (Debord, 1995: 12). La empresa construye una necesidad de tener una casa que ellos venden. En esta situación la acción solidaria se basa en la pérdida de cosas que Evangelina tenía antes. Ella es representada a partir de esta falta del objeto: *Sueño cumplido. Caja Huancayo le donó el dinero*” (LR: 18.04.17) suena el texto de la fotografía que visualiza la donación y más adelante escribe: “*la financiera Caja Huancayo le donó 100 mil soles para comprar el terreno que tanto desea.*” (LR: 18.04.17) y en Trome se espera que el lector sepa que Evangelina ha perdido su casa: “*La Nueva vivienda de Evangelina Chamorro Díaz se encuentra totalmente amoblada con sala, cocina, comedor, dormitorio y hasta baño.*” (Trome: 10.04.17). La nueva vivienda refiere a una vivienda que reemplaza la que ha perdido en el huaico. Ella está representada a partir de una falta, la falta de un objeto que tenía antes de los huaicos. La acción solidaria es definida por Román Brugnoli y Energici Sprovera, e. o: “*En su acepción popular, la solidaridad se articula en torno a la problemática de los necesitados: alguien necesita algo importante para su existencia que no puede adquirir por sus propios medios, y alguien está en condiciones de ayudarlo.*” (Brugnoli, 2010: 253). Al representar a Evangelina a partir de la falta las empresas se posicionan como aquellos que tienen. La donación es, entonces, posicionada como el objeto que cambia la situación de Evangelina. Es decir, su donación es esencial para mejorar su vida y salir adelante.

El género de la donación implica cierta estructura y el género de un artículo noticioso implica otra estructura. Es una transformación intertextual, que según Fairclough es un texto dentro de otro texto. La donación en un artículo noticioso presenta la donación como una novedad y implica cierta práctica como citas, entrevistas y fotografías. La donación es, entonces, iluminada a partir de lo novedoso que es el objeto donado y la alegría que crea. Posiciona a las empresas como socialmente responsables sin iluminar el beneficio que ganan las empresas que realizan las donaciones. La solidaridad de las empresas mediante la donación, su comportamiento, es percibido como bueno y deseado en la sociedad. Según Gustavo Bueno (2004), en las sociedades democráticas homologadas, cuya característica es una idea general de solidaridad, la solidaridad es comprendida como buena y deseada y el comportamiento no solidario como no

deseado, sin apenas cuestionamiento ético, político o religioso (Román, Energici y Ibarra, 2015: 30).

Presentar la donación como una noticia también implica información del objeto donado. Las empresas utilizan un discurso publicitario en la donación que les permita construir su propia imagen en relación a Evangelina que representa su grupo objetivo. Además en el caso de Tecno Fast la donación funciona como publicidad del producto.

Utilizan el género de la donación pero un discurso publicitario que construye una necesidad en Evangelina que realmente no hay. Sus donaciones no cambian su situación, es, más bien, una acción donde la empresa es el principal beneficiario. No significa que Evangelina no se beneficie, porque ella hoy tiene casa, terreno y el dinero. El ministro de Vivienda, Construcción y Saneamiento Carlos Bruce ha regalado un lote de 800m² en Pachacamac a Evangelina el día 15 de Marzo del año 2018 (LR: 15.03.18). Ella podría haber comprado su propio terreno con el dinero donado pero espero a que el Estado actuara. Los medios de comunicación la representan como la mujer moralmente correcta pero de hecho también aprovecha su estatus como persona pública para mejorar su situación económica.

Una crítica de las donaciones hecho por Esto es Guerra

Esto es Guerra, un reality show, hicieron un programa dedicado a Evangelina en el cual varias empresas donaron diferentes cosas a Evangelina y su familia. El caso es interesante porque al contrario que las donaciones hechos por Tecno Fast y Caja Huancayo recibió muchas quejas en los medios sociales. Igual muchos otros reality stars se han mostrados solidarios en los medios sociales después de los huaicos, lo cual también ha recibido atención negativa. El análisis del siguiente artículo de La República, que es el único periódico que ha escrito sobre estas quejas de los seguidores del programa en los medios sociales, muestra otra manera de tratar cómo una empresa utiliza a Evangelina para hacer una acción solidaria. “Lluvia de críticas a 'Esto es Guerra' por exposición a madre de Evangelina Chamorro” es el título de La República después que el programa hizo donaciones a Evangelina. En este caso la utilización de la imagen de Evangelina (representada por su mamá) en el programa Esto es Guerra recibió la crítica.

Lluvia de crítica y el discurso de desarrollo

Como indica el subtítulo del artículo: “*Zoila Díaz, mamá de Evangelina Chamorro, no se mostró cómoda en las pantallas chicas y se quebró en vivo. “Sabemos que no le gusta estar frente a la*

televisión”, le dijo María Pía

Copello.” (LR: 21.03.17). Al

contrario que las personas de

Esto es Guerra, el estar frente

una cámara es una experiencia

nueva para la madre de

Evangelina. La fotografía

confirma el subtítulo, se ve que

el lenguaje de su cuerpo es

cerrado, sus brazos están



Fotografía 13: La madre de Evangelina en Esto es Guerra. (LR: 21.03.17)

cruzados y ella mira hacia abajo (fotografía 13). Ella está incomoda. La conductora pone un brazo encima de la madre mientras le hace preguntas y mueve el micrófono hacia ella para dejarle responder. Los representantes de las empresas que hacen donaciones también tienen micrófonos. El micrófono les permite controlar quien habla y cuando, es decir, la madre de Evangelina no está en control de su voz. Ella tiene el micrófono para explicar acerca del estado de Evangelina y otra vez después de las donaciones para agradecer a las empresas y *Esto es Guerra*.

El actor principal en el artículo es *Esto es Guerra* y la madre de Evangelina que es representada en relación a esta crítica. Es representada como una víctima, es decir, la pregunta es si el programa la utiliza para sacar el mayor beneficio o si es por solidaridad, como indica las primeras palabras del texto: “¿*Solidaridad u oportunismo?*” (LR: 21.03.17). El tema en el artículo es presentar dos puntos de vista: una a favor de las donaciones cuya argumentación es que la donación es un apoyo y otra en contra, porque esta se debería hacer en silencio. Es una pregunta hecha acerca del programa pero que no incluye a Evangelina (o su madre). En este sentido la madre de Evangelina no es representada con agencia. Ella está en el programa bajo su voluntad representando a su hija. En otra ocasión Evangelina participó en el programa Dilema y El Teletón, lo que tampoco ha sido por necesidad. Es decir, una representación así no muestra que Evangelina y su familia actúen por su propia voluntad. Evangelina tiene la identidad de una sobreviviente y es representada como símbolo de lucha y esperanza: “*La invitada al programa fue Zoila Díaz, la mamá de Evangelina Chamorro, quien se convirtió en un símbolo de lucha y esperanza cuando logró salir con vida del huaico que la arrastró varios metros.*” (LR: 21.03.17). La identidad de Evangelina es constituida alrededor de la supervivencia y lucha contra los huaicos. Se convirtió es un verbo que da cuenta de un proceso existencial, en este sentido, la identidad de Evangelina se ha cambiado, lo cual implica un antes y un después que son distintos. Además es una conversión que es permanente, es decir, una crítica hacia Evangelina es una crítica de un símbolo nacional y sería un cuestionamiento de su propia autoridad criticar a Evangelina. Los medios de comunicación han creado un discurso heroico que no le ha dejado ser representada como nada más que una heroína, es decir, esta es su

única identidad. Cuestionar su identidad es cuestionar el propio discurso creado por los medios de comunicación.

Por lo tanto, el artículo informa sobre la crítica de Esto es Guerra. Una crítica que representa a Evangelina como heroína y nada más. Además reproduce la misma representación de Evangelina (y su madre) como el otro pasivo, que no es capaz de actuar activamente. Esta relación está presente en el video del artículo de un videoclip del programa. En primer lugar, el programa televisivo es un espacio muy distinto al formato de los artículos, por lo tanto, implica otros comportamientos. La transformación intertextual del género discursivo de una donación empresarial al género discursivo del reality show. Esta transformación implica cambios en el espacio donde el control de la interacción está en manos del conductor del programa. La empresa en este caso no tiene el mismo control en la construcción de su identidad que en los artículos. En el programa el espacio de las donaciones es el escenario del programa (fotografía). Es un espacio clamoroso de muchos colores donde los participantes se entretienen haciendo diferentes ejercicios en dos equipos. La vida de los participantes es igual sino más importante que las competencias. Es decir, un *reality show* donde la vida de los participantes es parte del espectáculo. El escenario está, por lo tanto, creado de tal manera que los participantes y el conductor son el centro de atención del show.

La relación entre la madre de Evangelina y los participantes de Esto es Guerra es como un encuentro entre dos diferentes mundos (fotografía 14). Los participantes y los



Fotografía 14: La madre de Evangelina con los participantes de Esto es Guerra. (LR: 21.03.17)

conductores son blancos, limeños, jóvenes, entretenidos, llevan mucho maquillaje y ropa clamorosa o ropa típica del programa (ropa deportiva para los participantes). La madre de Evangelina es lo opuesto, ella es baja, morena, con ropa de diario, es mayor de edad, su

cuerpo no está entrenado, le faltan algunos dientes y su cabello está lleno de canas. Hay, por lo tanto, una diferencia entre clase social, etnicidad y edad entre la madre y los participantes del show. Según Edward Said la construcción del otro en realidad dice más sobre él que lo construye (Said, 1995: 49). La representación de la madre de Evangelina es representada como lo opuesto de Esto es Guerra.

Según el antropólogo Arturo Escobar el desarrollo está en necesidad de un objeto que representa lo contrario de sí para poder existir. Al hacer el Tercer Mundo el objeto del desarrollo se convierte el Primer Mundo en el poder superior que a través de diversas autoridades decide qué es lo que hay que hacer por el sistema económico según el mundo Occidental (Escobar, 1995). Hay una relación entre la madre de Evangelina y Esto es Guerra donde uno tiene el derecho y poder de apoyar/desarrollar al otro. Esto es Guerra representa el mundo Occidental y la madre de Evangelina el Tercer Mundo. En *Esto es Guerra*, un programa exclusivo de cierto tipo de personas, se representa a la madre de Evangelina como un marciano, un extranjero, una persona que no encaja en el ambiente, más bien, parece una atracción turística. La historia emocionante de su hija y el sufrimiento de su familia es el espectáculo del show. Hay una representación de dos sujetos opuestos, construye un sentido de: nosotros y ella. Es, entonces, una representación relacional donde la representación de ella en realidad dice más sobre ellos mismos. Ella es la persona que está representada a partir de una necesidad y ellos se posicionan como los que tienen el objeto para cumplir la necesidad. Esta alienación y la distancia hacia la madre de Evangelina, hace entonces, que *Esto es Guerra* sea representado como superior.

En el programa Esto es guerra, la imagen de Evangelina se vuelve un espectáculo. Utilizan la imagen de su propia representación como superiores, lo que tiene como consecuencia representar la madre de Evangelina como una víctima pasiva. Una representación así le permite posicionarse como el que tiene derecho a ser ayudado. El artículo representa la donación de la misma manera con el plus de que informa que hay personas que han criticado la donación: *“Cabe indicar que en los últimos días las redes sociales se han polarizado debido a que muchos chicos realities han mostrado cómo están colaborando con los damnificados de los huaicos, pues para muchos deberían*

hacerlo en silencio.” (LR: 21.03.17). Lo que el artículo sí hace es responsabilizar a Esto es Guerra por utilizar a Evangelina en su propia representación, una representación de solidaridad, pero solamente lo hace mediante los comentarios de los seguidores en las redes sociales. Podrían hablar con expertos por ejemplo de análisis de los medios de comunicación o marketing, podrían haber hecho entrevista personales con los seguidores, podrían hacer encuestas, etc.

Resumiendo...

El análisis muestra que los artículos reproducen un discurso del mercado. Primeramente, los tres artículos representan a Evangelina como sobreviviente, su identidad es constituida a partir de su salida del huaico. El discurso del sobreviviente tiene la compasión del público, por lo tanto, merece el apoyo de las empresas. A diferencia del Estado y las instituciones públicas, la empresa depende de ganancias y la solidaridad es un negocio. Una donación individual es una solidaridad que no trata a las víctimas como iguales. Hay los que merecen la ayuda y los que no lo merecen. La solidaridad depende, entonces, de factores como la imagen pública de la víctima y no hay una reflexión más allá.

En segundo lugar, el orden discursivo de la donación en los periódicos siguen un discurso del mercado que representa a Evangelina a partir de su falta y posiciona a la empresa como superior a ella. Ella necesita lo que la empresa tiene, pero una representación así invisibiliza que las empresas también necesitan a Evangelina para su propia construcción. Tecno Fast y Caja Huancayo tienen lo que a Evangelina le falta. Una falta que el Estado no le está supliendo, es decir, la empresa ayuda más allá de la ayuda social pública, por lo tanto, es representada responsabilizándose de la recuperación de Evangelina, algo que el Estado no ha podido hacer hasta el momento. Lamentablemente, una representación así no visibiliza que las empresas no consideran el contexto social. Es decir, en primer lugar es el negocio, utilizar la donación para hacer publicidad de un producto y construir una imagen y la acción solidaria depende de tal construcción. El mercado solidario en este caso, resuelve los asuntos que corresponde al Estado.

En tercer lugar, se reproduce un orden social donde unos son capaces de ayudar y otros son pasivos. La imagen de las empresas se construye en relación y como opuesta a Evangelina. Tecno Fast la representa como mujer, madre de familia, pobre que ha sobrevivido un huaico y perdido su casa. La empresa se posiciona como lo opuesto a Evangelina: moderna a través de la tecnología, profesional, inteligente y como hombres blancos. Caja Huancayo la representa como mujer, pobre, apoderada, donde la empresa es representada como hombres, profesionales serios que tienen el poder. Por lo tanto, una representación así posibilita que las empresas hagan una donación a Evangelina porque a ella le falta lo que ellos tienen. Invisibiliza que las empresas también necesitan a Evangelina para construir su imagen y vender sus productos. Evangelina representa el grupo objetivo de las empresas que necesita lo que las empresas tienen.

Los dos artículos reproducen el discurso del mercado que representa el sujeto a partir de su falta. La solidaridad en este caso no es democrática y no brinda soluciones sostenibles. Es una solidaridad que depende del mercado, es un negocio. El mercado se vuelve hegemónico en el sentido de que lo resuelve todo.

En el caso de Esto es Guerra el artículo reproduce una representación que infantiliza a la madre de Evangelina igual que en el reality. El artículo en esta manera, no critica la utilización de Evangelina que posiciona a los participantes de Esto es Guerra como superiores, blancos, guapos, jóvenes y el show como lo opuesto a Evangelina: clamor, fiesta y diversión. El tema del artículo es la crítica del reality, pero termina reproduciendo el mismo discurso. No hay una reflexión sobre el uso de Evangelina por Esto es Guerra y las empresas.

Conclusiones

El estudio intenta contestar la pregunta *¿cómo se representa a Evangelina Chamorro en los medios de comunicación?* y *¿cómo se utiliza tal representación para responsabilizar al Estado y empresas privadas durante y después los huaicos el año 2017?*

El análisis crítico del discurso de la representación de Evangelina en los medios de comunicación es mayormente una herramienta para analizar los discursos utilizados para representar a Evangelina en los medios de comunicación, en los cuales he analizado cuatro discursos principales. Los cuatro discursos del sobreviviente, mujer, religiosa y pobre son difíciles de separar porque se entrecruzan y uno influye al otro. Analizar los cuatro discursos ha servido para entender la identidad social de Evangelina y como esta identidad ha sido utilizada por las empresas y el Estado.

El análisis muestra que Evangelina está principalmente representada como sobreviviente, la cual es su identidad principal en todos los artículos analizados. Un sobreviviente es creado a partir de lo extraordinario, por ejemplo mediante ciertas palabras utilizadas para describir su identidad. La ministra de Salud ha jugado un papel importante en construir el discurso del sobreviviente utilizando adjetivos como luchadora, guerrera y Mujer de Hierro. Son características que no solamente son utilizadas por el Estado. Las empresas privadas también utilizan la supervivencia como la característica principal de Evangelina. Utilizar el discurso del sobreviviente significa que ella tiene la compasión del público. Evangelina merece, por lo tanto, recibir donaciones y las empresas Tecno Fast, Caja Huancayo y Esto es Guerra se responsabilizan de donar cosas a Evangelina. Las donaciones utilizan un discurso de publicidad que vende un producto y representan a las empresas como lo contrario a Evangelina. Las relaciones de hombre/mujer, profesional/privado, trabajo/casa, juegan entonces, un papel importante.

La supervivencia de Evangelina está relacionada con el hecho de ser mujer, en particular con la maternidad. La maternidad es la razón por la cual Evangelina sobrevivió el huaico. Trome utiliza un discurso científico cuyo argumento es que un

factor biológico, la maternidad, es la fuerza de la mujer y la forma de superar al hombre. La maternidad es, entonces, una característica que representa a la maternidad como la fuerza de todas mujeres fuera de factores como clase social, etnicidad, sexualidad, etc. Una representación así homogeneiza a la mujer a la misma vez que tiene la función de unir. Evangelina es un ejemplo para todas las mujeres fuera factores sociales. Se mantiene y celebra valores tradicionales donde el ideal para la mujer es ser madre. Representar a Evangelina como religiosa ha sido otro elemento importante. Evangelina es la madre que se sacrifica por la familia igual que la Virgen María. En los artículos analizados la relación entre la Virgen y Evangelina es importante. Evangelina representa los valores de la Virgen y establece las normas de la sociedad donde el deber de la mujer es la familia y la casa. Evangelina es, entonces, representada como un ejemplo a seguir para los demás.

El género también juega un papel importante en las donaciones hechas por Tecno Fast y Caja Huancayo donde todos los empresarios son hombres. El hombre dona una casa y dinero a la mujer. El hombre representa la esfera pública, el trabajo, mientras que Evangelina representa la esfera privada. Los empleados constituyen la imagen de las empresas, en el caso de Tecno Fast como profesionales, inteligentes y blancos y en el caso de Caja Huancayo como serios, altos y profesionales. Otra vez se reproducen los valores tradicionales donde el hombre ocupa la esfera pública y la mujer la esfera privada.

Esta relación se rompe en el artículo de La República sobre el día de la madre, donde Evangelina y su esposo son representados como iguales en el trabajo y en la casa. El artículo no crea un ejemplo a seguir por la maternidad, más bien, por factores socioeconómicos. Evangelina es el ideal de la mujer trabajadora que trabaja igual que el hombre para dar a sus hijos mejores oportunidades económicas, es este caso financiar sus estudios. Una representación así identifica a Evangelina con cierta clase social que no incluye a la audiencia objetiva del periódico. Evangelina es, entonces, extraordinaria dentro su clase social.

Las empresas privadas y el Estado también utilizan el hecho de que Evangelina tiene bajos recursos. El Estado lo utiliza por responsabilizarse en la curación de Evangelina y

su esposo. Igual las empresas lo utilizan por responsabilizarse en hacerle donaciones. Además las empresas lo utilizan para constituirse como lo opuesto a Evangelina. Es bastante obvio en el artículo sobre la crítica de Esto es Guerra, donde la madre de Evangelina es todo lo contrario a los celebridades del programa. El artículo, debido a que es una crítica de las donaciones, apacigua a la madre de Evangelina. Nunca responsabiliza a Evangelina por participar en diferentes shows, donaciones, etc. Ella es representada como pasiva. Es un elemento que se nota en todos los artículos analizados que Evangelina es representada sin conciencia del uso de su imagen. La representación de ella como extraordinaria hace que no se pueda criticar o cuestionar a Evangelina porque ella o su imagen tiene un valor simbólico que la eleva de las personas ordinarias. La consecuencia es que ella es representada sin agencia y como un sujeto pasivo que no es capaz de actuar.

El método también ha sido útil para entender cómo la práctica de los artículos informativos influye en la construcción de conocimiento. El análisis crítico del discurso es un análisis del medio y el uso práctico de tal. En este caso el medio es el artículo noticiero que implica cierta práctica discursiva. El análisis ilumina cómo los dos periódicos utilizan fuentes como validas sin cuestionar su conocimiento. Por ejemplo el análisis de la ministra de Salud muestra que la citación, fotografías y videos crean validez sobre el hecho de que la ministra tenga el acceso a la información objetiva y verdadera. Al representar a la ministra de tal manera no se cuestiona que su representación de Evangelina sea política.

Cuando se trata del manejo de las fuentes utilizadas en relación a Evangelina se puede detectar que los artículos que solamente muestran el tema en relación a Evangelina no tienen un vínculo crítico. La afinidad que el periodista muestra con la fuente es significativo para el control de la construcción de conocimiento. El análisis de la ministra de Salud y las donaciones de las empresas muestran que el periodista tiene afinidad con las fuentes y no hay una reflexión o crítica social más allá de ellas. Solamente el análisis del artículo sobre los traficantes del terreno de La República se cuestiona el rol del Estado. Al contrario que los otros artículos analizados se expone el caso desde varias perspectivas y se incluye varias fuentes. Trome, por otro lado utiliza

una fuente y obtiene una perspectiva que trata a Evangelina como un caso especial mientras que La República lo trata como un ejemplo de muchos ciudadanos, es decir, un problema social en Perú. La perspectiva de Trome es más personal y emocional lo que refleja la misma practica discursiva que sigue el periódico. Se consigue, entonces, crear empatía con Evangelina y se entienden los traficantes de terreno como malos porque le hacen daño a Evangelina. Es una representación que simplifica el problema de los traficantes de terreno pero tiene el beneficio de que es fácil de leer y entender. Aunque no se entiende el problema dentro el contexto social al menos se informa de que existe un problema con los traficantes de terreno porque el hecho es que Evangelina queda afectada.

El capítulo 3 analizaba los artículos escritos sobre las donaciones de tres empresas y mostraba que los periodistas no tienen un vínculo crítico a las donaciones. la donación es representada como una acción moralmente correcta y se señala afinidad con las empresas. Las empresas construyen el espacio y controlan la presentación del objeto donado por completo, tiene como consecuencia de representar la donación como sacado del contexto social. No se cuestiona que Evangelina no tenga un lugar para poner su casa o que 100.000 soles no le llega para el terreno que ella está luchando por poseer. Las donaciones son más bien una publicidad de las empresas y sus productos pero dentro del discurso de una donación.

Evangelina ha llegado a representar un grupo social que no es muy representado en los medios de comunicación. Ella resulta ser una persona que vuelve a aparecer en los medios de comunicación y que sigue siendo representada como el ejemplo de una mujer fuerte. Ella tiene, por lo tanto, un significado político porque ella tiene una voz en la sociedad y tiene influencia. El análisis muestra que los discursos que se utilizan para representar a Evangelina reproduce los valores tradicionales de género y mantiene las estructuras sociales dominantes. Ella no amenaza las normas y valores de la sociedad, ella los reproduce y funciona como un ejemplo a seguir. Ella es Mama Occlo y no Mama Huaco, como mencionado en la introducción. Es decir, ella representa la mujer hogareña que es sumisa y subordinada. Su imagen no cuestiona los roles de género, más bien los reproduce. Por lo tanto, Evangelina como heroína ordinaria no participa en el debate actual sobre la representación de la mujer en los medios de comunicacion. En el

año 2018 ella sigue apareciendo en los medios de comunicación. Por ejemplo ella es celebrada por la municipalidad de Lima por el día de la mujer y otra vez por ser una de las personas más importantes en el Perú del año 2017. Hay que ser consciente del uso de Evangelina porque es un uso político donde se celebra el comportamiento de una mujer que representa valores tradicionales y dominantes en la sociedad. Sería interesante ver si Evangelina en el futuro va a seguir saliendo en los medios de comunicación o si la imagen de la heroína ordinaria va a cambiar.



Bibliografía

Anderson, Benedict; Suarez, Eduardo L. (1993). *Comunidades imaginadas : reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, México, D.F. : Fondo de Cultura Económica, 1993.

Avellaneda, Pau (2008). Movilidad cotidiana, pobreza y exclusión social en la ciudad de Lima. En *Anales de Geografía* 2008, vol. 28, núm. 2 9-35.

Bueno, Gustavo (2004). Proyecto para una trituración de la Idea general de Solidaridad. *El Catoblepas Revista Crítica del Presente*, 26.

Carolyn M y Ross, Karen (2006). *Women and Media. A Critical Introduction*. Blackwell Publishing

Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública S.A.C (2017). ESTUDIO DE LECTORÍA DE DIARIOS EN LIMA Y 15 PRINCIPALES CIUDADES 2016. Acceso: http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/LectoriaDiarios_2016.pdf. [Accedido:15.01.2018]

Debord, Guy (1995). *La Sociedad del Espectáculo*. Ediciones Naufragio.

Demeritt, David (2002). What is the 'social construction of nature'? A typology and sympathetic critique. En *Prog Hum Geogr* (2002) 26: PP: 767-790. SAGE publications

De Soto, Hernando. (2001). *THE MYSTERY OF CAPITAL. Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere Else*. Black Swan.

Driessens, Olivier (2012). The celebritization of society and culture: Understanding the structural dynamics of celebrity culture. *Internacional Journal of Cultural Studies* 16 (6), (641-657). Sage.

Duranti, A (2004). Agency in Language. En *A Companion to Linguistic Anthropology*. Ed. by A. Duranti. Malden, Mass.: Blackwell, pp. 451-73.

Elong, Iñaki Robles (2014). Sangre, víceras y traumas. Retorica del patetismo para una (auto)representación de la víctima de España contemporánea. *Kamchatka: revista de análisis cultural*, ISSN 2340-1869, N° 4.

Escobar, Arturo (1995). *Encountering development. The Making and Unmaking of the Third world*. Princeton University Press.

Estremadoyro, Victor Julio (2008). El periodismo y las nuevas tecnologías en internet. *Escritura y Pensamiento*. Año XI, N° 23, pp: 7-30

Fairclough, Norman (1989). *Language and Power*. Longman Group UK

- Fairclough, Norman (1992). *Discourse and Social Change*. Polity Press
- Fairclough, Norman (1995). *Media Discourse*. London: Edward Arnold
- Fernández, María Augusta y Rodríguez, Lyvia (1999). Capítulo 1: What is the problem
En *Cities at Risk, Environmental Degradation, Urban Risk and Disaster in Latin America*. La Red. Quito.
- Fuller, Norma (1995). Acerca de la polaridad machismo y marianismo. En: Arango, G., León, M., Viveros, M. *Lo Femenino y lo Masculino: Estudios Sociales sobre las Identidad es de Género en América Latina*, Third World Editions, Ediciones UniAndes Editions, Bogotá.
- Goren, Elisabeth (2004). SOCIETY ' S USE OF THE HERO FOLLOWING A NATIONAL TRAUMA. *The American Journal of Psychoanalysis*, 2007, 67, (37-52).
- Hall, Stuart (2006). *Encoding/Decoding*. En: Durham, Meenakshi Gigi; Kellner, M. Douglas. *Media and cultural studies*. Blackwell Publishing Ltd.
- Hall, Stuart (2015). Fjernsynsdiskursens indkodning og afkodning. *Journal of media and communication research*, 2015, 58, (131.149).
- Halliday, M. A. K (1994). *An Introduction to Functional Grammar*. 3rd Edition. London: Edward Arnold.
- Höijer, B. (2004). The discourse of global compassion: the audience and media reporting of human suffering. *Media, Culture & Society*, 26(4), 513-531.
- INDECI: BOLETIN ESTADISTICO VIRTUAL DE LA GESTION REACTIVA. No 07 / AÑO 4/ JUL 2017. Indeci.gob.pe Web. Acedido: 16.01.2018. [<https://www.indeci.gob.pe/objetos/secciones/MTc=/MjI0/lista/OTk0/201708091706381.pdf>]
- Kjeldesen, Jens (2004). 11. Septembers visuelle retorik. En Krig, rett, retorikk. (with Siri Meyer) [*War, Law and Rhetoric*]. Rhetor förlag, Åstorp.
- Lipovetsky, G. (2002). *El crepúsculo del deber : la ética indolora de los tiempos democráticos*. Barcelona : Anagrama.
- McEvoy, Gabriela (2008). La construcción de la imagen heroica a través del discurso periodístico. El caso de la activista peruana María Elena Moyano. *Hist.Crit.* No. 35, Bogotá, pp 82-104.
- Meléndez, Carlos (2013). HACIA UN MODELO DE CARACTERIZACIÓN LINGÜÍSTICA DE LAS LOCUCIONES EVALUATIVAS DEL ESPAÑOL ACTUAL: EL CASO DE GRACIAS A DIOS. *Linguistica Espanola Actual*, 35(1), 87-108.

Meyers, Erin (2009). ¿Can You Handle My Truth?: Authenticity and the Celebrity Star Image. *The Journal of Popular Culture*, Vol. 42, No. 5, 2009. Wiley Periodicals, Inc.

Mirelles, Ana María (2009). *Periodismo Público en la Gestión del Riesgo*. Comunidad Andina. Perú

Montecino, Sonia (1996). Identidades de género en América Latina: mestizajes, sacrificios y simultaneidades. En Arango et al., (comps.), *Género e identidad. Ensayos sobre lo femenino y lo masculino*, Colombia, Ediciones Uniandes, Facultad de Ciencias Humanas, 1997.

Muñoz, F. G. (2016). Discursos sobre el feminicidio en la prensa escrita: El Comercio (2012) y Trome (2013): entre la visibilización e invisibilización del fenómeno. En *Feminismos y poscolonialidad 2*. pp. 119 - 151. EGodot.

NIKLANDER, S; SOTO, R; CRAWFORD, B. (2015). Representaciones del Género Femenino en Medios de Comunicación Digitales vía Análisis Crítico del Discurso: Un Caso de Estudio. *CISTI (Iberian Conference on Information Systems & Technologies. Proceedings. 1*, 1147-1152.

Núñez, S. y Establier H. (2008). "La representación/presencia de la mujer en los Medios de Comunicación". *Feminismo*

O'Keefe, P., Westgate, K., & Wisner, B. (1976). Taking the naturalness out of natural disasters. *Nature*, 260(5552), 566. doi:10.1038/260566a0

Oliva, M.; Pérez-Latorre, O.; Besalú, R. (2015). "Celebrificación del candidato. Cultura de la fama, marketing electoral y construcción de la imagen pública del político". *Arbor*, 191 (775): a270. doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2015.775n5009>

Phillips, Louise y Jørgensen, Louise (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. SAGE

Povedák, István (1993). *FROM HEROES TO CELEBRITIES. Problems of definition and potential solutions*. Campbell

Román Brugnoli, José Antonio; Energici Sprovera, María Alejandra (2010). LA SOLIDARIDAD DE MERCADO Y SUS SUJETOS EN EL CAPITALISMO DE CONSUMO: UN ANÁLISIS DEL DISCURSO NEOLIBERAL SOBRE PIEZAS DE PUBLICIDAD EN CHILE. *Psicologia & Sociedade*, vol. 22, núm. 2, mayo-agosto, 2010, pp. 247-258. Associação Brasileira de Psicologia Social. Minas Gerais, Brasil

Rostworowski, María (1988). La mujer en la época prehispánica. Instituto de estudios peruanos. Lima

Said, Edward W (1995). Orientalism – Western Conceptions of the Orient. Penguin Books.

Spence, C and Thomson, I. (2009). Resonance tropes in corporate philanthropy discourse. En Business Ethics: A European Review. Volume 18 Number 4 October 2009.

Watt, Ian (2003). Mitos del individualismo moderno. AKAL, ISBN: 978-84-8323-049-7

Wendt, Simon (2016). Extraordinary ordinariness – Everyday heroism in the United States, Germany, and Britain, 1800-2015. Campus Verlag

Artículos en línea:

Concor Tv (Consejo Consultivo de Radio y Televisión):

Concor Tv: “#NiUnaMenos: También exigen respeto hacia la mujer en los medios de comunicación” 16.08.16. [concortv.gob.pe](http://www.concortv.gob.pe) Web. Accedido: 20.06.18. [<http://www.concortv.gob.pe/noticias/niunamenos-exigen-respeto-hacia-la-mujer-en-los-medios-de-comunicacion/>]

Flora Tristán:

Flora Tristán: “Campaña contra la Publicidad Sexista” [flora.org.pe](http://www.flora.org.pe) Web. Accedido: 22.06.18. [http://www.flora.org.pe/web2/index.php?option=com_content&view=article&id=214&Itemid=91]

La República:

León, Jésica: “*Evangelina Chamorro, la mujer que enfrentó y venció a la muerte*”. 24.12.17. larepublica.pe Web. Accedido: 17.01.18. [<http://larepublica.pe/sociedad/1161851-angelina-chamorro-la-mujer-que-enfrento-y-vencio-a-la-muerte>]

Redacción de La República: 17.04.17. “*Donan 100 mil soles a Evangelina para comprar el terreno que necesita*”. larepublica.pe Web. Accedido: 28.04.18. [<https://larepublica.pe/sociedad/1032795-donan-100-mil-soles-a-angelina-para-comprar-el-terreno-que-necesita>]

Redacción La República: “*La historia de los tres héroes que heredamos del Niño Costero*”. 05.04.17. larepublica.pe Web. Accedido: 11.04.18. [<http://larepublica.pe/sociedad/860748-los-heroes-sin-capa-que-nos-dejaron-los-huaicos-y-desbordes-en-el-peru>]

Redacción La República: “*Evangelina Chamorro lo perdió todo por huaico pero se recupera en hospital*”. 16.03.17. larepublica.pe Web. Accedido: 16.01.18.

[<https://larepublica.pe/sociedad/856840-evangelina-chamorro-lo-perdio-todo-por-huaico-pero-se-recupera-en-hospital>]

Redacción La República: “*Lluvia de críticas a 'Esto es Guerra' por exposición a madre de Evangelina Chamorro*”. 21.03.17. larepublica.pe Web. Accedido: 28.04.18. [<https://larepublica.pe/espectaculos/858109-lluvia-de-criticas-esto-es-guerra-por-trato-madre-de-evangelina-chamorro>]

Redacción La República: “*Evangelina Chamorro: “Pensar en mis hijas me mantuvo con vida”*”. 22.03.17. larepublica.pe Web. Accedido: 28.04.18. [<https://larepublica.pe/sociedad/858369-evangelina-chamorro-desde-que-sali-del-lodo-solo-recuerdo-haber-dado-dos-pasos>]

Redacción La República: “*Evangelina Chamorro: “Quisiera que mis dos niños sean mejores que yo. Por ellos, doy todo”*”. 13.05.17. larepublica.pe Web. Accedido: 28.04.18. [<https://larepublica.pe/la-contral/1041139-evangelina-chamorro-quisiera-que-mis-dos-ninos-sean-mejores-que-yo-por-ellas-doy-todo>]

Redacción La República: “*Evangelina Chamorro recibe lote de 800 m2 en Pachacamac*”. 15.03.18. larepublica.pe Web. Accedido: 13.04.18. [<https://larepublica.pe/sociedad/1211855-evangelina-chamorro-recibe-lote-de-800-m2-en-pachacamac>]

Redacción La República: “*Evangelina y sus vecinos fueron estafados por traficantes de terrenos*”. 25.05.17. larepublica.pe Web. Accedido: 16.01.18. [<http://larepublica.pe/impresasociedad/859123-evangelina-y-sus-vecinos-fueron-estafados-por-trafficantes-de-terrenos>]

Municipalidad de Lima:

Municipalidad de Lima “*Día de la Mujer: alcalde Luis Castañeda entregó ‘Premio Lima’ a ejemplos de superación*”. 08.03.18. munlima.pe Web. Accedido: 28.04.18. [<http://www.munlima.gob.pe/noticias/item/36929-d%C3%ADa-de-la-mujer-alcalde-luis-casta%C3%B1eda-entreg%C3%B3-%E2%80%9A-premio-lima%E2%80%9A-a-ejemplos-de-superaci%C3%B3n>]

Trome:

Las Malcriadas: “*Xiomí hace barrita a la selección*”. 22.06.18. trome.pe Web. Accedido: 22.06.18. [<https://trome.pe/malcriadas/xiomi-barrita-seleccion-86034>]

Redacción Trome: “*Evangelina Chamorro Díaz recibió vivienda prefabricada del ‘futuro’*”. 10.04.17. trome.pe Web. Accedido: 28.04.18. [<https://trome.pe/actualidad/evangelina-chamorro-diaz-recibio-vivienda-futuro-46288>]

Redacción Trome: “*Evangelina Chamorro sobrevivió los huaicos y ahora llora por amenazas de muerte*”. 31.05.17. trome.pe Web. Accedido: [<http://trome.pe/actualidad/evangelina-chamorro-muerte-amenaza-huaicos-51683>]

Redacción Trome: “*Evangelina Chamorro y su doloroso testimonio tras sobrevivir al huaico de Punta Hermosa*“. 22.03.17. trome.pe Web. Accedido: 28.04.18. [<https://trome.pe/actualidad/evangelina-chamorro-doloroso-testimonio-sobrevivir-huaico-punta-hermosa-fotos-44040>]

Redacción Trome: “*Evangelina Chamorro: ¿Qué define a una mujer con fortaleza?*“.25.03.17. trome.pe Web. Accedido: 28.04.18. [<https://trome.pe/familia/evangelina-chamorro-define-mujer-fortaleza-44344>]

Redacción Trome: “*Mujer que salvó de morir tras ser arrastrada por huaico en Punta Hermosa se recupera satisfactoriamente*“. 16.03.17. trome.pe Web. Accedido: 16.01.18. [<http://trome.pe/actualidad/punta-hermosa-mujer-arrastrada-huaico-43307>]

UN Woman:

UN Woman: “ *Las mujeres y los medios de difusión* ” .
www.beijing20.unwoman.org Web. Accedido: 19.06.2018. [<http://beijing20.unwomen.org/es/in-focus/media#topic>]

