

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

**ESCUELA DE POSGRADO**



**LAS “BUENAS MADRES”: UN ESTUDIO SOBRE LOS DISCURSOS DE LA  
MATERNIDAD EN LAS REVISTAS FEMENINAS**

**TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGISTRA EN  
COMUNICACIONES**

**AUTORA:**

Ana Paola Durand Schinkel

**ASESORA:**

María Pía Valdivia Rossel

**LIMA, 2019**

## RESUMEN

Aún hoy, los medios de comunicación producen, reproducen y legitiman un discurso materno dominante y homogéneo de “buena madre”, en el que se naturalizan las diferencias de género y la posición subalterna de la madre con respecto al padre. En especial, me preocupa lo siguiente: (1) el carácter normativo con el que se concibe la maternidad, es decir, el cúmulo de deberes, actitudes, ideales, valores y exigencias que se imponen a las mujeres-madres en un ámbito estrictamente privado y doméstico que invisibiliza las condiciones subjetivas, socioculturales, políticas, legales o económicas en las que se desenvuelve la crianza; (2) el mito del instinto materno, que confiere a las madres aptitudes biológicas innatas para garantizar el cuidado y bienestar de sus hijos e hijas; (3) la repartición inequitativa y la ausencia de corresponsabilidad de las funciones domésticas y de crianza entre madres y padres. Tomando en cuenta que hasta el momento no se han realizado estudios sobre los discursos maternos en los medios de comunicación del Perú, esta investigación busca reunir evidencias cualitativas de aquel sistema complejo de creencias y relaciones de poder que contienen en tres textos periodísticos publicados por el Día de la Madre en las revistas femeninas *Viú* y *Ellos & Ellas*, entre los años 2015 y 2017. El fin máximo de este trabajo, de naturaleza crítica e interpretativa, es contribuir, junto con otros que aborden el tema de la maternidad desde diferentes ámbitos y perspectivas, a que otras “maternidades”, posibles, múltiples, ambiguas y silenciadas, puedan sumarse también a la conversación. Urgen discursos que desmitifiquen los ideales de género y que resulten empoderadores y justos, sobre todo para las más de 600.000 mujeres que cada año nos convertimos en madres en el Perú.

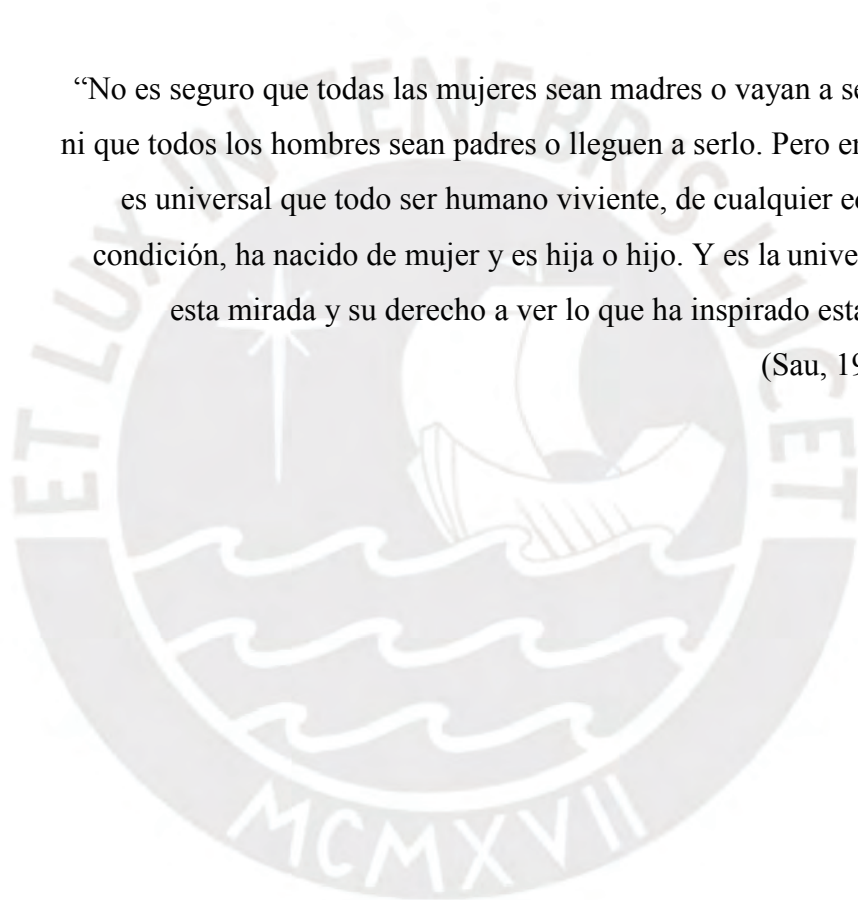
**Palabras clave:** maternidad, discurso, ideología patriarcal, revistas femeninas.

## ABSTRACT

To this day, the communication media produce, reproduce and validate a dominant and homogeneous “good mother” discourse that depicts gender differences and a subordinate position of the mother with respect to the father as the standard. The following aspects, in particular, are of concern: (1) the standardizing nature with which maternity is conceived; that is, the series of duties, attitudes, ideals, values and demands that are imposed on mothers within a strictly private and domestic field that sets aside the subjective, social, cultural, political, legal or economic conditions that upbringing involves; (2) the “maternal instinct” myth that confers mothers innate biological aptitudes to guarantee the care and well-being of their children; (3) the unequal distribution and absence of shared responsibility between the parents in domestic and parenting chores. Taking into account that as of today there are no studies about maternal discourses in the Peruvian media, this research seeks to gather qualitative evidence of the complex system of beliefs and power relations contained in three journalistic texts published on account of Mother’s Day in *Vivú* and *Ellos & Ellas* women’s magazines, between 2015 and 2017. The ultimate purpose of this work, of a critical and interpretative nature, is to contribute, with others who may approach the maternity subject from different fields and points of view, so that other possible, multiple, ambiguous and silenced “maternities” may join the conversation. We need discourses that demythologize gender ideals and that may be empowering and fair, especially for the more than 600,000 women that become mothers each year in Peru.

**Keywords:** maternity, discourse, patriarchal ideology, women’s magazines.

“No es seguro que todas las mujeres sean madres o vayan a serlo un día; ni que todos los hombres sean padres o lleguen a serlo. Pero en cambio sí es universal que todo ser humano viviente, de cualquier edad, sexo y condición, ha nacido de mujer y es hija o hijo. Y es la universalidad de esta mirada y su derecho a ver lo que ha inspirado estas páginas”  
(Sau, 1995, p. 10).



## AGRADECIMIENTOS

A Goster, mi esposo, por comprender tantas noches mi ausencia.

A mi hijo, Amadeo, por regalarme y emprender a mi lado un viaje de aprendizajes recíprocos.

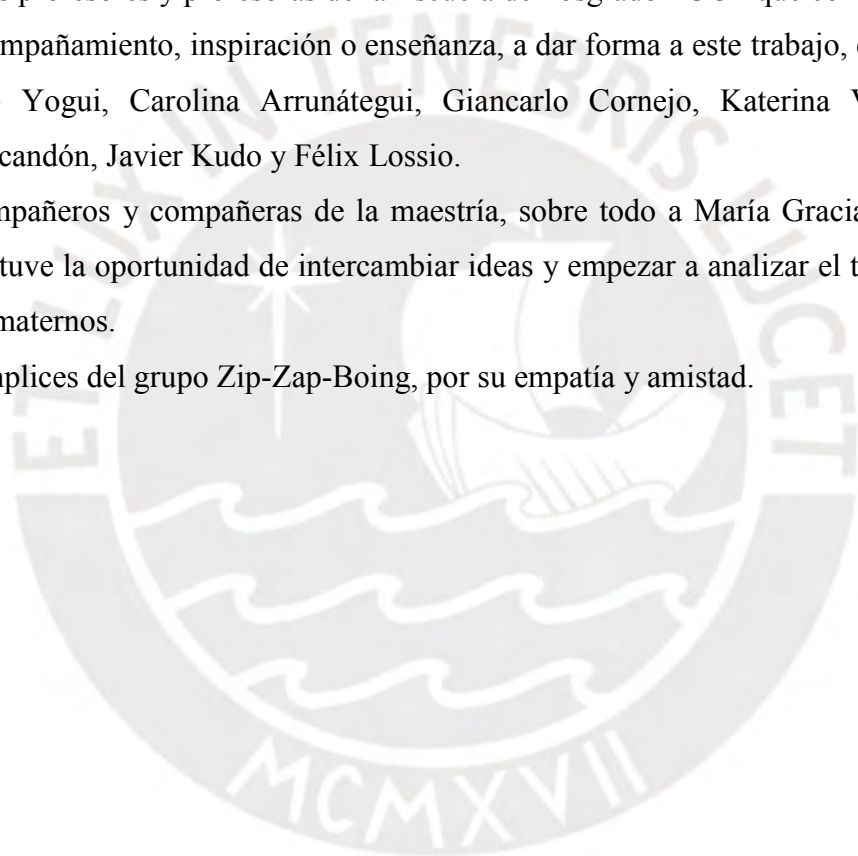
A Ruth y Carlos, mis padres, por su apoyo incansable.

A mi profesora y asesora de tesis, Pía Valdivia. Sin ella, esta investigación no hubiera sido posible. Sus luces y aterrizajes constantes, su aporte minucioso, su profesionalismo y dedicación están en cada página.

A todos los profesores y profesoras de la Escuela de Posgrado PUCP que contribuyeron, con su acompañamiento, inspiración o enseñanza, a dar forma a este trabajo, en especial a Roberto Yogui, Carolina Arrunátegui, Giancarlo Cornejo, Katerina Valdivieso, Valeria Escandón, Javier Kudo y Félix Lossio.

A mis compañeros y compañeras de la maestría, sobre todo a María Gracia Córdova, con quien tuve la oportunidad de intercambiar ideas y empezar a analizar el tema de los discursos maternos.

A mis cómplices del grupo Zip-Zap-Boing, por su empatía y amistad.



## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	2
<b>ABSTRACT</b> .....	3
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	5
<b>PRESENTACIÓN</b> .....	9

### **CAPÍTULO 1**

#### **MADRES DE PORTADA: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

1.1 ¿Cuál es el problema con las “buenas madres”? .....	14
1.2 ¿Qué significa ser madre según los medios? .....	17
1.3 ¿Por qué importan los discursos maternos ? .....	17

### **CAPÍTULO 2**

#### **LOS DISCURSOS MATERNOS SEGÚN LA TEORÍA CRÍTICA FEMINISTA**

2.1 Maternidades y feminismos: recuento histórico .....	19
2.1.1 Autoras seminales .....	21
2.1.2 La maternidad como experiencia .....	24
2.1.3 Madre no hay una .....	27
2.2 La maternidad como soporte de la ideología patriarcal .....	28
2.2.1 La maternidad como deseo, destino e instinto femenino .....	32
2.2.2 La idealización de la maternidad y de la familia tradicional .....	34
2.2.3 La madre como primera responsable de la crianza y lo doméstico .....	35
2.2.4 El modelo <i>superwoman</i> .....	37
2.2.5 Los cuerpos femeninos y el mito de la belleza .....	38
2.3 El sistema binario sexo/género: o la ficción de un discurso “natural” .....	40

### **CAPÍTULO 3**

#### **LOS DISCURSOS MATERNOS SEGÚN EL ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO**

3.1 Sobre el Análisis Crítico del Discurso .....	47
3.2 El discurso como práctica social .....	49
3.3 Ser madre: la construcción de una identidad en el discurso .....	52
3.4 Ideología dominante y resistencia .....	55

## **CAPÍTULO 4**

### **EL BINOMIO MUJERES/MEDIOS COMO PRODUCTO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES**

4.1	Investigaciones pioneras .....	58
4.2	Las revistas femeninas: ¿cultura y monetización?.....	60

## **CAPÍTULO 5**

### **ANÁLISIS DE CASOS**

5.1	Caso 1: “Virna Flores: una actriz que se esfuerza por tener una vida sin dramas”.....	67
5.1.1	Temáticas principales .....	68
5.1.2	La identidad de Virna Flores (según la entrevistadora).....	68
5.1.3	La identidad de Virna Flores (según su propio discurso) .....	70
5.1.3.1	Matrimonio y vida familiar .....	70
5.1.3.2	Maternidad y crianza.....	71
5.1.3.3	Gustos y pasatiempos.....	73
5.2	Caso 2: “Jessica Tapia: luz de Lima” .....	74
5.2.1	Temáticas principales .....	74
5.2.2	La identidad de Jessica Tapia (según la entrevistadora).....	75
5.2.2.1	Tratamientos de fertilidad y convertirse en madre.....	75
5.2.2.2	Vida profesional.....	76
5.2.3	La identidad de Jessica Tapia (según su propio discurso).....	77
5.2.3.1	Convertirse en madre .....	77
5.2.3.2	Relación de pareja.....	78
5.2.3.3	Vivir lejos del Perú .....	79
5.2.3.4	Maternidad y cuidados .....	79
5.2.3.5	Imagen de TV y de concursos de belleza. ....	80
5.3	Caso 3: “Jessica Butrich: tres, dos, uno, ¡circo!” .....	80
5.3.1	Temáticas principales .....	80
5.3.2	La identidad de Jessica Butrich (según la entrevistadora).....	81
5.3.3	La identidad de Jessica Butrich (según su propio discurso) .....	84
5.3.3.1	Trabajo y vocación por la moda .....	84
5.3.3.2	Maternidad y crianza .....	86

## **CAPÍTULO 6**

### **HALLAZGOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

6.1	Tres modelos de ser madre .....	87
6.2	Temáticas principales .....	89
6.3	Repertorios e ideologías dominantes .....	90
6.3.1	La maternidad como deseo, destino e instinto femenino .....	93
6.3.2	La madre como primera responsable de la crianza y lo doméstico .....	94
6.3.3	El modelo <i>superwoman</i> .....	95
6.3.4	La idealización de la maternidad y la familia tradicional .....	96
6.3.5	Los cuerpos femeninos y el mito de la belleza .....	98

<b>REFLEXIONES FINALES.....</b>	<b>100</b>
---------------------------------	------------

### **ANEXOS**

Anexo 1. Artículo periodístico sobre Virna Flores.....	104
Anexo 2. Artículo periodístico sobre Jessica Tapia .....	108
Anexo 3. Artículo periodístico sobre Jessica Butrich.....	113

<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>119</b>
--------------------------	------------



## PRESENTACIÓN

“En las sociedades de occidente todas queremos ser la mamá de la publicidad de comida para bebés”<sup>1</sup>, dice la psicóloga norteamericana Shari Thurer en “The Myths of Motherhood” (2007). La autora se refiere al ideal de madre sonriente, amorosa, abnegada, incondicional y paciente con sus criaturas. Distintas investigaciones (Thurer, 2007; Badinter, 1981; Bassin, Honey, & Kaplan, 1994; Rothman, 1994) reconocen la existencia de un discurso contemporáneo dominante de “buena madre” que se desarrolla en el contexto occidental entre las clases medias y altas, y se caracteriza, en palabras de la socióloga e investigadora española Raquel Royo Prieto (2011, p. 23), “por las enormes, a la vez que poco realistas, expectativas hacia las madres”.

La “buena madre” de portada de revista es blanca, flaca, joven, casada, con un trabajo remunerado y exitoso en el ámbito público y otro sin remunerar, invisibilizado en la esfera doméstica y privada. La “buena madre” es la cuidadora principal y sabe intuir las necesidades de cuidado y afecto que existen durante la infancia gracias a un instinto biológico innato (Royo Prieto, 2011; Medina Bravo, Figueras-Maz & Gómez-Puertas, 2013). Quien no demuestra las formas de amor esperadas por la sociedad o revela sentir emociones contradictorias con respecto a la maternidad, automáticamente se ubica en la categoría de “mala madre” (Hanigsberg & Ruddick, 1999).

La “mala madre” es considerada mala persona (Thurer, 2007). Se la caracteriza como una mujer sin empatía, narcisista, despreocupada por la crianza y concentrada en sus intereses (Royo Prieto, 2011, p. 25). “Bad mothers are scapegoats”, dicen Hanigsberg y Ruddick (1999, p. x). Caporale Bizzini (2005, p. 196) sostiene que “cualquier maternidad que se escape del *statu quo* se percibe como desestabilizadora del orden social”.

El interés que tengo por investigar los discursos maternos en las revistas femeninas nace de mi propia experiencia como mujer, hija, periodista y, sobre todo, “buena madre”. “Our own biases shape the research process, serving as checkpoints along the way”, sostiene Bourke (2014, p. 1). En tal sentido, esta investigación se aleja

---

<sup>1</sup> Traducción libre de la autora.

de consideraciones positivistas que plantean des-subjetivizar al sujeto para aproximarse al conocimiento. No busco encontrar verdades únicas sobre lo materno. Parto del análisis de los discursos para evidenciar lo innombrado, lo que permanece oculto en los discursos maternos de las revistas femeninas, y para confrontar la construcción de una identidad materna homogénea, unívoca y normativa de la que a mí misma me resulta difícil escapar.

Al encontrarme con frases y titulares del tipo “Mis hijos me han cambiado. Nunca me he sentido más paciente, ni más fuerte, ni más elocuente, ni más linda que cuando estoy con ellos” (Viú, 2015, p. 15); “Yo la cargué y le di un beso y sonrió inmediatamente. Y cada vez que la besaba ella sonreía. Me sorprendí de esa conexión bebé y mamá” (Viú, 2015, p. 12); “Mi hija es una niña linda. No es llorona ni renegona. Le encanta la gente y la cháchara. Me hace la maternidad muy sencilla” (Ellos & Ellas, 2017, p. 15), surgieron las primeras dudas que dieron pie a esta investigación. ¿Por qué en las revistas femeninas solo se acepta hablar de las cosas positivas de la maternidad?

¿Dónde están los textos que incluyan casos de depresión posparto o dificultades durante la lactancia, o que siquiera mencionen alguna sensación de abandono del “yo misma” o cierta complicación para compatibilizar crianza y trabajo en un país que concede licencias de maternidad de 98 días y de paternidad de 10? Según las revistas femeninas analizadas, la maternidad es una caminata sobre seda tibia: un edén lleno de margaritas, lavanda y amapolas. Tomo las palabras de Beatriz Gimeno, política y activista española en favor de los derechos LGBTIQ:

No puede ser que de una experiencia humana con esa capacidad tan poderosa para cambiar la vida de cualquier mujer no existan apenas discursos negativos, aunque sólo sea porque la pluralidad de puntos de vista es lo esperable siempre ante cualquier asunto complejo. (Gimeno, 2014)

Problematizar la maternidad no es lo mismo que entenderla como una experiencia negativa (Fernández Pujana, 2014). Desde luego que la maternidad puede ser maravillosa. La cuestión es que el amor materno se normaliza en el discurso como ideal, romántico y perfecto, y no se acepta que, como toda forma de amor, venga

acompañado de sentimientos contradictorios. Tatjana Takševa sostiene al respecto lo siguiente:

Understanding and accepting ambivalence can propel mothers toward a distinctly maternal subject-position by enabling them to practice mothering from a place of greater authority, agency, authenticity, and autonomy, and by encouraging them to cultivate a beneficial inter-personal reciprocity in their relationships with their children. (Takševa, 2017, p. 164)

Lo que busco en esta investigación es, pues, analizar la identidad materna como categoría mitificada e inteligible en el marco social desde un único sentido. Me preocupa la situación de invisibilidad de la función materna; en palabras de Thurer (2007), aquella “conspiración cultural del silencio en la que la madre es considerada un mero objeto que ama, sirve y cuida a sus criaturas”. Las representaciones de “buena madre” no son simplemente un discurso edulcorado, superficial o bucólico. Para Tubert (2010), las representaciones de la maternidad y la crianza “se configuran como estereotipos y son fuente de coerción y alienación, pues imponen la exigencia de asumir modelos independientemente de nuestras necesidades, deseos y aspiraciones” (p. 162).

Ese es precisamente el problema que reconozco en esta investigación: los discursos de las revistas femeninas analizadas anteponen de modo totalizador roles, valores, ideales, prescripciones y expectativas sobre la maternidad que legitiman y naturalizan las diferencias de género y la posición de subordinación de la madre con respecto al padre. Diversas investigaciones, desde la crítica feminista, han identificado la ideología patriarcal subyacente en las representaciones socioculturales de la “buena madre” (Badinter, 1981; Thurer, 2007; Sau, 1995). Son pocas las investigaciones que han profundizado en la construcción de la identidad materna específicamente a través de los medios de comunicación (Johnston & Swanson, 2003; Sha & Kirkman, 2009; Lozano Estivalis, 2001). De hecho, no he encontrado en el Perú estudios cuantitativos ni cualitativos al respecto; de ahí que resulte crucial empezar a reunir evidencias.

En el primer capítulo de esta tesis, “Madres de portada: planteamiento de la investigación”, explico el problema identificado, los objetivos y las preguntas de investigación, así como la relevancia de este documento. En el segundo, “Los discursos

maternos según la teoría crítica feminista”, realizo un recuento histórico de autoras feministas que han contribuido en los últimos 60 años a desarticular la noción de “buena madre” (de Beauvoir, 1949; Friedan, 1963; Rich, 1976; Badinter, 1981; entre otras).

Asimismo, identifico y abordo cinco repertorios patriarcales sobre la maternidad en los que me concentraré en esta investigación. Son los siguientes: (1) la maternidad como deseo, destino e instinto femenino; (2) la idealización de la maternidad y la familia tradicional; (3) la madre como primera responsable de la crianza y lo doméstico; (4) el modelo *superwoman*; y (5) los cuerpos femeninos y el mito de la belleza. Por último, para cerrar este capítulo, ahondo en la noción de sexo que aborda Monique Wittig (2006) y en el concepto de performatividad desarrollado por Judith Butler en “Críticamente subversiva” (2002a) y en “El género en llamas: cuestiones de apropiación y subversión” (2002b), con la finalidad de analizar el sistema sexo/género y a la maternidad hegemónica como un efecto, precisamente, de dicho sistema binario.

En el tercer capítulo, “Los discursos maternos según el análisis crítico del discurso”, rescato los aportes de esta teoría y método (Fairclough, 1992; Wodak & Meyer, 2003) para analizar el rol trascendente que ejercen los discursos –en este caso específico, el de las revistas femeninas– en la producción del significado social. ¿Por qué los medios deciden nombrar la realidad materna de una manera y no de otra?

Las palabras importan. La manera como se nombra, de manera consciente o inconsciente, una realidad, genera efectos en las identidades, roles y sistemas de conocimientos y creencias (Fairclough, 1992). Según Stuart Hall (2010), cada concepto trae consigo un sentido que ha sido producido de manera social y cultural a partir del lenguaje. Así, las nociones de buena o mala madre no significan por sí mismas, sino que responden a una construcción social, cultural, histórica e ideológica determinada. “Las relaciones sociales y el imaginario colectivo determinan la condición maternal en cada sociedad y sus transformaciones a través de la historia”, dice Silvia Tubert (1996, p. 20). En palabras de Eagleton (1994, citado por Wodak, 2003, p. 30), siempre “hay razones históricas específicas para que las personas lleguen a sentir, razonar, desear e imaginar tal y como lo hacen”.

En el cuarto capítulo, “El binomio mujeres/medios como producto de las industrias culturales”, considero que las revistas femeninas no solo son un material de lectura para pasar el rato o romper la cotidianidad, como advierte Mattelart (2005). En tanto que las industrias culturales son una especie de “fábrica de sueños”, tomando prestada la metáfora de Ubilluz (2012), inciden en nuestra construcción del mundo y modelan nuestros deseos. El estereotipo de la “buena madre” que producen y reproducen las revistas femeninas funciona como un guion imaginario que sugiere a las madres qué pensar, cómo comportarse, qué desear o hasta qué sentir.

Entiendo que las revistas femeninas son un producto de la industria cultural, pero no las marco en el pesimismo con el que la Escuela de Fráncfort y la teoría crítica de Adorno y Horkheimer (1988) conciben tales industrias. A partir de representantes de los estudios culturales, como Michèle Mattelart (1981, 2005) y David Hesmondhalgh (2013), indago en el rol social que desempeñan los medios de comunicación y en la relación que se establece entre los discursos tradicionales de la maternidad y los intereses comerciales de las revistas femeninas. Planteo la siguiente pregunta: ¿es posible que la crisis económica de los medios impresos esté relacionada también con una crisis de representación?

A partir de este marco teórico, realizo un estudio cualitativo, de naturaleza crítica e interpretativa, de los discursos maternos en tres textos publicados en las revistas femeninas *Viú* y *Ellos & Ellas* entre los años 2015 y 2017 a propósito del Día de la Madre. Me concentro en identificar y analizar las temáticas y estructuras principales, los procesos (verbos) elegidos para nombrar la identidad materna, y los repertorios maternos dominantes. Menciono, por último, que investigar los discursos maternos en las revistas femeninas permitirá develar las huellas de la ideología y las relaciones de poder que se tejen en la configuración de la identidad materna, y reunir evidencias de una herencia cultural opresora.

## CAPÍTULO 1

### MADRES DE PORTADA: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1 ¿Cuál es el problema con las “buenas madres”?

A pesar del cambio sustancial en las relaciones de género y en los patrones sexuales y reproductivos, y a pesar de la creciente inserción laboral y política de la mujer en Latinoamérica, como precisa Norma Fuller Osoreo (2001, p. 225), el discurso de las revistas femeninas en el Perú, de espaldas a la actual etapa de cambio y reconfiguración de los roles e identidades, continúa produciendo una identidad materna unívoca y normativa que naturaliza las diferencias de género y la posición subalterna de la madre con respecto al padre, lo que imposibilita la elaboración de representaciones alternativas que buscan resignificar lo materno, negociar con el modelo dominante y proponer nuevas formas de socialización. Tras este discurso homogéneo de “buena madre” está contenida una ideología patriarcal, tal y como se ha evidenciado en investigaciones de Perú, Argentina, Costa Rica, España y Australia.

En el Perú, aunque no se han realizado estudios cuantitativos ni cualitativos que investiguen específicamente las representaciones de la maternidad en las revistas femeninas o los medios de comunicación, sí existen trabajos e investigaciones que dan cuenta de la construcción de una identidad femenina asociada básicamente con lo materno y/o doméstico (Kogan, 2009; Cieza Guevara, 2017), así como de un reparto inequitativo de funciones dentro del hogar entre madres y padres (Valdivia Santa Cruz, 2013).

Liuba Kogan (2009) investiga las relaciones de género en el sector socioeconómico AB de Lima, público al que se dirigen las revistas que son objeto de estudio en esta investigación. “La felicidad y el éxito son percibidos de manera diferente por hombres y mujeres. La mujer estaría centrada en el mundo del hogar y en sus hijos, mientras el hombre en el mundo” y en “proveer todo aquello que se necesite” (p. 79). Cieza Guevara (2017) aborda las representaciones de la maternidad en mujeres jóvenes universitarias de Lima Metropolitana de estratos medios bajos, y entre sus hallazgos registra un discurso conservador que representa a la maternidad como sacrificio, con ideales del modelo mariano, y que considera vigente la existencia de un

instinto materno. “Permanecen las ideas de que las diferencias biológicas definen la división sexual del trabajo”, menciona la autora (p. 110). Las entrevistadas construyen un proyecto de vida en el que colocan sus deseos individuales y profesionales, pero “la maternidad continúa siendo un eje central de las identidades femeninas y se configura como un espacio de gratificaciones y reconocimiento para las mujeres” (p. 110).

Valdivia Santa Cruz (2013) profundiza en la división del trabajo laboral y doméstico entre madres y padres de clase media de Lima que tienen un trabajo remunerado y nivel de instrucción superior, y concluye que la mayor carga de trabajo promedio semanal que enfrentan las mujeres “está relacionada con el mayor tiempo que le dedican al trabajo familiar doméstico y de cuidado no remunerado; lo cual, a su vez, evidencia que no hay una distribución equitativa de dicho trabajo en las familias” (p. 66). A diferencia de los hallazgos de Kogan (2009), que evidencian a una mujer de clase alta concentrada en la esfera doméstica, Valdivia Santa Cruz se encuentra con madres de clase media que buscan desarrollarse tanto en lo público como en lo privado. Para las madres entrevistadas, este doble trabajo implica, a diferencia de para los padres entrevistados, una “carga afectiva de preocupaciones por los hijos e hijas que no para, no termina, que quizás solo tiene pausas cuando las madres duermen” (Valdivia Santa Cruz, 2013, p. 142).

Otras investigaciones sobre el tema de las representaciones de la maternidad en las revistas femeninas o los medios de comunicación, realizadas en Australia (Sha & Kirkman, 2009), Países Bajos (Johnston & Swanson, 2003), España (Lozano Estivalis, 2001; Medina Bravo *et al.*, 2013), Costa Rica (Valladares Mendoza, 2005) y Argentina (Faur, 2014), coinciden en revelar la permanencia de una ideología patriarcal en los discursos de la maternidad y crianza; y me llevan a suponer que en el Perú se podría estar repitiendo lo mismo.

El análisis de contenido de Joy Sha y Maggie Kirkman (2009) encontró que el embarazo se concebía como destino femenino, promesa de futuro y junto a una pareja; que se juzgaba el cuerpo de las mujeres embarazadas (cómo debían verse y qué debían ponerse), al mismo tiempo que se las excluía de cualquier ideal esbelto o de atractivo sexual. Además, las futuras madres eran enteramente responsables del desarrollo saludable del feto. “Women’s magazines play a role in shaping pregnancy by

participating in the scrutiny and regulation of pregnant women, where readers are co-opted to endorse the requirements of patriarchy” (p. 368).

La investigación de Johnston y Swanson (2003), por su parte, si bien aborda el tema de la maternidad y no específicamente el embarazo, llega a conclusiones similares. Según las autoras, las revistas femeninas analizadas ofrecen un concepto tradicional de maternidad vinculada con lo doméstico y privado, en el que además se excluye a las madres de raza negra o trabajadoras. “[...] [T]he myth that employment jeopardizes family relationships persists”, sostienen. “At home mothers represent a minority in society, but an overwhelming majority in the magazines” (p. 31).

La investigación española de María Lozano Estivalis (2001) analiza la maternidad a partir del tema de las nuevas tecnologías de reproducción en tres discursos periodísticos. Entre los resultados más relevantes, la autora sostiene que “el deseo de maternidad sigue siendo una referencia constante en el desarrollo social de la identidad femenina” y que “la glorificación de la maternidad sigue operando no solo en el nivel discursivo, sino en la experiencia subjetiva de las madres” (p. 305). Asimismo, en Costa Rica, la investigadora Blanca Valladares Mendoza (2005) hace un análisis del contenido de las representaciones maternas en la prensa y en la publicidad televisiva y encuentra que los medios de comunicación “atribuyen a la maternidad significados de sacrificio, entrega, abnegación, generosidad” (p. 14). Entre sus hallazgos, también identifica que se difunden una serie de “recetas para el comportamiento materno” (p. 15) y que se considera la maternidad como parte de una esencia natural femenina.

Por último, menciono la investigación de Eleonor Faur (2014), quien, aunque no analiza las representaciones de la maternidad en los medios de comunicación específicamente, sí propone un exhaustivo estudio sobre la organización del cuidado infantil en Argentina. Desde una mirada sociológica, a partir de un trabajo de campo con quienes cuidan a niños y niñas, la autora revela desigualdades de género en la división de las funciones de crianza, así como un vacío por parte del Estado en generar políticas específicas (subsidios, guarderías, legislación laboral) que amparen las demandas de la infancia temprana.



## **1.2 Objetivos y preguntas de investigación: ¿qué significa ser madre según los medios?**

### **➤ Objetivo general**

Identificar y analizar los discursos dominantes sobre la maternidad que se producen, reproducen y legitiman en las revistas femeninas, con la finalidad de confrontar la construcción de una identidad materna homogénea y develar las relaciones de poder que se tejen en su configuración.

### **➤ Objetivo específico 1**

Describir y analizar las temáticas y las estructuras textuales con las que se aborda y decide nombrar la maternidad en los discursos de las revistas femeninas, y los procesos que contribuyen a fijar y construir la identidad materna.

### **➤ Objetivo específico 2**

Reconocer los discursos dominantes sobre la maternidad y visibilizar los dilemas, asunciones, implicancias, contradicciones o silencios con los que se significa lo materno.

### **➤ Preguntas**

1. ¿Cuáles son los discursos dominantes sobre la maternidad en las revistas femeninas? ¿Cuáles son los sistemas de creencias y las relaciones de poder que dejan huella o contienen en los textos analizados?
2. ¿Cuáles son las temáticas y las estructuras textuales con las que se aborda el tema materno en los textos periodísticos? ¿Cómo se construye la identidad materna en los textos?
3. ¿Qué contradicciones, dilemas, asunciones, contradicciones o silencios se ven implicados en los discursos maternos dominantes?

## **1.3 ¿Por qué importan los discursos sobre la maternidad?**

Investigar cómo se representa la maternidad en las revistas femeninas *Viú* y *Ellos & Ellas* me permitirá visibilizar y analizar cuáles son y cómo se configuran las identidades maternas dominantes. Tomando en cuenta, como mencioné en el acápite 1.1,

que hasta el momento no se han desarrollado en el Perú investigaciones sobre el binomio maternidad/medios, se entiende la necesidad de este trabajo. Me interesa, específicamente, reunir evidencias de la o las ideologías contenidas y legitimadas en los discursos maternos de los medios de comunicación, prestando atención a los siguientes aspectos:

1. Las expectativas, ideales, exigencias y responsabilidades con los que se asocian la identidad y el amor materno.
2. Los silencios con respecto a las emociones, contradicciones, desafíos y dificultades diarios de las madres.
3. Lo innombrado que resulta el contexto político, económico, legal y social en el cual se desenvuelven las prácticas de maternidad y crianza.
4. El reparto de las funciones domésticas y de crianza entre madres y padres.

Siguiendo a Ruth Wodak, considero que desde el discurso es posible “plantear desafíos al poder, para subvertirlo, para alterar las distribuciones de poder a corto y a largo plazo” (Wodak, 2003, p. 31). Si buscamos un cambio social, debemos empezar por una transformación discursiva en la que se reconozca la existencia de múltiples maternidades y se conciba el trabajo de maternazgo y cuidados como un asunto relevante y prioritario del contrato social y no exclusivamente como un tema doméstico de las mujeres que tienen hijos e hijas.

## CAPÍTULO 2

### LOS DISCURSOS MATERNOS SEGÚN LA TEORÍA CRÍTICA FEMINISTA

#### 2.1 Maternidades y feminismos: recuento histórico

El feminismo se basa en la justicia. Este movimiento político, teórico y social, formado oficialmente en el siglo XVII, ha denunciado las discriminaciones que sufren las mujeres por el simple hecho de ser mujeres. Las sociedades patriarcales, como profundizaré en el siguiente acápite, configuran una relación asimétrica de poder en la que lo masculino se posiciona como parámetro de lo humano y lo femenino como lo “Otro”, entendiéndose “lo Otro” como lo inferior e inesencial (de Beauvoir, 1949; Facio & Fries, 2005; Varela, 2008). Tomo las palabras de Victoria Sau:

El feminismo supone la toma de conciencia de las mujeres como grupo o colectivo humano, de la opresión, dominación y explotación de que han sido y son objeto por parte del colectivo de varones en el seno del patriarcado bajo sus distintas fases históricas de modelo de producción, lo cual las mueve a la acción para la liberación de su sexo con todas las transformaciones de la sociedad que aquella requiere. (Sau, 1981, pp. 121-122)

A partir de la década de 1960, el feminismo empieza a desarrollar, desde perspectivas muy disímiles, teorías críticas maternas con la intención de problematizar la construcción y los efectos simbólicos y materiales de los discursos culturales dominantes sobre la maternidad, la familia y la división sexual de los roles. Estas teorías, al margen de sus diferencias con respecto a cómo entienden la noción de género, parten de los mismos propósitos: reconocer el carácter histórico, subjetivo, cultural e ideológico que interviene y modela la manera como se vive, siente y piensa la maternidad y abrir nuevos caminos para reflexionar sobre ella más allá de la perspectiva biológica (concepción, embarazo, parto, lactancia) y/o heterosexual (Caporale Bizzini, 2005; Giallorenzi, 2017; Saletti Cuesta, s. f.).

Bassin *et al.* (1994), Silvia Caporale Bizzini (2005) y Ann Snitow (2016) identifican tres períodos diferentes de la teoría materna feminista. Según estas autoras, el primer momento está comprendido entre 1963 y 1975 aproximadamente; el segundo,

entre los años 1976 y 1979; y el tercero, a partir de 1980. A continuación, tomando como referencia la línea de tiempo propuesta por estas autoras (que conversan entre sí), planteo una revisión de representantes emblemáticas del feminismo como Simone de Beauvoir (1949), Betty Friedan (1963), Adrienne Rich (1976), Victoria Sau (1995), entre otras, que han contribuido a repensar la noción de “buena madre” en el contexto histórico de occidente de los últimos 60 años. Divido este acápite en tres partes, tomando en cuenta no solo el momento histórico de la producción teórica, sino también el sentido que cada etapa ha atribuido a la maternidad. Así, reconozco un primer momento que se caracterizó por una necesidad de disociar lo femenino de lo materno, natural y doméstico; una segunda etapa de búsqueda por revalorizar la maternidad denunciando el contexto opresor; y un tercer momento, de producción muy prolífera, en el que las madres empiezan a testimoniar y visibilizar, como nunca antes, las formas diversas de entender la maternidad.

Antes de empezar la revisión bibliográfica, menciono que el ideal romántico de la maternidad que perdura hasta hoy nació en el siglo XVIII, durante la Ilustración y la Revolución Industrial, a partir de la división sexual del trabajo y de la separación tajante de las esferas pública y privada. La función productiva que solían cumplir las familias a pequeña escala, y en la cual las mujeres participaban de manera activa, pasó a ser responsabilidad exclusiva de los hombres y adquirió nuevas reglas de competencia y eficacia propias del sector industrial. Fue en ese contexto histórico determinado que se ubicó al hombre en la esfera pública con un trabajo remunerado. A su rol de jefe de familia se le sumó el de único proveedor. A la mujer se le asignó, en el ámbito de lo privado, un trabajo de crianza, cuidados y tareas domésticas (Badinter, 1981; Faur, 2014).

Fue el discurso victoriano el que consideró a la madre como el “ángel del hogar” y la responsable de la armonía y el bienestar familiar. En los siglos XIX y XX, este ideal materno florece y se consolida a partir de teorías psicológicas y educativas que inciden en la importancia de una relación íntima entre la madre y su prole. “El paso a la sociedad moderna implicará el ‘descubrimiento’ de la infancia como un grupo social que precisa de atención y cuidados específicos” (Medina Bravo *et al.*, 2013, p. 490). De esa manera se fue configurando la imagen de la madre ideal que garantiza “una

descendencia moralmente perfecta como un mundo moralmente deseable” (Royo Prieto, 2011, p. 22).

“¿Es el amor maternal un instinto innato que proviene de una naturaleza femenina o se debe a un comportamiento social e histórico que varía según épocas y costumbres?”, se pregunta Badinter en *¿Existe el amor maternal?* (1981). Esta autora buscó desmitificar aquel amor materno prescrito como indefectible y absoluto por una cuestión de instinto femenino, y para profundizar en el tema investigó las prácticas de crianza en distintas ciudades francesas durante los siglos XVI, XVII y XVIII. Encontró, por un lado, que la infancia era concebida a partir de imágenes muy negativas: el niño contaba poco en la familia, incluso era visto como un “estorbo” (p. 39). Asimismo, según Badinter, teólogos cristianos del siglo XVII –como San Agustín, por ejemplo– concibieron que el niño era “símbolo de la fuerza del mal”, “un ser imperfecto, agobiado por el peso del pecado original” (p. 39). “En el mejor de los casos, su condición es insignificante. En el peor, daba miedo” (p. 39).

Se concebía el amor materno como menos intenso. “La conducta de las madres osciló muy a menudo entre la indiferencia y el rechazo” (Badinter, 1981, p. 16). De hecho, los bebés recién nacidos eran enviados al campo para ser criados por nodrizas. Según Badinter, se trató de una costumbre generalizada desde la burguesía hasta las clases populares. Como precisa Norma Fuller Osores sobre la investigación de Badinter:

Si durante más de dos siglos la gran mayoría de las mujeres urbanas de todas las clases sociales respondieron a la maternidad de una manera que contradice frontalmente nuestra definición de instinto, quizá deberíamos preguntarnos: ¿Es el instinto maternal tan seguro, tan eficiente, tan universal y tan definitivo? (Fuller Osores, s. f., p. 3)

### **2.1.1 Autoras seminales**

Simone de Beauvoir, filósofa y autora emblemática del feminismo contemporáneo, sentó las bases para el desarrollo de las teorías maternas. En *El segundo sexo* (1949), rechazó los discursos que idealizaban, esencializaban y naturalizaban lo femenino con lo materno y denunció –en sus términos– “la esclavitud de la

reproducción” (p. 57) y “la esclavitud doméstica” (p. 23) de la mujer: el hecho de que la maternidad, los cuidados y la familia se configuren como destinos únicos e imposibiliten su autorrealización.

Asimismo, de Beauvoir (1949) abrió el camino para el desarrollo del concepto de género como una construcción cultural, histórica y social fundamentada en la diferencia sexual (Sabsay, 2010, p. 122). Planteó que devenir mujer era una elaboración artificial, no una determinación biológica. Así lo explica en su célebre frase:

No se nace mujer: se llega a serlo. Ningún destino biológico, psíquico o económico define la figura que reviste en el seno de la sociedad la hembra humana; es el conjunto de la civilización el que elabora ese producto intermedio entre el macho y el castrado al que se califica de femenino. (de Beauvoir, 1949, p. 109)

Para fines de esta investigación, me interesa subrayar que de Beauvoir (1949) cuestionó “cuánto se ha espiritualizado la figura femenina desde la aparición del cristianismo” (p. 95) y advirtió sobre los riesgos de idealizar a la mujer como símbolo mariano: figura abnegada, dócil, flexible, de gracia y pureza cristiana. “La Virgen María es la imagen más acabada, más generalmente venerada de la mujer regenerada y consagrada al Bien” (p. 97). Para esta autora, los atributos femeninos que posicionan a la mujer “como el alma de la casa, de la familia y del hogar” resultan convenientes para el patriarcado, en tanto que convierten a la mujer en “‘pasta maleable’ que se deja pasivamente amasar y moldear; al mismo tiempo que cede, resiste, lo cual permite que la acción masculina se perpetúe” (p. 95).

Como se verá en el capítulo “Hallazgos y discusión de resultados”, he identificado textos periodísticos con un repertorio materno que preserva la huella de esa misma esencia mariana que describió de Beauvoir en 1949. Con este señalamiento, no busco deslegitimar creencias religiosas o espirituales, sino analizar cómo se construyen las identidades maternas y en qué medida la asociación de lo sagrado con la mujer y la maternidad contribuye a reforzar la noción normativa de “buena madre”. Entiendo que tal asociación es solo una de las muchas prescripciones maternas que imposibilitan la aparición de discursos alternativos que negocien con el modelo dominante.

Influenciada por Simone de Beauvoir, Betty Friedan escribió en 1963 *La mística de la feminidad*, obra fundamental del primer período de la teoría materna. Según narra Friedan (p. 23), su investigación –que ganó el premio Pulitzer en 1964– nació de una sensación de discrepancia entre los problemas y la realidad de las mujeres que la rodeaban frente a la imagen femenina que proyectaban las revistas femeninas. Tras entrevistar a más de 200 amas de casa de clase media de los Estados Unidos, Friedan, psicóloga de profesión, encontró que las mujeres tenían un problema que “se traducía en patologías autodestructivas: ansiedad, depresión, alcoholismo” (de Miguel, 2000, p. 14). Se trataba del “problema que no tiene nombre”, así lo denominó Friedan, y en *La mística de la feminidad*, precisamente, se encarga de nombrarlo. Esta autora evidenció una profunda insatisfacción y descontento en aquellas mujeres que no se identificaban exclusivamente con su rol de “madre, esposa, encargada de ir a la compra, cocinera, chófer, experta en decoración de interiores, niñera, costurera, barnizadora de muebles, experta en dietética y educación” (Friedan, 1963, p. 44).

Cuando hacían las camas, iban a la compra, comían emparedados con sus hijos, o los llevaban en coche al cine los días de asueto, incluso cuando descansaban por la noche al lado de sus maridos, se hacían, con temor, esta pregunta: ¿Esto es todo? (Friedan, 1963, p. 29)

Friedan, figura clave del feminismo liberal, recibió críticas por su investigación, sobre todo por parte del feminismo radical (que empezó a desarrollarse en los Estados Unidos entre 1967 y 1975), por no ofrecer explicaciones del patriarcado como “sistema de legitimación del orden social y sustentador de los privilegios masculinos” (Giallorenzi, 2017, p. 91). Como precisa de Miguel (2000, p. 15), las liberales denunciaron la desigualdad entre los sexos y la exclusión de las mujeres de la esfera pública, y propusieron reformas que las incluyeran en el mercado laboral; sin embargo, se les cuestionó que definieran la situación de la mujer como desigualdad y no como opresión o explotación.

Otros textos representativos del primer momento de reflexión sobre la maternidad fueron *La dialéctica del sexo* (1976) de Sulamith Firestone y *Política sexual* (1969) de Kate Millett. Ambas son obras esenciales del feminismo radical y desarrollaron, como explica de Miguel (2000, p. 18), los conceptos de patriarcado

(sistema de dominación sexual), género (construcción social de la feminidad) y casta sexual (experiencia de opresión común a todas las mujeres). Las feministas radicales se concentraron, pues, en analizar las relaciones de poder de ámbitos considerados “privados”, como la familia y la sexualidad, y lo sintetizaron en el eslogan “Lo personal es político”. Para ellas, era fundamental una transformación no solo en la esfera pública (igualdad laboral, educativa, de derechos) sino también en el espacio privado, en tanto que “el poder que se ejercía sobre las mujeres se centraba en el control sobre el cuerpo femenino, es decir, sobre su sexualidad y la procreación” (Dorantes Gómez, Torres Velásquez, & Robles Mendoza, 2013, p. 12).

Snitow (2016) utilizó el término “textos demoníacos” para referirse a las obras de este primer período de la teorización sobre la maternidad, pues sostiene que sus mensajes fueron malinterpretados como una “demonización” u odio de la maternidad, cuando, en realidad, su objetivo fue “destrozar el patriarcado, no a las madres” (Snitow, 2016, p. 49). “Es evidente que, Psicológicamente, la maternidad puede ser para la mujer sumamente provechosa, como también puede ser un desastre”, dice de Beauvoir (1949, p. 16). Para Caporale Bizzini (2005), lo más interesante de este primer momento fue “el haber cuestionado una manera de ser mujer que hasta la fecha no se había puesto en discusión” (p. 185).

### **2.1.2 La maternidad como experiencia**

A partir de 1976, según Caporale Bizzini (2005), ocurre un segundo momento clave en la teorización feminista sobre la maternidad. Este se caracterizó por una búsqueda y necesidad de revalorizar lo femenino, por una “voluntad de asumir la capacidad generadora del cuerpo femenino” (Tubert, 1996, p. 6). Identifico en este grupo a autoras como Adrienne Rich (1976), Nancy Chodorow (1978), Sara Ruddick (1980), entre otras, que plantean, desde el feminismo de la diferencia, alejarse de la tradición falocéntrica y jerárquica que domina la cultura (Dorantes Gómez *et al.*, 2013, p. 19). Mientras que las feministas radicales y liberales luchaban por abolir la discriminación hacia la mujer anclada en lo biológico, las feministas de la diferencia buscaban incluir en el plano simbólico la experiencia femenina. De ahí la dicotomía entre feminismo de la diferencia y feminismo de la igualdad (de Miguel, 2000, p. 22).



En tal sentido, según Caporale Bizzini (2005), las feministas en este período empiezan a utilizar la maternidad “como un elemento de unión” (p. 186). Se reconoce a la maternidad como fuente de placer, conocimiento y poder femenino, sin considerar por ello que la identidad femenina se reduce exclusivamente a lo materno. En *Nacida de mujer: la crisis de la maternidad como institución y como experiencia* (1976), Rich hace una lúcida distinción entre dos significados superpuestos de la maternidad: “la maternidad como experiencia” y “la maternidad como institución”. El primero hace referencia a “la relación potencial de cualquier mujer con los poderes de reproducción y con los hijos”; el segundo alude a una institución y sistema opresivo “cuyo objetivo es asegurar que ese potencial –y todas las mujeres– permanezcan bajo el control masculino” (p. 13).

Con respecto al significado de la maternidad como experiencia cotidiana, Rich entiende la relación íntima entre madre e hijo sin caer en reduccionismos, reconociendo con honestidad que, en la naturaleza humana, el amor, la belleza y el placer coexisten con el sufrimiento. Valoro especialmente, para los fines de esta investigación, los aportes de esta autora (1976) con respecto al sentimiento de ambivalencia presente en la experiencia materna; innombrar este sentimiento es una de las causas que contribuyen a idealizar la maternidad y a ubicar a la mujer-madre como objeto cuidador antes que como ser humano.

El primer capítulo de *Nacida de mujer*, llamado “Cólera y ternura”, empieza así: “Mis hijos me causan el sentimiento más exquisito que haya experimentado alguna vez. Se trata del sufrimiento de la ambivalencia: la alternativa moral entre el resentimiento amargo y los nervios de punta, entre la gratificación plena de la felicidad y la ternura” (Rich, 1976, p. 23). Rich tiene otro pasaje conmovedor que sintetiza los efectos de la maternidad institucionalizada en la propia experiencia materna:

Yo fui atrapada por el estereotipo de la madre cuyo amor es “incondicional”, y por las imágenes visuales y literarias de la maternidad como una identidad unívoca. Si yo sabía que había dentro de mí zonas que nunca concordarían con aquellas imágenes, ¿no eran estas zonas anormales, monstruosas? Y como señaló mi hijo mayor, ahora de veintiún años [...] “Parecía que sentías como si debieras amarnos todo el tiempo. Pero no existe ninguna relación humana en la

que puedas amar a la otra persona en todo momento”. Sí, traté de explicarle, pero se ha pretendido que las mujeres –y las madres sobre todo– amen así. (Rich, 1976, p. 25)

Por otro lado, para esta autora, la maternidad institucionalizada es aquella que posiciona el ser madre en una dimensión sagrada, “la misión más elevada y santa de la mujer” (p. 45). Esta maternidad institucionalizada –que viene acompañada a su vez de una sexualidad también institucionalizada– prescribe, condiciona y limita las experiencias y los comportamientos de las mujeres. “No son la realidad, pero han conformado las circunstancias de nuestra vida”, sostiene Rich (p. 45). “Experiencias tales como la maternidad y la sexualidad han sido encauzadas para servir a los intereses masculinos. Los comportamientos que amenazan tales instituciones, como los amores ilegítimos, el aborto y el lesbianismo, se consideran desviaciones y actos criminales”, continúa (p. 45). Para Rich, la “maternidad institucionalizada” también es “aquella que exige de las mujeres un instinto maternal en vez de inteligencia; generosidad en lugar de una realización propia de la personalidad, y la relación con los demás en lugar de la creación del yo” (p. 45).

En la misma línea de reconocimiento de la maternidad como algo femenino (sin ser esencial) y como “resultado de un proceso cultural que ha asignado históricamente a la mujer el papel de cuidadora” (Caporale Bizzini, 2005, p. 188), está el texto “Maternal Thinking” (1980), de la filósofa feminista Sara Ruddick. Mientras que Rich buscó abordar y establecer las diferencias entre la maternidad como institución y la maternidad como experiencia, Ruddick se concentra, específicamente, en la experiencia materna. Esta autora parte de una urgencia y necesidad por narrar el trabajo de crianza como un antídoto contra la invisibilidad que las mujeres que se dedican a este han sentido y siguen sintiendo (Joy Rose, 2015, p. 12). Ruddick, al igual que Rich, considera que la maternidad como institución aminora el poder y el placer de la mujer-madre. Sin embargo, su propuesta apunta a encontrar mecanismos de negociación con las políticas institucionales, así como un lenguaje realista que sea capaz de describir los placeres y dolores de la maternidad (O’Reilly & Ruddick, 2009).

### 2.1.3 Madre no hay una

Según Caporale Bizzini (2005), recién hacia finales de la década de 1980 se empieza a incluir “las nociones de familia homosexual, de maternidad adoptiva o la comprensión del hecho de ser madre como algo relacionado con la idea de *nurture*, papel que puede ser desarrollado por ambos sexos [...]” (p. 180). Este tercer período de la teorización sobre la maternidad se caracteriza por reflexionar sobre las construcciones discursivas y las relaciones de poder implicadas en torno a la diferencia sexual; y por una necesidad de visibilizar subjetividades silenciadas, maternidades consideradas marginales e identidades maternas diversas, tomando en cuenta etnia, cultura y orientación sexual.

“Y es que la maternidad, por fin, está empezando a salir a la luz. A ser contada, debatida, pensada, criticada”, escribe la autora española Laura Freixas (2017). Para ella, ahora que las madres por fin han empezado a hablar, dicen tres cosas:

Una: que la maternidad es una experiencia mucho más ambigua –con sombras, no sólo luces– de lo que nos contaron (y en consecuencia, que la no maternidad también es una opción, tal vez preferible). Dos: que están hartas de la dependencia económica, irrelevancia social e impotencia política que la maternidad conlleva en la práctica, por debajo de su hipócrita idealización. Tres: que hay o podría haber otras maneras de ser madre, creativas, gozosas, empoderadoras, y que queremos inventarlas, experimentarlas, expresarlas. (Freixas, 2017)

De este tercer período también destaco a Silvia Tubert en *Figuras de la madre* (1996) y a Victoria Sau en *El vacío de la maternidad: madre no hay más que ninguna* (1995). Por un lado, Tubert –quien reúne en su texto los ensayos de distintas autoras, entre ellas Yvonne Knibiehler y Silvia Vegetti Finzi– busca analizar la construcción de las representaciones maternas y la manera como estas configuran la realidad. Como menciona en su texto introductorio, *Figuras de la madre* parte de una necesidad por deconstruir “los ideales, las identidades que obturan ilusoriamente la singularidad del sujeto, para abrir un espacio donde se pueda resituar la maternidad en relación a la dimensión del deseo –de la multiplicidad de deseos– opuesta a una identidad que no

puede ser sino mítica” (Tubert, 1996, p. 10). Por otro lado, Sau (1995) denuncia que la maternidad no adquiera trascendencia social. Esta autora sostiene la tesis de que la maternidad y la crianza no existen –sino solo en tanto mito– hasta que sean incluidas en el contrato social. Para Sau, interiorizamos estereotipos sociales maternos según el contexto que nos ha tocado vivir, “pero lo cierto es que esas palabras son mera apariencia, sin existencia real” (p. 22). La maternidad “no puede ser considerada ‘maternidad’ desde una perspectiva de rango humano si no va seguida de su correspondiente trascendencia en lo económico, político y social” (p. 21).

Hasta aquí he abordado los aportes de diversas autoras emblemáticas que han cuestionado la noción de “buena madre” ubicando a la maternidad como una construcción cultural que se va transformando según contextos históricos, subjetivos, culturales e ideológicos. “Las madres tienen una historia y, por lo tanto, la maternidad ya no puede verse como un hecho natural, atemporal y universal, sino como una parte de la cultura en evolución continua” (Palomar Vereza, 2005, p. 40). Subrayo, a manera de síntesis de este acápite, los esfuerzos de las autoras recopiladas por subvertir (1) aquella identidad femenina asociada básicamente con lo materno, lo natural e instintivo, que ubica a la mujer en una esfera doméstica como la principal responsable de los cuidados; (2) la configuración de una identidad materna mitificada que ignora las emociones, necesidades y sentimientos de las mujeres madres; y (3) el sistema de relaciones de poder que ubica a las madres en posición de subordinación con respecto al padre.

## **2.2 La maternidad como soporte de la ideología patriarcal**

“La realidad de las mujeres no es la ideología dominante, y el punto de vista de la mujer sobre el mundo es anulado por el punto de vista de los hombres. La maternidad en una sociedad patriarcal es lo que las madres y los bebés significan para los hombres”  
(Rothman, 1994, p. 140)<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Traducción libre de la autora.

La ideología patriarcal modela la manera como se entiende y experimenta la maternidad (Rothman, 1994). Hasta el día de hoy, la ideología cultural dominante sobre lo materno normativiza el comportamiento y los roles esperados de las buenas madres, y prescribe la naturaleza del amor materno como incondicional, de eterno disfrute y sin problemas (Takševa, 2017; Johnston & Swanson, 2003).

Cultural ideologies of motherhood in the Western tradition prescribe not only certain behaviors that are seen as appropriate and desirable for practicing good mothering, but they also define the emotional framework that is supposed to govern the mother–child relationship, that is, the nature of mother love. (LaChance Adams, 2014, p. 4, citada por Takševa, 2017, p. 1)

A continuación, me detendré en abordar el concepto de patriarcado, para concentrarme, posteriormente, en cinco repertorios patriarcales sobre la maternidad que enmarcan esta investigación. Sonia Frías y Joaquina Erviti (2011) sostienen que el patriarcado es una “forma de organización social que está apoyada en estructuras políticas, económicas, educativas, legales e ideológicas que promueven la diferenciación de género” (p. 183). Por su parte, Celia Amorós (1992) entiende al patriarcado como un “pacto” masculino (p. 43). Según esta autora, los hombres dependen unos de otros para ejercer el control. Como precisa Heidi Hartmann (1980, citada por Amorós, 1992), el patriarcado, en tanto pacto masculino, es “un conjunto de relaciones sociales que tienen una base material y que [...] establecen y crean una interdependencia y solidaridad entre hombres que les permite dominar a las mujeres” (pp. 94-95).

Para Amorós (1992), el patriarcado no se trata de un “visión maquiavélica y conspiratoria de la sociedad” (p. 44) en la que existirían una suerte de reuniones secretas de hombres confabulando contra la enemiga mujer, sino que responde a un sistema de relaciones y prácticas estructurales, históricas e irracionales, en las que se ha legitimado el ejercicio de una violencia entre dominadores y dominadas. “Evidentemente los fenómenos estructurados socialmente no son intencionales”, dice esta autora (p. 44).

Para profundizar en esta idea de “pactos masculinos” que fundamentan las relaciones asimétricas establecidas en el patriarcado, Amorós (1992) hace referencia a

los mecanismos de autodesignación permanente que se generan para marcar la pertenencia al grupo dominante. Se trata de una dinámica común a otras formas de dominación social, como la de clases, por ejemplo, que implica que los grupos dominados adopten una “idea-fantasma regulador” sobre su autopercepción y comportamiento. En el caso de los hombres, esa “idea-fantasma regulador” es el arquetipo de la virilidad. La autopercepción de la virilidad masculina no se produce individualmente, sino en serie; es el resultado de una creencia-exigencia, de una “tensión referencial hacia los otros varones” (p. 45). En ese sentido, en palabras de Amorós, no es “¡Qué macho soy, soy hombre!”, sino “soy hombre porque soy uno de ellos” (p. 45). “En realidad, los varones son varones porque se lo creen, sin que ninguno sepa en realidad en qué consiste esa virilidad, salvo en la exigencia misma de todos ellos de valorarla, de sentirse obligados a valorarla [...]” (p. 45).

Frías y Erviti (2011) establecen una diferencia entre el patriarcado como estructura social y como ideología. La estructura patriarcal es aquella que se expresa en los sistemas jerárquicos de género de las instituciones u organizaciones, como el Estado o la religión. La ideología patriarcal se vincula “con la aceptación y la naturalización de la desigualdad social entre varones y mujeres de la población. La ideología patriarcal legitima la estructura patriarcal” (p. 186).

Con respecto al tema específico de esta tesis, considero que los discursos sobre la maternidad funcionan como soporte de la ideología patriarcal. Para Rothman (1994), la ideología patriarcal “is a basic worldview, and in a patriarchal system that view permeates all of our thinking” (p. 143). Esta autora se concentra en las implicancias de la ideología patriarcal, específicamente con respecto al tema de la maternidad. En tal sentido, le interesa subrayar que esta va más allá del dominio masculino y del hecho de que existan más hombres tomando decisiones que mujeres. En sus palabras: “the ideology of patriarchy provides us with an understanding not only of the relations between woman and men, but also of the relations between mothers and their children” (p. 143).

En las sociedades patriarcales, los hombres utilizan a las mujeres para tener a “sus” hijos. Es el hombre quien deposita una semilla en el cuerpo de la mujer y la mujer quien se hace responsable de cuidar a las criaturas del hombre. Así, los hombres

consideran que su semilla es irremplazable –de ahí que la infertilidad masculina sea “the deepest darkest secret”, dice Rothman (1994, p. 140)–; en cambio, los cuidados que los hijos necesitan, pueden ser asumidos por una u otra mujer. Para esta autora, las tecnologías de reproducción que permiten la maternidad subrogada (vientre de alquiler) o el hecho de que las familias de clase media puedan contratar los servicios de mujeres pobres para que cuiden a sus hijos e hijas, confiere a la maternidad un carácter de bien “fungible”.

Las mujeres adoptan el punto de vista de los hombres en tanto que creen que las semillas son “*precious*” –empleando el término de Rothman–, pero consideran que los hijos son “suyos” debido a su presencia física, sus cuidados especiales y el trabajo de gestación o lactancia de sus cuerpos. Así, desde la ideología patriarcal, se asume que tanto la maternidad como la paternidad “real”, auténtica, derivan del lazo genético, biológico, pero es la semilla masculina la que se considera esencial. “Men have the seeds and women are the flower pots” (Rothman, 1994, p. 153).

Según Rothman (1994), la ideología patriarcal que acompaña a la función materna no existe de manera aislada sino que está amparada a su vez en otras ideologías interconectadas entre sí, como la ideología capitalista (consumo), o la ideología tecnológica. Por un lado, desde la ideología capitalista, no interesan las madres y los bebés sino las mujeres en tanto proletariado y los bebés como productos. Las siguientes dos citas sintetizan claramente la postura de dicha autora sobre la ideología capitalista:

La familia ha sido siempre una unidad económica [...] La novedad es el desplazamiento de los niños como trabajadores a niños como productos, lo que viene acompañando de un cambio en la familia como una unidad de producción a una unidad de consumo.<sup>3</sup> (Rothman, 1994, p. 140)

Babies, at least healthy white babies, are very precious products these days. Mothers, rather like South African diamond miners, are the cheap, expendable, not too trustworthy labor necessary to product the precious products. (Rothman, 1994, p. 149)

---

<sup>3</sup> Traducción libre de la autora.

Por otro lado, la ideología tecnológica se sustenta en la metáfora de los seres humanos como objetos o máquinas productivas, racionales y controladas. Con respecto a la maternidad, esto se evidencia, según Rothman (1994), cuando se piensa en la relación con los hijos e hijas como “un trabajo que debe realizarse bien”<sup>4</sup> (p. 144) , lo que implica programar y sistematizar los horarios, los días y la vida en nombre de la eficiencia y los resultados. En tal sentido, a los niños y niñas se los entrena buscando ahorrar recursos, para que, por ejemplo, dejen el pañal o aprendan a dormir solos. Esta ideología también asume que el cuerpo de la mujer es una máquina que administra embarazos: un recurso reproductor de la sociedad. Sin embargo, la mujer no tiene autonomía sobre su cuerpo: no se le permite abortar cuando lo desea, o se la presiona para abortar en contra de su voluntad.

En esta investigación analizo, específicamente, cinco repertorios normativos sobre la maternidad en los que subyace una ideología patriarcal que mantiene en situación de opresión a las mujeres-madres (O’Reilly, 2016). He clasificado los repertorios de la siguiente manera: (1) la maternidad como deseo, destino e instinto femenino; (2) la idealización de la maternidad y de la familia tradicional; (3) la madre como primera responsable de la crianza y lo doméstico; (4) el modelo *superwoman*; (5) los cuerpos femeninos y el mito de la belleza. A continuación, me detendré en cada uno de ellos.

### **2.2.1 La maternidad como deseo, destino e instinto femenino**

“La mayor parte de las culturas, en la medida en que se trata de organizaciones patriarcales, identifican la feminidad con la maternidad.

[...] No se trata de una legalidad explícita sino de un conjunto de estrategias y prácticas discursivas que, al definir la feminidad, la construyen y la limitan, de manera tal que la mujer desaparece tras su función materna, que queda configurada como su ideal”

(Tubert, 1996, p. 7).

En este repertorio sintetizo dos mitos: el esencialismo y la naturalización. Sobre

---

<sup>4</sup> Traducción libre de la autora.



el primero, Andrea O'Reilly, en "We Need to Talk About Patriarchal Motherhood" (2016, p. 65), sostiene que la prescripción esencialista establece la maternidad como base y paradigma de la identidad femenina y asume que todas las mujeres desean ser madres. Según Mojzuk (2014), el esencialismo confunde ser y deber y "muestra, por un lado, la fuerza de la heterodesignación que afecta a las mujeres en todos los ámbitos de su vida, y por el otro, contradice la diversidad intrínseca entre ellas" (p. 2).

La perspectiva feminista, como hemos abordado en el acápite anterior, y como bien puntualiza Tubert (1996, p. 7), "ha puesto de manifiesto que la ecuación mujer=madre no responde a ninguna esencia sino que, lejos de ello, es una representación producida por la cultura". Sin embargo, hasta hoy, aunque existen discursos paralelos que plantean la elección y la posibilidad de una no maternidad, "el argumento de la maternidad como indispensable para el desarrollo pleno de la mujer no desaparece de la escena [...]" (Mojzuk, 2014, p. 5). El esencialismo con el que se concibe la maternidad y lo profundamente interiorizada de esta función se refleja, según Mojzuk, en el hecho de lo inusual que resulta la pregunta "¿Por qué tienes hijos?" (p. 2).

Tanto la investigación de Mojzuk (2014) como la de Lozano Estivalis (2001) coinciden en sostener que el esencialismo con el que se concibe la identidad femenina es alimentando actualmente por las técnicas de reproducción asistida que hacen posible que ninguna madre escape del destino biológico de la maternidad. "[...] [L]os milagros de las nuevas tecnologías reproductivas malversan las posibles disidencias por razones de incapacidad fisiológica para la reproducción, y crean circunstancias de casi obligado intento de remediarla a través de la medicina", menciona Mojzuk (2014, p. 5).

El segundo mito que atiendo en el repertorio "La maternidad como deseo, destino e instinto femenino" es el de la naturalización. Según O'Reilly (2016), esta adscripción plantea que todas las mujeres saben cómo hacer de madre y que el trabajo de los cuidados está guiado "by instinct rather than intelligence and developed by habit rather than skill" (p. 65). Se asume, como bien precisa Ana María Fernández (1993), que es "natural que la mujer sea madre porque posee un aparato reproductor privilegiado y un instinto materno que la guiará en la crianza de los hijos" (p. 162). Como advierte Tubert:

La identificación de la maternidad con la reproducción biológica niega que lo más importante en la reproducción humana no es el proceso de concepción y gestación, sino la tarea social, cultural, simbólica y ética de hacer posible la creación de un sujeto humano. (Tubert, 1996, p. 10)

### 2.2.2 La idealización de la maternidad y la familia tradicional

“[...] [L]os actuales estándares de buena maternidad son tan formidables, autonegados, elusivos, cambiantes y contradictorios que resultan inalcanzables. Nuestro mito contemporáneo acopia a la madre tantos deberes y expectativas que si los tomamos en serio podría ser peligroso para su salud mental”<sup>5</sup>  
(Thurer, 2007).

“El amor maternal es sólo un sentimiento humano. Y es, como todo sentimiento, incierto, frágil e imperfecto [...]”  
(Badinter, 1981).

Idealizar la maternidad implica, para fines de esta investigación, atribuir a las madres características marianas de abnegación (de Beauvoir, 1949)<sup>6</sup>, silenciar las experiencias difíciles y los desafíos maternos diarios, y negar que el amor materno puede ser ambivalente (Rich, 1976)<sup>7</sup>. “The sociocultural conditions of mothering, the image of the ‘good mother’ that women internalize, and the conflicting cultural expectations about what it means to be a mother are among the important causes of ambivalence”, sostiene Takševa (2017, p. 154).

Para Thurer (2007), nuestra sociedad se niega tanto a conocer las experiencias maternas que la mera confesión de sentimientos contradictorios resulta un tema tabú. “En una época en la que se considera que los sentimientos negativos de las madres, incluso aquellos subconscientes, son potencialmente tóxicos para sus niños, se ha

---

<sup>5</sup> Traducción libre de la autora.

<sup>6</sup> Cfr. acápite 2.1, p. 20.

<sup>7</sup> Cfr. acápite 2.1, p. 23.

convertido en una obligación disfrutar la maternidad”<sup>8</sup>. Para Tubert (1996), “el ideal de maternidad proporciona una medida común para todas las mujeres que no da lugar a las posibles diferencias individuales con respecto a lo que se puede ser y desear” (p. 10).

El ideal de la maternidad es solo eso: un ideal, no una verdad universal. Cada sociedad tiene sus creencias, mitos, símbolos y expectativas con respecto al ejercicio de la maternidad y no se puede sostener que unos sean mejores que otros (Thurer (2007). De alguna manera, “convirtiendo a las malas madres en el horror, ideando mecanismos para señalarlas y castigarlas, ponemos en cuarentena nuestras propias dolencias”<sup>9</sup> (Hannisberg & Ruddick, 1999, p. x). Las autoras Bassin, Honey y Kaplan, en *Representations of Motherhood* (1994) sostienen: “Crecer implica confrontar la separación maternal y aceptar el hecho de que ella tiene una vida propia”<sup>10</sup> (p. 47). En ese sentido, Badinter (1981) menciona lo siguiente: “En el fondo de nosotros mismos, nos repugna pensar que el amor maternal no sea indefectible. Tal vez porque nos negamos a cuestionar el carácter absoluto del amor de nuestra propia madre” (p. 14).

Por último, menciono que en esta investigación contemplo que la idealización de la maternidad viene acompañada, a su vez, de la idealización de la familia tradicional. O’Reilly (2016) denomina “normalización” a la prescripción que limita y restringe la identidad y práctica materna al modelo de la familia nuclear. “Wherein, the mother is a wife to a husband, and she assumes the role of the nurturer, whereas the husband assumes that of the provider” (p. 65).

### **2.2.3 La madre como primera responsable de la crianza y lo doméstico**

“El peso físico y psíquico de la responsabilidad de la mujer para con los hijos es, con mucho, la carga social más pesada”  
(Rich, 1976, p. 55).

---

<sup>8</sup> Traducción libre de la autora.

<sup>9</sup> Traducción libre de la autora.

<sup>10</sup> Traducción libre de la autora

“El cuidado como deber de género es uno de los mayores obstáculos en el camino a la igualdad por su inequidad. [...] debemos romper con la naturalidad del cuidado por género, etnia, clase, nación o posición relativa en la globalización”

(Lagarde, 2003, p. 3).

En este repertorio identifiqué tres características. La primera es que la madre asume de manera individual los trabajos y las responsabilidades de la crianza y los cuidados, sin que se considere un reparto equitativo de funciones entre madres y padres. La posición del padre es secundaria, adicional. Las mujeres actualmente participan en la esfera pública, sin que esto implique una mayor participación de los padres en las funciones domésticas. “Todo ello porque en la organización social hegemónica, cuidar es ser inferior”, sostiene Lagarde (2003, p. 2).

Los conceptos de maternidad y maternazgo no significan lo mismo. Ser madre puede implicar cuestiones biológicas como el parir. Pero, además, esta práctica se conjuga con factores físicos y emocionales (atención, cariño, cuidados) que son relativos al maternazgo y que pueden ser desempeñados tanto por madres como por padres. A pesar del mayor interés que cada vez más hombres demuestran en la crianza, distintas investigaciones han demostrado que no se compatibilizan las funciones domésticas, tomando en cuenta el tiempo, compromiso y equilibrio de la satisfacción (Fernández Pujana, 2014; Gómez Urrutia & Jiménez Figueroa, 2015; Royo Prieto, 2011, 2004). Lagarde sostiene al respecto:

Los hombres contemporáneos no han cambiado lo suficiente [...] No consideran valioso cuidar porque, de acuerdo con el modelo predominante, significa descuidarse: Usar su tiempo en la relación cuerpo a cuerpo, subjetividad a subjetividad con los otros”. (Lagarde, 2003, p. 2)

La segunda característica que abordé en el repertorio de “La madre como primera responsable de la crianza” es el carácter doméstico y privado con el que se conciben la maternidad y la crianza, sin ninguna trascendencia social ni política (O’Reilly, 2016, p. 65). Son las buenas madres, objetos cuidadores, quienes asumen activamente las funciones de crianza y el rol de garantizar el bienestar físico y

emocional de sus hijos e hijas al margen de cualquier contexto social, cultural, legal, político o económico. De esa manera, cada vez que a la madre se le presentan desafíos o dificultades en la crianza, la responsabilidad es exclusivamente de ella, nada tiene que ver el sistema (Johnston & Swanson, 2003).

La tercera característica que identifiqué en este repertorio es el modelo de crianza conocido como “crianza con apego” o “maternidad intensiva”, según la denomina Sharon Hays. Para esta autora (1996, p. 22, citada por Takševa, 2017, p. 155), la maternidad intensiva es un modelo dominante de género “that advises mothers to expend a tremendous amount of time, energy and money in raising their children and requiring that mothers hold their children in their minds at all times”. Este modelo nace en contraposición al modelo tradicional “antrocéntrico”, en el que los bebés debían acomodarse al ritmo de los adultos. *Bestsellers* como *Comer, amar, mamar* (2009) del pediatra Carlos González *Dormir sin lágrimas* (2007) de la psicóloga Rosa Jové, o *Amor o dominación* (2012) de la terapeuta Laura Gutman, representan este modelo de crianza, por citar algunos ejemplos (Saletti Cuesta, s. f., p. 8).

Coincido con Fernández Pujana (2014) en que “el concepto de maternidad intensiva, como tal, implica que no es extensiva, que por tanto es exclusiva para las mujeres y que en última instancia es excluyente para los hombres en tanto que no promueve su coparticipación y corresponsabilidad” (p. 32). Esta autora subraya que la intensidad con la que se concibe la crianza, en un contexto en el que los cuidados no reciben interés político ni institucional, “produce una perversa incoherencia que inevitablemente origina contradicciones, sentimientos de frustración y desasosiego en la vida de las madres” (p. 33).

#### **2.2.4 El modelo *superwoman***

“El resultado son millones de mujeres tradicionales-modernas a la vez.  
Mujeres atrapadas en una relación inequitativa entre cuidar y  
desarrollarse”  
(Lagarde, 2003, p. 2).

El cuarto repertorio materno que analizo impone a la mujer-madre una doble

jornada de trabajo: una como madre amorosa y dedicada en la esfera privada (trabajo sin remunerar) y otra jornada en la esfera pública como profesional eficiente que aporta a la economía familiar. En un contexto político, social y legal sin condiciones propicias para el reparto equitativo de las funciones domésticas y de crianza entre hombres y mujeres, en medio del auge de un modelo de crianza intensiva que enfatiza el apego, la lactancia (la Organización Mundial de la Salud aconseja amamantar durante dos años) y el colecho, a la “buena madre”, contradictoriamente, también se le exige que sea competitiva y esté inserta en el mercado. Para Hays (1998, p. 31, citada por Fernández Pujana, 2014, p. 32), “las complejas estrategias que las madres usan para afrontar estas lógicas contradictorias iluminan el tributo emocional, cognitivo y físico que deben pagar las madres de hoy”.

### **2.2.5 Los cuerpos femeninos y el mito de la belleza**

“[...] [E]l cuerpo femenino queda atrapado en un doble discurso que lo educa, que lo domestica, que lo construye. Uno, obscurantista y represivo, lleno de ignorancia, de culpas, de silencios y prejuicios; y, el otro, trivial y vanidoso, lleno de saberes acerca de la belleza, de las dietas, de las modas y rodeado de fantasías y de oropel”  
(Charles, 1989, p. 33, citado por Kogan, 1993, p. 46).

Para fines de esta investigación, me interesa tomar en cuenta en este repertorio la manera como los medios de comunicación influyen en la definición de la corporalidad femenina al promover estándares de belleza asociados, por ejemplo, con la delgadez, las formas bien definidas, la altura, la piel blanca y sin arrugas, el pelo sin canas, la nariz “respingada”. Las características corporales que difieren del patrón de belleza establecido son excluidas y discriminadas (Muñiz, 2014). Al respecto, Tubert menciona:

Hay una compulsión a amoldar el cuerpo a una imagen y el rechazo a las carnes que desbordan el límite ideal; ya no se trata de corregir un peso excesivo sino de hacer entrar el cuerpo en una forma imaginaria. (Tubert, 2010, p. 166)

De ahí la popularidad contemporánea de las cirugías estéticas y el despliegue de industrias asociadas a la moda, la cosmética, los tratamientos, los salones de belleza (Muñiz, 2014).

En la concepción actual del sujeto, el cuerpo es una creación más de la empresa personal. La sociedad prepara y alienta a los individuos para procurarse un cuerpo que ostente juventud, delgadez y sensualidad; en tanto que debemos rechazar el cuerpo decadente, envejecido o discapacitado. (Muñiz, 2014, s. p.)

En “Visual Pleasure and Narrative Cinema”, Mulvey (1999) analiza, desde la teoría psicoanalítica, cómo el acto de mirar eróticamente al otro en las películas establece las diferencias sexuales. Según esta autora, el inconsciente patriarcal divide el placer por mirar en masculino/activo y femenino/pasivo. En tal sentido, los hombres miran y producen el sentido, mientras que las mujeres son miradas. Siguiendo esa misma línea, Berger sostiene lo siguiente:

Los hombres miran a las mujeres y éstas observan cómo son miradas, lo que determina no sólo la mayor parte de las relaciones entre hombres y mujeres sino también la relación de la mujer consigo misma: al experimentar su cuerpo desde el lugar del observador masculino se transforman en un objeto, en particular un objeto visual. (Berger, 2004, citado por Tubert, 2010, p. 167)

Hasta nuestros días, se considera que la belleza y el cuerpo esbelto son una característica de la feminidad (Tubert, 2010; Muñiz, 2014; Bordo, 1993). Desde el feminismo, se ha reflexionado sobre cómo los modelos de belleza cosifican a la mujer e imponen un carácter de obligatoriedad, al mismo tiempo que se ha analizado el cuerpo femenino como una matriz reguladora desde la cual se construyen e imponen las diferencias sexuales (Muñiz, 2014).

Según Liuba Kogan (1993), “las mujeres no son solo cuerpos objetivados, son sujetos con cuerpos objetivados” (p. 44). Esta autora entiende el cuerpo como *locus*, “es decir, como lugar concreto, social e históricamente situado, a través del cual y en el cual se construye el género” (p. 37). Se trata, puntualmente, según Kogan, de un “*locus* dinámico de relaciones de poder” (con posibilidades de resistencia). A las mujeres se les

restringe la exploración de sus cuerpos y se “sobredimensiona la importancia del cuerpo en tanto portador de belleza” (p. 45). Kogan considera que el género se reproduce, entonces, a partir de la manera como se viste y decora el cuerpo. Desde que los niños y niñas son pequeños, se los socializa de manera diferenciada arreglando su apariencia con símbolos que los identifican como hombres o mujeres. Celeste para niños, rosado para niñas; ellos, pelo corto, pantalón y sin aretes; ellas, pelo largo, falda y aretes (p. 38).

### **2.3 El sistema binario sexo/género: o la ficción de un discurso “natural”**

A partir de un análisis de la noción de sexo abordada por Monique Wittig en “La categoría de sexo” (2006) y de una aproximación al concepto de performatividad desarrollado por Judith Butler en “Críticamente subversiva” (2002a) y en “El género en llamas: cuestiones de apropiación y subversión” (2002b), en este acápite planteo reflexionar sobre la maternidad hegemónica en occidente como el resultado de un régimen binario, jerárquico y coercitivo de sexo/género –o “matriz de género”, en términos de Butler (2002a)–. En tal sentido, las nociones de “buena” o “mala” madre se alejan del esencialismo y lo biológico y responden más bien a la imposición discursiva de dicho régimen binario y punitivo. Para dar cabida a modelos alternativos de maternidad es necesario cuestionar las normas de género dominantes e incluir en el marco inteligible social otras expresiones identitarias maternas. “La forma de acabar con esta dominación no es que las mujeres accedan al espacio público o logren algunos derechos que las igualen a los hombres, sino que hay que reconstruir de modo radical la sexualidad”, sostiene Lozano Estivalis (2001, p. 81).

El patriarcado, en tanto que implica una subordinación de la mujer en estructuras y ámbitos diversos (sexuales, afectivos, familiares, políticos, educativos, económicos, entre otros), “da cuenta de que estamos ante algo muy profundo e históricamente muy enraizado. Algo que no podremos erradicar con un simple reacomodo de algunos roles en lo sexual o social. Se trata de una forma de vida y de la ideología que la ha sustentado por miles de años” (Facio & Fries, 2005, pp. 260-261).

Actualmente, no solo los medios de comunicación, sino también otros agentes de socialización como la familia, la educación o la religión, continúan legitimando



discursos con características esenciales de género. Para Fernández (1993, p. 40), el listado de los atributos femeninos bien podría ser el listado de los defectos masculinos. El hombre es mediación, la mujer, inmediatez; el hombre es abstracción y cultura, la mujer, intuición y naturaleza. En tal sistema binario y jerárquico también se entiende al hombre/mujer como sujeto/objeto, público/privado y se normativizan los cuerpos. Quienes se alejan del patrullaje de las normas de género automáticamente se ubican en la categoría de lo abyecto.

¿Qué es lo femenino? ¿Qué es lo masculino? Ana María Fernández (1993) sostiene que, desde un lugar ilusorio de naturalidad y atemporalidad, el imaginario colectivo “instituye los géneros con tanta potencia que consolida las prácticas públicas y privadas de los individuos concretos” y “genera gran parte de sus procesos subjetivos” (p. 43). “Las relaciones de género inducen a pensar que la feminidad y la masculinidad es algo dado, cuando en realidad lo que es deseable en una mujer o un hombre, en una madre o un padre varía considerablemente según la sociedad y el momento histórico” (Royo Prieto, 2011, p. 15). De hecho, no existen dos culturales que coincidan en las diferencias establecidas entre masculinidad y feminidad (Lozano Estivalis, 2001, p. 35).

Ya lo dijo Wittig (2006, p. 22): “La ideología de la diferencia sexual opera en nuestra cultura como una censura, en la medida en que oculta la oposición que existe en el plano social entre los hombres y las mujeres poniendo a la naturaleza como su causa”. Para esta autora, la categoría mujer es una imposición del pensamiento dominante y heterosexual que se articula a partir de la diferenciación constitutiva de los sexos: una construcción artificial (social), ideológica, política y económica sedimentada a partir de la consideración de las mujeres como grupo “natural”. En nombre de esa “naturalidad”, a la mujer se nos asigna *a priori* –como si se tratara de un “ya ahí” de nuestro sexo, en términos de Wittig– una división tradicional del trabajo en la familia y un rol como primera responsable de la crianza y las tareas domésticas. “El destino de las mujeres es aportar tres cuartas partes del trabajo en la sociedad (tanto en la esfera de lo público como de lo privado), trabajo al que hay que añadir el trabajo corporal de la reproducción según la tasa preestablecida de la demografía” (p. 23). Para Wittig, la naturalización de la mujer no solo resulta opresiva y esclavizante, sino que no existe. Y la sociedad lesbiana es prueba de ello.

El problema, según esta autora, es que las relaciones de dominación resultan muy difíciles de asumir conscientemente, sobre todo para el grupo dominado, en tanto que impregnan los disímiles discursos y se establecen como una cuestión de “sentido común”. Aunque los “esclavos” se rebelen y empiecen, finalmente, a luchar, “los amos” siempre recurrirán a las diferencias naturales del sexo para justificar, en este caso, la posición subalterna de la madre con respecto al padre. “Por su parte, los hombres saben perfectamente que dominan a las mujeres (“Somos los amos de las mujeres”, dijo André Breton) y han sido educados para hacerlo. No necesitan decirlo constantemente, pues rara vez se habla de dominación sobre aquello que ya se posee” (Wittig, 2006, pp. 23-24). Frente a esta dinámica asimétrica de poder tan enraizada en nuestra sociedad y cultura, la autora plantea dismantlar la categoría de sexo, quitarnos esa camisa de fuerza, para que las mujeres empecemos a existir (p. 28). “Es la opresión la que crea el sexo, y no al revés” (p. 22).

Hemos visto al inicio de este capítulo que la teoría feminista de la década de 1970, influenciada por Simone de Beauvoir y su célebre frase “No se nace mujer: llega una a serlo”, buscó separar la naturaleza de la cultura y sentó las bases para concebir al género como una construcción social y cultural que impone roles, funciones, espacios o atributos a cada sexo, al mismo tiempo que establece relaciones asimétricas de poder entre hombres y mujeres. Concebir así al género permitió, y permite, sin duda, explicar y denunciar las prescripciones opresivas asignadas históricamente a la mujer. Sin embargo, en palabras de Sabsay (2010), “el género entendido como una categoría que designa la desigualdad social entre los sexos, parecería dejar a un lado la pregunta por cómo se configuran estos últimos” (p. 123).

El feminismo posestructuralista y la teoría *queer* desafían la tajante división sexo/género y las asociaciones del sexo como lo biológico/natural/inmutable frente a las del género como lo cultural/social/histórico. Judith Butler considera que es, paradójicamente, el binarismo sexo/género el que habilita la persistencia de las diferencias sexuales (Sabsay, 2010). Para ella, el sexo no es un hecho natural sobre el que se configuran las representaciones de género: el sexo es, en sí mismo, una construcción discursiva y cultural que establece oposiciones convencionales que normativizan las identidades y los cuerpos. En *Cuerpos que importan*, menciona lo siguiente:

El “sexo” no es pues sencillamente algo que uno tiene o una descripción estática de lo que uno es: será una de las normas mediante las cuales ese “uno” puede llegar a ser viable, esa norma que califica un cuerpo para toda la vida dentro de la esfera de la inteligibilidad cultural. (Butler, 2002b, p. 19)

Wittig (2006), antecesora de Butler, plantea que el sexo es una ficción con consecuencias materiales graves y opresoras; el enemigo al que hay que erradicar de raíz. En “El género en llamas: cuestiones de apropiación y subversión”, Butler (2002b) coincide con Wittig en que el sexo no es un hecho natural, pero no busca aniquilar la noción de sexo ni la de género, aunque se hayan concebido en un régimen opresor: propone más bien una transgresión de las normas binarias y una apropiación y elaboración de tales términos que ofrezcan nuevos sentidos y posibilidades.

[...] [P]recisamente porque tales términos han sido engendrados y limitados dentro de esos regímenes, deben repetirse en direcciones que inviertan y desplacen sus propósitos originarios. Uno no debe mantenerse a una distancia instrumental de los términos mediante los cuales se siente violado. (Butler, 2002b, p. 182)

Lo urgente y necesario para dicha autora es desnaturalizar la matriz heterosexual con la finalidad de ofrecer nuevas resignificaciones de términos dominantes que producen exclusiones “hacia un futuro más capacitador”, como menciona en “El género en llamas: cuestiones de apropiación y subversión” (2002b, p. 199). En este trabajo, siguiendo a Butler (2002a, 2002b), considero que la maternidad hegemónica obra como una performatividad. El fin máximo de Butler con la noción de performatividad es resistir la violencia que se impone en las normas de género sexual, las cuales, como menciona en “Críticamente subversiva” (2002a), “operan exigiendo la encarnación de ciertos ideales de feminidad y masculinidad” (p. 65). Para esta autora, la performatividad es un actuar reiterativo en función de las normas sociales que nos constituyen y que son invocadas, a modo de ritual, en el discurso: “el efecto de un régimen que regula las diferencias sexuales” (p. 64).

La feminidad o la masculinidad no es, entonces, según Butler (2002a), el resultado o producto de una elección, “sino la cita forzosa de una norma cuya compleja

historicidad es inseparable de las relaciones de disciplina, regulación y castigo” (p. 66). Es a partir de esas reglas genéricas previas que nos formamos como sujetos y tenemos “derecho a ser ‘alguien’” (p. 66). Para esta autora, entender que el género es performativo implica, en primera instancia, atender al hecho de que nadie es un género, “el género no es lo que somos sino lo que hacemos”<sup>11</sup> (p. 55). Todo el tiempo realizamos actos y asumimos roles (*performances*) para consolidarnos como hombres y mujeres frente a una sociedad que establece, desde criterios biologicistas y esencialistas, las diferencias sexuales. Precisamente ese poder y efecto que tiene el discurso para modelar al sujeto, encarnarse en roles y acciones y provocar aquello que nombra es lo que Butler asocia con la noción de performatividad (pp. 56-57).

Ahora bien, el concepto de performatividad no significa que el género es “una elección, un rol, una construcción que uno se enfunda al igual que se viste cada mañana”, advierte Butler en “Críticamente subversiva” (2002a, p. 63). Tal afirmación implicaría reducir la performatividad a la *performance*. Es crucial establecer sus diferencias. Por un lado, la *performance* implica, como mencioné anteriormente, que el sujeto asuma, efectivamente, una representación de ciertas posiciones y roles correspondientes a las categorías unívocas de hombre o mujer. Pero, al mismo tiempo, lo que se representa también oculta o niega aquello que se considera “irrepresentable”, “opaco”. En tal sentido, “no podemos llegar a la conclusión en ningún caso de que la parte del género que se representa es por consiguiente la ‘verdad’ del género”, sostiene la autora (p. 69).

A diferencia de la *performance*, Butler (2002a) explica que la teoría de la performatividad se concentra en los efectos y el poder que se ejerce a través del discurso a partir de la invocación y la repetición de una serie de reglas, tabús y prohibiciones heteronormativas. El discurso ejerce poder en tanto que hace eco de una historia, “de un conjunto de prácticas autoritarias precedentes” (p. 58). La historicidad es, pues, una característica constitutiva de la práctica discursiva. En palabras de la autora, “no hay término o afirmación que pueda intervenir de manera performativa sin la historicidad del poder” (p. 59). Es precisamente esta construcción discursiva, en tanto histórica y

---

<sup>11</sup> Palabras que la traductora de Judith Butler introduce a pie de página en “Críticamente subversiva” (Butler, 2002a, p. 55).

reiterativa de las normas, la que posibilita y condiciona la formación y los actos del sujeto (p. 57). Es decir, el discurso precede al sujeto, y los actos de este emergen en el contexto de las convenciones citadas. “No hay un yo que exprese una elección o ejerza su voluntad mediante el discurso. Al contrario, ese ‘yo’ solamente empieza a existir a partir del momento en que se le llama, se le nombra [...]” (p. 57). De ese modo, la teoría de la performatividad “descentraliza la idea presentista del sujeto como origen y como propietario de aquello que dice” (p. 59).

A partir de lo abordado hasta el momento, planteo una inquietud: si no hay un sujeto que decide sobre su género, si el género no es el efecto de una elección y si la performatividad es ese poder que tiene el discurso para producir lo femenino y masculino a través de la reiteración de ciertas normas, ¿dónde queda nuestra agencia como sujetos? ¿Existen límites en la construcción discursiva y cultural del género? Sobre estas cuestiones me detendré a continuación. Butler reconoce en “Críticamente subversiva” el hecho de que el género es una construcción cultural y que palabras como “mujeres”, “marica”, “gay” o “lesbiana”, por ejemplo, nos definen antes de que tengamos plena conciencia de ellas (Butler, 2002a, p. 61). Sin embargo, para esta autora, la noción de performatividad de género puede ser una forma de resistencia hacia las normas de género, en tanto refutemos los usos homofóbicos y misóginos de ciertos términos indagando en los “objetivos con que se utilizan y, sobre todo, en qué relaciones de poder se han forjado tales categorías” (p. 62).

En “El género en llamas: cuestiones de apropiación y subversión” (2002), Butler también aborda la ambivalencia y la desobediencia en los límites discursivos y la posibilidad de ilegitimar las normas que producen al sujeto. De hecho, teorizar sobre el travestismo es, de por sí, una crítica al régimen unívoco de sexo, una interpelación a los regímenes hegemónicos, una desmitificación de los ideales de género. Si bien no existe, como precisa Butler (2002b), una relación necesaria entre el travesti y la subversión de las normas de género, en el sentido de que “el travestismo bien puede utilizarse tanto al servicio de la desnaturalización como de la reidealización de las normas heterosexuales hiperbólicas de género” (p. 184), el travestismo sí puede entenderse subversivo en tanto que “desafía la pretensión a la naturalidad y originalidad de la heterosexualidad” (p. 183).

Esto de “ser hombre” o “ser mujer” son cuestiones internamente inestables. Están siempre acosadas por la ambivalencia precisamente porque toda identificación tiene un costo, la pérdida de algún otro conjunto de identificaciones, la aproximación forzada a una norma que uno nunca elige, una norma que nos elige, pero que nosotros ocupamos, invertimos y resignificamos, puesto que la norma nunca logra determinarnos. (Butler, 2002b, p. 186)



### CAPÍTULO 3

## LOS DISCURSOS MATERNOS SEGÚN EL ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO

### 3.1 Sobre el Análisis Crítico del Discurso

Entre las diferentes perspectivas desarrolladas para el análisis del discurso, en esta investigación opto por el Análisis Crítico del Discurso –de ahora en adelante, ACD–, debido al interés fundamental que esta disciplina sostiene por develar y problematizar los sistemas de creencias y las complejas relaciones de poder que contienen en el discurso, propósito que inspira y guía este trabajo. El ACD analiza el discurso centrándose en los problemas sociales y, más específicamente, en cómo se producen, reproducen, legitiman o resisten el abuso de poder y la desigualdad social en los textos (escritos o hablados) en un escenario social específico (van Dijk, 2016; Wodak & Meyer, 2003, p. 19; Fairclough, 1992).

Consolidado en la década de 1980, el ACD nace desde la lingüística crítica y recibe la influencia de la teoría crítica de la Escuela de Fráncfort, con la intención de dar al discurso un enfoque social; es decir, con el propósito de ubicar al discurso, en primera instancia, como un elemento que forma parte de la práctica social y que es un modo de acción y una herramienta para significar el mundo y actuar en él (Fairclough, 1992). El ACD parte de una “actitud”, según van Dijk, y busca ser un saber riguroso que comprenda la relación que se establece entre el discurso (actividad comunicativa humana), las estructuras sociales y los procesos de cognición (van Dijk, 2003, p. 145). El ACD reconoce que la actitud e investigación crítica es un saber sesgado. Pero, también, que el sesgo no implica, *a priori*, un mal saber; sobre todo si lo que se busca es visibilizar la realidad de una minoría o de un grupo en situación de opresión, como las mujeres, sugiere van Dijk (2003, p. 144).

Mientras que el estructuralismo de Saussure sostiene que el lenguaje es un vehículo de comunicación y transmisión de contenidos dominados por leyes gramaticales, el reflejo lingüístico de una realidad que ya existe, el ACD sostiene que el lenguaje no es un mero reflejo de lo social, sino que es en sí mismo un elemento de la práctica social que constituye y produce la realidad y que, por lo tanto, ofrece

posibilidades de cambio. El ACD, a diferencia de la lingüística tradicional, entonces, considera que el lenguaje es un elemento social activo capaz de producir transformaciones simbólicas y materiales en la sociedad (Fairclough, 1992, 1995; van Dijk, 2016).

Antes de la lingüística crítica, algunos enfoques destacaron el rol agentivo del discurso. El lingüista sistémico funcional Michael Halliday, en *Lenguaje y semiótica social* (1978) e *Introducción a la gramática funcional* (1985), por ejemplo, hizo referencia al lenguaje como una elección de palabras. Para este autor, los hablantes tienen la capacidad de elegir y decidir, de manera consciente o inconsciente, cómo nombrar una realidad, qué palabras usar y cuáles no. Pero fue recién la lingüística crítica la que profundizó teóricamente en las condiciones sociales que motivan la elección de determinadas palabras, en el porqué de las decisiones lingüísticas y en las relaciones de poder que se establecen en los textos<sup>12</sup>.

El ACD considera que los significados dominantes cumplen un rol con respecto al mantenimiento del *statu quo* (Fairclough, 1992; van Dijk, 2016) y que las formas, diferencias u omisiones en el uso del lenguaje revelan desigualdades de poder. Van Dijk (2016) entiende al poder social en relación con el control. “Así, los grupos tienen (más o menos) poder si son capaces de controlar (más o menos) los actos y las mentes de (los miembros de) otros grupos” (p. 207). Este autor menciona que el poder no implica, necesariamente, “actos abusivos”, sino “acciones naturalizadas en la vida cotidiana (Foucault 1980), como es típicamente el caso de las muchas formas habituales de sexismo o racismo (Essed, 1991)” (p. 207).

Según Fairclough (1995), siguiendo “una teoría de poder basada en el concepto de hegemonía de Gramsci” (p. 175), se puede entender que el poder no emana de una sola persona de manera fija, sino que está en constante negociación. Todos estamos implicados en su circulación. El poder no es algo que se posee, sino que se ejerce<sup>13</sup>. “El

---

<sup>12</sup> Apuntes del curso Análisis Crítico del Discurso, ciclo 2018-1, dictado por Carolina Arrunátegui como parte de la Maestría de Estudios Culturales.

<sup>13</sup> Apuntes del curso Análisis Crítico del Discurso, ciclo 2018-1, dictado por Carolina Arrunátegui como parte de la Maestría de Estudios Culturales.



poder es entendido, por un lado, en términos de asimetrías entre los participantes de los eventos discursivos, y, por el otro, en tanto desigual capacidad de controlar cómo los textos son producidos, distribuidos y consumidos en contextos socioculturales particulares” (Fairclough, 1995, p. 2).

Hasta aquí he buscado una aproximación al Análisis Crítico del Discurso destacando el especial interés de esta teoría y método en develar las relaciones de poder que contienen en el discurso. En el acápite siguiente profundizaré en el concepto de discurso siguiendo especialmente la propuesta de Fairclough (1992).

### **3.2 El discurso como práctica social**

“El sentido no está en el objeto, persona o cosa, ni está en la palabra. Somos nosotros quienes fijamos el sentido de manera tan firme que, después de cierto tiempo, parece ser una cosa natural e inevitable. El sentido es construido por el sistema de representación”  
(Hall, 2010, p. 451).

Van Dijk (2002) destaca que los discursos son acontecimientos comunicativos que cumplen un papel crucial en “la expresión y (re)producción de las cogniciones sociales, como los conocimientos, ideologías, normas y valores” (p. 19). Así, los discursos contienen, transmiten y elaboran representaciones sociales (formas de cognición) a partir de las cuales las personas construyen, entienden, clasifican, explican o evalúan la realidad; tales representaciones, según van Dijk, cumplen una función en “la reproducción social de la dominación” (p. 20). Para Hall (2010, p. 447), “la representación es una parte esencial del proceso mediante el cual se produce el sentido y se intercambia entre los miembros de una cultura”.

Silvia Tubert (1996) sostiene que “las representaciones que configuran el imaginario social de la maternidad tienen un enorme poder reductor –todos los posibles deseos de las mujeres son sustituidos por uno: el de tener un hijo– y uniformador –en tanto la maternidad crearía una identidad homogénea de todas las mujeres–” (p. 9). Esta autora busca resaltar, pues, el rol que desempeñan las representaciones maternas como “productoras y portadoras de sentido al mismo tiempo”.

El orden simbólico de la cultura crea determinadas representaciones, imágenes o figuras atravesadas por relaciones de poder, de modo que el orden dominante es el resultado de una imposición, de unos discursos y prácticas sobre los otros, articulada con el ejercicio de poder de los hombres-padres como grupo o colectivo sobre las mujeres como grupo social. (Tubert, 1996, p. 9)

Distintos autores y autoras, desde el marco analítico del Análisis Crítico del Discurso (Fairclough, 1992) y también desde otras disciplinas que conversan con esta perspectiva crítica y que han influenciado en sus planteamientos, como los estudios culturales de la comunicación (Hall, 2010, 2003) y la psicología discursiva (Burr, 2003; Edley, 2001), coinciden en entender, a partir de un enfoque construccionista, que el sentido y las identidades de las personas se producen en relación con los discursos sociales y culturales disponibles en un momento histórico determinado. Es decir, sostienen que el discurso es una práctica social que proporciona marcos de referencia a partir de los cuales actuamos e interpretamos la realidad y a nosotros mismos. Las autoras Calsamiglia y Tusón sostienen lo siguiente:

Hablar de discurso es, ante todo, hablar de una práctica social, de una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito. El discurso es parte de la vida social y a la vez un instrumento que crea la vida social. (Calsamiglia & Tusón, 2015, p. 1)

Existe una dualidad entre los conceptos de “discurso” y “práctica”. Nigel Edley (2001, p. 192), desde la psicología crítica discursiva, evidencia de modo bastante claro cómo las ciencias sociales, tradicionalmente, han establecido una distinción entre las palabras (el lenguaje o el discurso) y las acciones (los hechos, la práctica). Pero para la psicología discursiva y para el Análisis Crítico del Discurso no existe tal dicotomía: el discurso es en sí mismo una práctica, un modo de actuar en la sociedad que produce tanto efectos simbólicos (derivados de un marco de interpretación disponible, *frame*) como materiales (Edley, 2001; Fairclough, 1992).

Edley (2001) prefiere usar el concepto de repertorios interpretativos antes que el de discurso, y considera que, aunque vinculados estrechamente por estar comprometidos con el concepto de ideología, los repertorios interpretativos se

concentran en resaltar la agencia del sujeto. Para este autor, los repertorios interpretativos son las bases del entendimiento social. Se trata de formas coherentes de hablar sobre los objetos o eventos en el mundo y de diferentes recursos lingüísticos, que la persona decide y elige para nombrar, evaluar o hablar sobre una realidad. Cada repertorio interpretativo implica, por tanto, que la persona asuma ciertas posiciones identitarias. Para identificar los repertorios interpretativos en un texto, el analista debe encontrar patrones, metáforas, figuras o argumentos que se repitan al hablar. Según Edley (2001), las conversaciones están hechas de una suerte de “*collage*” de diferentes repertorios interpretativos. A diferencia de los discursos, los repertorios interpretativos implican una visión menos monolítica y más fragmentaria.

Fairclough (1992), por su parte, sostiene que el discurso contribuye a construir, representar y significar el mundo. Propone que existe una relación dialéctica –es decir, en dos direcciones– entre el discurso y la estructura social. Por un lado, la realidad modela y limita al lenguaje a partir de ciertas categorías sociales (raza o género, por ejemplo), convenciones, normas o relaciones institucionales; y, por otro, el lenguaje da forma al orden social, e interviene en (1) la construcción de identidades, (2) relaciones sociales y (3) sistemas de conocimientos y creencias. En palabras de Fairclough: “Las situaciones, las instituciones y la estructura social dan forma al evento discursivo, pero también el evento les da forma a ellas” (Fairclough, 2003, p. 258).

En esta investigación sigo especialmente su propuesta sobre discurso. La particularidad de su planteamiento consiste en que contempla al discurso desde una triple dimensión: texto, práctica discursiva y práctica social, y que busca proyectar en cada investigación, precisamente, esas tres formas de análisis. En tal sentido, Fairclough entiende los discursos no como materiales meramente lingüísticos (que pueden ser escritos o hablados), sino como huellas de procesos sociales más amplios.

La primera dimensión que propone Fairclough (1992), la textual, es un análisis de forma-contenido que contempla las siguientes variables: vocabulario, gramática, cohesión y estructura textual. El autor reconoce que las personas toman decisiones, conscientes o inconscientes, con respecto a la elección de ciertas palabras y formas de nombrar una realidad, y que detrás de dichas decisiones existen razones sociales.

En la dimensión de práctica discursiva, Fairclough se refiere a los procesos de producción, consumo (incluye interpretación) y distribución. Las competencias individuales del analista deben complementarse, pues, con conocimientos sobre las convenciones y el modo de producción en los que se desenvuelve el evento comunicativo. Fairclough menciona dos conceptos claves para el análisis de la práctica discursiva: la intertextualidad y los recursos participantes. La intertextualidad es el diálogo del texto con otros textos e involucra no solo al proceso de producción, sino también al de interpretación, en tanto que las personas traen consigo una serie de otros textos. Los recursos participantes, en tanto, son aquellos conocimientos previos que las personas tienen del orden social.

Por último, en la dimensión del discurso como práctica social, Fairclough contempla la ideología y las relaciones de poder. Para este autor, la práctica social es el fin máximo de todo análisis. Según Fairclough, el poder de una práctica discursiva está asociado a una postura ideológica particular que ocupa un lugar de dominancia con respecto a otras posturas alternativas. Fairclough no asume que las personas son concientes de la dimensión ideológica de sus discursos, sino que la ideología responde a costumbres interiorizadas que actúan como si se tratase del “sentido común”.

### **3.3 Ser madre: la construcción de una identidad en el discurso**

Lo que he buscado hasta aquí, en síntesis, es ubicar al discurso como una práctica social y un modo de actuar en el mundo, que responde a determinadas relaciones de poder. En este acápite busco destacar lo siguiente: quiénes somos debe entenderse en relación con las prácticas discursivas de un entorno que posicionan al sujeto en un marco de interpretación. En tal sentido, los discursos sobre maternidad en los medios de comunicación, y en otros agentes de socialización, necesariamente enfatizan, visibilizan o invisibilizan, a través de diferentes relaciones de poder, representaciones que determinan lo que se espera de una madre.

Los discursos producen y revelan tres identidades o posiciones del sujeto. Así, pues, cada vez que utilizamos el lenguaje revelamos algo sobre nosotros mismos (la identidad de quien habla), sobre el interlocutor (a quien se habla) y sobre la identidad de la persona de la que se habla. De ahí que todo análisis de las identidades en el discurso

debe implicar un cuestionamiento sobre cómo la persona se construye a sí misma y a los demás (además de qué estrategias retóricas utiliza para lograrlo)<sup>14</sup>.

Vivien Burr (2003), desde la psicología discursiva y el construccionismo social, sostiene que las opiniones y actitudes de las personas, e incluso sus características de temperamento, son un efecto del lenguaje. Esta autora se concentra especialmente en analizar cómo se contruyen las identidades a partir de la interacción y los discursos. Según ella, las identidades no se forman de manera individual; es decir, no provienen del interior de las personas, sino que se construyen colectivamente, a partir de determinados discursos culturales disponibles en la interacción (discursos sobre la edad, la educación, la etnicidad, el género)<sup>15</sup>. En este acápite, precisamente, me propongo profundizar en esta relación identidad-discurso.

Burr (2003) hace referencia directa a los discursos dominantes de la maternidad y menciona ciertos efectos que estos producen, como la construcción de una identidad materna normativa y esencialista o la sensación de culpabilidad. Frente a esto, Burr se pregunta qué estructuras sociales se encuentran detrás de esta experiencia construida desde la opresión social. En tal sentido, cuando Burr apuesta por analizar la construcción social del significado, lo que propone es trasladar la explicación de la conducta del individuo hacia la interacción social (p. 122).

Siguiendo la propuesta de Burr, que sintoniza con las de Hall (2003) y Butler (1990), considero que las identidades, antes que estáticas y unificadas, son construcciones sociales cambiantes, complejas, múltiples y contradictorias. Según Butler (1990), implican constantes improvisaciones en un escenario constrictivo. Constrictivo en tanto que “[...] las normas sociales que constituyen nuestra existencia conllevan deseos que no se originan en nuestra individualidad” (p. 15). En palabras de Hall (2003), “las identidades son puntos de adhesión temporaria a las posiciones

---

<sup>14</sup> Apuntes del curso Análisis Crítico del Discurso, ciclo 2018-1, dictado por Carolina Arrunátegui como parte de la Maestría de Estudios Culturales.

<sup>15</sup> Apuntes del curso Análisis Crítico del Discurso, ciclo 2018-1, dictado por Carolina Arrunátegui como parte de la Maestría de Estudios Culturales.

subjetivas que nos construyen las prácticas discursivas. Son el resultado de una articulación o encadenamiento exitoso del sujeto en el flujo del discurso [...]” (p. 20).

La psicología discursiva denomina “posiciones del sujeto” al proceso mediante el cual se producen y construyen las identidades a través del discurso. Subrayo que en ese mismo sentido utilizo dicho concepto en mi investigación. Althusser (1971, mencionado por Edley, 2001, p. 209) sostiene que las identidades que adopta el sujeto son un efecto del aparato ideológico. Es decir, que la manera como las personas se perciben y sienten a sí mismas, y al mundo, es producto de un régimen discursivo (Edley, 2001). El concepto de interpelación de Althusser sostiene que “el discurso (la ideología) nos ‘llama’ y se dirige a nosotros como un determinado tipo de persona; cuando nos reconocemos en ese discurso nos ‘convertimos’ en esa persona” (Arrunátegui, 2018, p. 5). Siguiendo esa idea, el malestar del sujeto se origina cuando este no se reconoce en los discursos socialmente disponibles.

Según Burr (2003), toda posición del sujeto en el discurso trae consigo una serie de responsabilidades, deberes, limitaciones o derechos, e implica también la adopción de un número limitado de imágenes, metáforas o conceptos. Para esta autora, al interactuar contextualizamos previamente la situación y nos posicionamos a partir de ciertos roles y discursos disponibles que enmarcan nuestra experiencia y formas de sentir, definen nuestra identidad y modelan un comportamiento.

Las posibilidades de identidad que se construyen en un determinado contexto social –es decir, las posiciones del sujeto que los individuos son llamados a ocupar en los diferentes tipos de discurso– van a tener un componente ideológico esencial, y van a depender de las relaciones de poder que en ese momento existan en la formación social en la que nos encontramos. (De Gregorio, 2003, p. 498)

En el siguiente subcapítulo, me detendré en el concepto de ideología, destacando la agencia y las posibilidades de resistencia del sujeto. Como sostiene Burr (2003), de la misma manera como las personas aceptan y se identifican con ciertas identidades impuestas en el discurso, también pueden rechazarlas.

### 3.4 Ideología dominante y resistencia

Para Thompson (1990, citado por Wodak, 2003, p. 30), “la palabra ideología se refiere a las formas y a los procesos sociales en cuyo seno, y por cuyo medio, circulan las formas simbólicas en el mundo social”. Para este autor, el estudio de la ideología es “el estudio de las formas en las que se construye y se transmite el significado mediante formas simbólicas de distintos tipos” (Wodak, 2003, p. 30). Para van Dijk (2005b), las ideologías son sistemas de creencias socialmente compartidas que subyacen en las representaciones sociales y que son adquiridas y expresadas a través del discurso. Pero no se trata de cualquier tipo de creencias, como las elaboradas en el conocimiento sociocultural o las actitudes sociales, “sino que son más fundamentales o axiomáticas. Ellas controlan y organizan otras creencias socialmente compartidas” (p. 10).

Ahora bien, las ideologías, como sostienen Rothman (1994) y van Dijk (2005a, p. 18), no son necesariamente “negativas”. Orientan nuestras experiencias, nos ofrecen una manera particular de mirar y estructurar el mundo y pueden hacernos ver y entender cosas. Pero, en tanto que se trata de un conjunto de creencias axiomáticas, también pueden cegarnos, “close our eyes to our own lived reality, our own experiences, our own bodies” (Rothman, 1994, p. 139). El dominio ideológico o hegemonía, según Antonio Gramsci (1971, citado por van Dijk, 2005a, p. 17), implica, precisamente, que los grupos dominados terminen aceptando la visión del mundo de los grupos dominantes como si se tratase de una cuestión natural o como parte del “sentido común”.

Edley (2001, p. 190) reconoce que ciertas formas de significar el mundo pueden resultar hegemónicas o dominantes en tanto que asumen ciertos hechos o descripciones como verdades absolutas e inamovibles. Por ello, para este autor, el objetivo del análisis del discurso es cuestionar los procesos de normalización/naturalización y los intereses que están detrás de un discurso. Edley emplea el término “dilemas ideológicos”, antes que el de “ideología”, para resaltar que el “sentido común” sin duda propone modos de pensar y de actuar, pero no desde un significado único, integrado y coherente, sino fragmentado. Según este autor, el “sentido común” se construye a partir de distintos argumentos que compiten entre sí y que pueden resultar contradictorios (p. 203). Siguiendo esa idea, la maternidad puede ser entendida, por ejemplo, como “lo más maravilloso que le pasa a una mujer”, pero también, a partir de una metáfora, como

“jaula”, por citar un dilema ideológico encontrado en esta investigación, como se verá en el capítulo 5, “Análisis de casos”.

Al referirme a discursos dominantes, entiendo que, aunque puedan coexistir distintos discursos en los espacios de socialización, existen, siguiendo a Lozano Estivalis (2001), “realidades discursivas que son silenciadas” y “un orden simbólico basado en la dominación” (p. 31). Martínez Bennloch (1996) coincide con Lozano Estivalis (2001) y sostiene que “esa invisibilidad se ha debido, en gran parte, a que esas otras miradas, las miradas de las mujeres, por tanto diferentes y heréticas respecto al orden del discurso, legitimaban un sentir propio y distinto del orden dominante” (p. 52).

Según Stuart Hall (1980), los discursos dominantes tienen el sello de un patrón político e ideológico y se han convertido ellos mismos en portadores de un orden institucionalizado. Mantienen el propósito de “dirigir como legítima la decodificación de un evento [...]” (p. 7). Los textos sobre maternidad que se reproducen en las revistas femeninas son, pues, un material privilegiado para el análisis de la ideología patriarcal. “Alrededor de la maternidad gravita el discurso más arraigado que legitima el poder masculino [...] Aquí afloran sus contradicciones y perversidades dando lugar a las más llamativas e intolerables disidencias” (Mojzuk, 2014, p. 3).

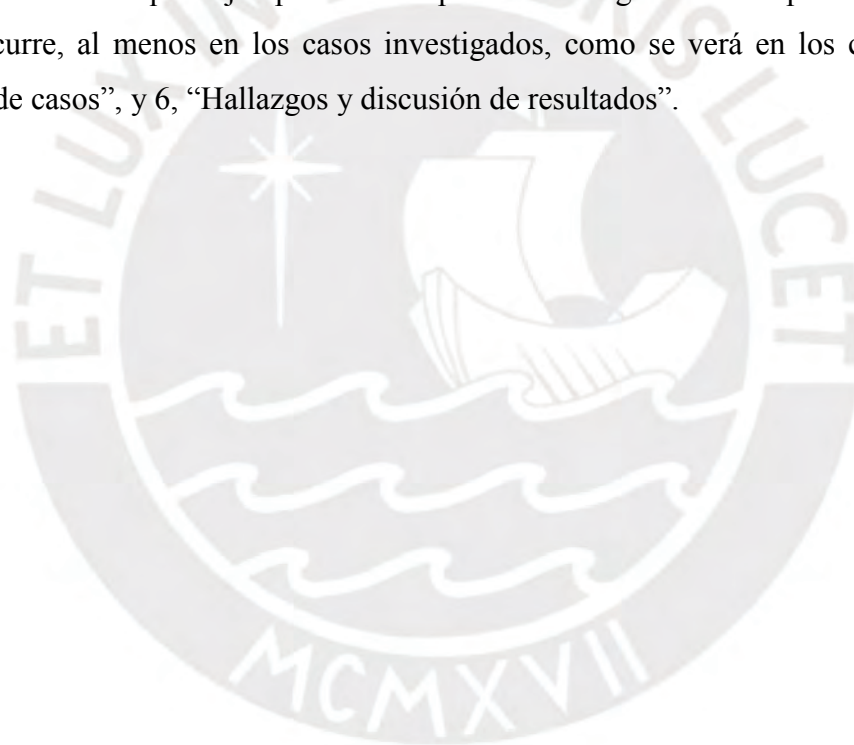
Tomando en cuenta lo analizado hasta aquí, considero al discurso, en síntesis, como una práctica activa y viva de lo social, en la que se representa y significa un tema de la realidad (la maternidad) a partir de determinadas estructuras sociales dominantes y relaciones asimétricas de poder (patriarcado, medios de comunicación) que contribuyen e influyen en la configuración de identidades, comportamientos, relaciones, creencias, emociones, y conocimientos de las mujeres-madres. Pero también subrayo que, desde el discurso, el sujeto puede proponer nuevas significaciones e interpretaciones y ofrecer posibilidades de cambio.

Burr (2003) plantea que las personas cumplen un rol activo en tanto que pueden aceptar o rechazar las identidades que les son impuestas en el discurso. Pueden también, según esta autora, posicionarse en uno u otro discurso con base en sus intereses y producir nuevas representaciones y repertorios interpretativos. Burr reconoce, pues, que los discursos implican una negociación constante con el poder y que, finalmente, los



significados, como se producen desde una mirada y un contexto cultural particular, pueden cambiar en el tiempo: no son naturales ni inmutables.

Fairclough (1992) también es cauteloso con respecto a la determinación que ejercen los discursos. Considera que la práctica discursiva ofrece posibilidades creativas y está mediada por la interpretación, y la reconoce como una dimensión contradictoria, sometida a pugnas y resistencias y en permanente construcción. Para este autor, el discurso es un elemento social activo capaz de subvertir las relaciones de poder. El sujeto puede ejercer prácticas de liberación, resistencia y resignificar las normas establecidas. En tal sentido, los discursos maternos emitidos desde diversos mecanismos de poder, como los medios de comunicación, pueden contribuir a la deconstrucción de modelos dominantes que dejan poca cabida para la heterogeneidad. El problema es que esto no ocurre, al menos en los casos investigados, como se verá en los capítulos 5, “Análisis de casos”, y 6, “Hallazgos y discusión de resultados”.



## CAPÍTULO 4

### EL BINOMIO MUJERES/MEDIOS COMO UN PRODUCTO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES

#### 4.1 Investigaciones pioneras

Durante la década de 1970 se realizaron las primeras investigaciones enmarcadas desde los estudios culturales que, sintonizando en varios aspectos con la teoría crítica feminista, se interesaron en problematizar la relación entre los medios de comunicación y las mujeres: binomio que precisamente constituye el objeto de estudio en esta investigación (Mattelart, 1981, 2005; Laudano, 2010). El campo interdisciplinario de los estudios culturales (Escuela de Birmingham) nació en la década de 1950 en Inglaterra de la mano de teóricos como Raymond Williams, Richard Hoggart y Edward Thompson, quienes, influenciados por el estructuralismo, el marxismo y la semiótica, buscaron reivindicar la cultura de las clases populares. En palabras del filósofo inglés Douglas Kellner (1995), las teorías críticas de los estudios culturales buscan “concederles poder a los individuos dándoles las herramientas para criticar las formas, imágenes, narraciones y géneros de la cultura dominante” (p. 69). Así, las investigaciones pioneras con respecto a las mujeres y los medios, como se verá, no fueron ajenas a tal influencia y propósito.

Desde un enfoque estructuralista, autoras clave de este período inicial, como Judith Williams (1976) o Michèle Mattelart (1981), se concentraron en analizar las dimensiones ideológicas de la publicidad, la prensa y la televisión, a fin de identificar y visibilizar los estereotipos de género y la violencia simbólica con los que se representaba a la mujer. Por su parte, Williams, a partir de un análisis crítico del discurso, concluye, en *Decoding Advertisement. Ideology and Meaning in Advertising* (1976), que el discurso publicitario en Inglaterra era portador de una ideología prescriptiva que imponía determinados comportamientos en las receptoras/consumidoras.

Asimismo, la autora belga Michèle Mattelart (1971, citada por Laudano, 2010), emblemática en la investigación de las revistas femeninas, descifra en *Apuntes sobre lo moderno: una manera de leer las revistas ilustradas* la representación universal de una

imagen de mujer burguesa frívola en las revistas femeninas de Chile (país en el que vivió durante 10 años). Para esta autora, al mismo tiempo que se naturalizaba el hogar como lugar esencial de la feminidad, se ofrecía una ilusión de modernidad a partir de la moda y los cosméticos, los cuales se presentaban como “aspiración y reconciliación de todas las mujeres” y como “propuestas de sustitución de una conciencia crítica” (Mattelart, 1971, citada por Laudano, 2010, p. 43).

En palabras de Mattelart (1982, citada en Emakunde, 2008, p. 9): “Los medios están condicionando histórica y socialmente a las mujeres de modo que su función es la de responder a un sistema de poder para mantener la cohesión del cuerpo social”. Tanto Mattelart como Williams rompieron con las investigaciones androcéntricas que dominaban el ámbito de las comunicaciones y contribuyeron a ofrecer nuevas miradas y perspectivas de la identidad femenina. Sin embargo, el enfoque teórico adoptado en este primer momento atribuía un poder desmesurado y una función unívoca a los medios de comunicación como instancias productoras y manipuladoras del sentido, al mismo tiempo que preconizó a las lectoras como objetos inertes (Laudano, 2010).

De hecho, hacia la década de 1980, los estudios culturales empezaron a reconocer, unánimemente, según la misma Mattelart (2005, p. 37), “matices” y el “estatuto activo” en la recepción/consumo de los discursos. Así, trabajos de esta época, como los de Janice Radway (1984) o Ien Ang (1982) (Laudano, 2010, pp. 47-48), se centraron en investigar los contextos y las prácticas de recepción de los productos culturales y hallaron que, si bien estos organizaban y proponían determinados sentidos y definiciones de género, las mujeres podían o no identificarse con ellos, y construir sus propias significaciones.

En *Reading the Romance* (1984), por ejemplo, una investigación sobre las novelas rosa que Radway publicó en los Estados Unidos, se resaltó, como explica Laudano (2010, p. 45), algo que no se había puesto en valor anteriormente: el paradigma del disfrute en el consumo de los contenidos. Las amas de casa que leían las novelas rosa manifestaban placer por la lectura de estas obras que estimulaban sus fantasías y les permitían un escape de la rutina. Al respecto, Mattelart (2005) menciona que: “Este nuevo enfoque está inspirado en un esfuerzo y/o deseo de reconciliarse con la experiencia de la mujer ordinaria, en su vida cotidiana, con su temporalidad propia”

(p. 39). Sin embargo, como bien advierte la autora, un punto crítico del mismo radicó en que la resistencia que atribuían a las consumidoras “parecía más bien una adaptación al orden de las cosas, la aceptación acrítica de un orden social y cultural” (p. 41).

Para terminar este acápite, menciono que en esta investigación entiendo a las revistas femeninas como un producto de las industrias culturales en permanente tensión entre su labor crítica y social como formadoras de opinión pública, y sus intereses comerciales. Precisamente sobre este aspecto me detendré a continuación.

#### **4.2 Las revistas femeninas: ¿cultura y monetización?**

El término “industria cultural” tiene sus orígenes en el contexto posterior a la Segunda Guerra Mundial, cuando nace como una crítica al entretenimiento de las masas. En 1947, los autores alemanes Theodor Adorno y Max Horkheimer, representantes claves de la teoría crítica de la Escuela de Fráncfort, lo emplearon en el libro *Dialéctica del Iluminismo* para denunciar la mercantilización de la cultura y su empleo como instrumento ideológico en las sociedades del capitalismo tardío. Influenciados por el marxismo, dichos autores ubicaron a la industria cultural como una mera prolongación de la lógica capitalista. Desde su punto de vista, la industria cultural ofrece entretenimiento (*amusement*) –a partir de contenidos homogeneizantes, predecibles y superfluos– a quienes buscan sustrarse del proceso mecanizado para luego “ponerse de nuevo en condiciones de poder afrontarlo” (Adorno & Horkheimer, 1988, p. 10).

Para estos autores, industria y cultura resultaban incompatibles. Primero, porque parten de un concepto de cultura asociado al ideal artístico y las manifestaciones excepcionales de la creatividad humana. Segundo, porque al mercantilizar la cultura y convertirla en un producto de compraventa, se la despoja de su esencia autónoma y crítica y de su potencialidad para ofrecer una visión utópica del mundo (Hesmondhalgh, 2013, p. 24). Para Adorno y Horkheimer, exiliados del nazismo, Estados Unidos ofrecía una realidad capitalista tan vacía y vinculada con el horror como la Alemania de entonces. Desde la teoría crítica, se considera que la cultura es el único espacio que tiene el proletariado para la crítica y la heterogeneidad. Sin embargo, el capitalismo impone un criterio mercantil e instrumental, reduce el trabajo artístico y el valor de las

cosas en unidades idénticas que resultan atractivas únicamente en función del intercambio monetario (Lash & Lury, 2007, p. 3).

A finales de la década de 1970, sociólogos franceses como Bernard Miegge o Edgar Morin empezaron a cuestionar la dicotomía tradicional entre economía/cultura y arte/comercio. ¿La mercantilización de la cultura necesariamente acaba en degeneración cultural? Estos sociólogos percibieron ciertas limitaciones en el concepto de “industria cultural” y prefirieron el uso del término “industrias culturales”. Consideraron que se trataba de industrias complejas y ambivalentes en las que se podía matizar la relación entre comercio y cultura. Para ellos, el vínculo entre capitalismo y cultura era una disputa permanente y no una batalla ya perdida, como sugerían Adorno y Horkheimer (Hesmondhalgh, 2013, p. 24). Asimismo, opinaron que la expresión propuesta en singular por Adorno y Horkheimer no permitía significar la diversidad y la particularidad desde las producciones culturales: la industria del *broadcasting*, por ejemplo, era muy diferente de la editorial.

El término “industrias culturales” también fue utilizado por la Unesco desde la década de 1980 para hacer referencia a “formas de producción y consumo cultural que tienen un elemento expresivo y simbólico en su núcleo” (Unesco, 2013, p. 20). Desde esa denominación se incluyó a los subsectores de música, arte, escritura, moda, diseño, industrias de los medios y artesanías. Desde entonces, hasta hoy, como se menciona en el informe *Economía creativa* de la Unctad (2010), la Unesco reconoce a las industrias culturales como bienes o servicios que “generalmente están protegidos por derechos de autor”, que “combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son abstractos y de índole cultural” y que “están centradas en promover y mantener la diversidad cultural y asegurar el acceso democrático” (p. 31).

Los planteamientos de Adorno y Horkheimer siguen estando de alguna manera vigentes en las reflexiones sobre la producción cultural. El gran reto hasta hoy, en palabras de Néstor García Canclini (García Canclini & Moneta, 1999) es “cómo tratar con la heterogeneidad”, “cómo hacer para que en la transnacionalización industrial no circulen solo capitales, sino también personas y culturas”. En este trabajo ubico a las revistas femeninas como un producto de las industrias culturales sin caer en el extremo pesimismo con el que la Escuela de Fráncfort y la teoría crítica de Adorno y

Horkheimer (1988) enmarcan a tales industrias al referirse a una sociedad mercantilizada sin libertad individual en la que se generan contenidos homogéneos que atrofian al consumidor.

De hecho, las revistas femeninas, y específicamente los discursos de maternidad que estas producen y reproducen, están inscritos dentro de una lógica del mercado que identifica a las mujeres-madres como lectoras y/o consumidoras. Según las investigaciones de estilo de vida de Arellano Marketing, como bien las da a conocer el diario *El Comercio* (2017, s. n.), en el Perú y América Latina existen cuatro perfiles de madres. Están “las sofisticadas”, quienes tienen experiencias con los productos y sostienen que de tener más presupuesto lo dedicarían a viajar o ahorrar. “Las mamás modernas”, por su parte, están concentradas en su familia y en su desarrollo personal y profesional. Compran productos para proveer bienestar a su familia y son independientes económicamente. También están “las madres conservadoras”, descritas como tradicionales, enfocadas en la remodelación, ampliación y construcción de su vivienda (25%) y en el abastecimiento de alimentos y bebidas (20%); y “las madres austeras”, que tienen las más bajas condiciones económicas, preocupadas en mejorar su vivienda (33%), proveerse de alimentos y bebidas (30%) e invertir en un negocio (17%).

Considero, siguiendo a Kellner (1995), que las industrias culturales, y específicamente las revistas femeninas, sin duda contribuyen a ejercer la hegemonía de grupos o proyectos específicos. “Vivimos en un mundo donde los medios dominan el ocio y la cultura. [...] La cultura mediática es, por tanto, la forma dominante y el lugar de la cultura en las sociedades contemporáneas” (p. 45). Asimismo, tomo en cuenta que los medios nunca nos cuentan la historia completa ni son transparentes o neutrales en sus ideologías (Rodríguez, 2003, p. 123). Sin embargo, el poder de los medios no es absoluto ni todopoderoso: las lectoras puedan tomar decisiones con respecto al contenido ideológico que portan los discursos, identificarse o no con los mismos y generar, en tanto sujetos activos, sus propias significaciones, como mencioné en el acápite anterior a partir del cambio de rumbo de los estudios culturales desde la década de 1980, y como también postula el Análisis Crítico del Discurso<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Cfr. acápite 3.4, “Ideología dominante y resistencia”.

Asimismo, los productos de las industrias culturales pueden ofrecer discursos alternativos, otras posibles miradas, en el caso específico de esta investigación, sobre la maternidad, que atiendan al asunto de la heterogeneidad, que bien precisa García Canclini (García Canclini & Moneta, 1999), sin abandonar sus intereses económicos. Incluso, dejar de explorar nuevos mercados, tendencias y tecnologías; no tener mapeada la diversidad; y descuidar la creación de contenidos innovadores, juegan en contra de los mismos propósitos comerciales de la prensa. Los contenidos diferenciados son un valor agregado para los medios de comunicación. Abandonar el pesimismo de Adorno y Horkheimer, reconocer que economía y cultura no tienen por qué ser antagónicos, no es lo mismo que sostener que la cultura se entregue o asuma ligeramente en el libre mercado sin problematizar sus implicancias sociales y culturales. La producción importa, pero también sus manifestaciones inequitativas de poder.

Los medios tienen una responsabilidad social en tanto productores de discursos que generan un sentido e influyen en la construcción de identidades, roles y relaciones, como se vio en el capítulo 3, y como también precisan autores de los estudios culturales como David Hesmondhalgh (2013), quien sostiene que las industrias culturales cobran relevancia justamente en tanto que producen textos (portadores de un discurso) que influyen de manera directa o indirecta en nuestras experiencias, conocimientos y entendimiento del mundo. Las revistas femeninas son un canal a través del cual formamos nuestras opiniones e ideas: “[...] They draw on and help to constitute our inner, private lives, and our public selves: our fantasies, emotions and identities” (p. 4).

Para Hesmondhalgh (2013), los textos contribuyen a configurar quiénes somos, qué significa ser hombre o mujer, homosexual o heterosexual, o de determinada nacionalidad. En tal sentido, las revistas femeninas cumplen un doble papel en la sociedad: expresan y resumen las visiones y modelos de ser mujer existentes, y, al mismo tiempo, introducen distintas propuestas de feminidad (Fuller Osorio, 1994). Es decir, su rol no se limita a reproducir una realidad, sino también, y lo subrayo nuevamente, a producirla. Los medios nos dicen en qué pensar (controlan la conversación) y, al mismo tiempo, sugieren desde qué perspectiva abordar la realidad.

Es legítimo preguntar si la crisis económica que atraviesa la industria de los periódicos en el Perú, su pérdida de difusión y de ingresos por publicidad, responde no

solo a la revolución de Internet sino también a una crisis de representación. Considero que los periódicos no están convenciendo a los lectores/lectoras de la relevancia de sus contenidos. ¿Hacia dónde ir? ¿Qué discursos deben presentar las revistas femeninas para responder a las necesidades de las lectoras y sintonizar con ellas? Nadie tiene una fórmula secreta. Tampoco existe un único camino. Lo cierto es que resulta fundamental prestar atención y mirar con mayor detenimiento el escenario social, cultural y económico en el que circulan las revistas femeninas. Como sostiene Mc Robbie (1991, citado por Laudano, 2010, p. 49), “necesitamos poder entender lo que sucede fuera de los medios para poder comprender también lo que sucede en los medios”.

¿Cuál es el escenario de las mujeres y las madres en nuestro país? El panorama no es alentador. Según el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, en 2018 se registraron 149 víctimas de feminicidio. El 63% de las víctimas eran madres (MIMP, 2018). Según el informe *Indicadores de violencia familiar y sexual* publicado por el INEI (2017), el 31,7% de las mujeres fueron víctimas de violencia física por parte de su actual o último esposo o compañero, en el año 2016 (p. 7). Asimismo, según el mismo informe, “En el primer semestre de 2017, la Policía Nacional del Perú da cuenta de 94 mil 48 denuncias por violencia familiar; 40,8% por agresión física” (p. 8), 36,4% por violencia psicológica y 22,8% por violencia sexual.

Rescato también el documento *Brechas de género en el uso del tiempo* (MIMP, 2011), que evalúa la división del trabajo laboral y doméstico entre mujeres y hombres. Según este, las mujeres trabajan 23 horas con 35 minutos más que los hombres en la actividad doméstica, trabajo por el que no reciben pago alguno (p. 10). Asimismo, según el *Índice de desigualdad de género* del INEI (2016), que analiza las disparidades de género en salud, empoderamiento y mercado laboral, “[l]a salud reproductiva es el factor que más contribuye a la desigualdad, ya que la mortalidad materna es elevada, situándose en 93 muertes maternas por cada 100 000 nacidos vivos” (p. 13).

Es urgente que la búsqueda de equidad sea un tema primordial en los medios de comunicación no solo en las conmemoraciones por el Día Internacional de la Mujer. Cierro este capítulo con preguntas antes que respuestas. ¿De qué manera la prensa nombra lo femenino? ¿Los discursos periodísticos de las revistas femeninas se articulan y responden al contexto de las mujeres y las madres en nuestro país?



## CAPÍTULO 5

### ANÁLISIS DE CASOS

A continuación, planteo un estudio cualitativo, de naturaleza crítica e interpretativa, en el que tomo especialmente en cuenta la perspectiva del ACD para analizar la construcción de la identidad materna en las revistas femeninas. La muestra del análisis está conformada por dos textos de la revista *Viú* y uno de *Ellos & Ellas*, publicados a propósito del Día de la Madre entre los años 2015 y 2017. He elegido textos publicados por el Día de la Madre debido –tomando las palabras de Marcela Lagarde (GEM, 1994)– a su “potencial simbólico para develar la máxima paradoja de la situación contemporánea de la maternidad: exigir una serie de códigos y deberes hacia las madres y, al mismo tiempo, dejar a cada mujer al garete para que sola resuelva su maternidad en desventaja y desigualdad de género” (p. 292).

Los textos en cuestión son los siguientes: “Virna Flores: una actriz que se esfuerza por tener una vida sin drama” (*Viú*, 2015); “Jessica Butrich: tres, dos, uno, ¡circo!” (*Viú*, 2016) y “Jessica Tapia: luz de Lima” (*Ellos & Ellas*, 2017). A pesar de que ambas revistas tienen una periodicidad semanal, tomé como muestra más textos de la revista *Viú* debido a que dicho medio proporcionó mayor material de análisis, pues publicó especiales de maternidad durante todos los domingos del mes de mayo de 2015 y 2016.

*Viú* se interesa, principalmente, por temas de belleza, moda, nutrición, salud y crianza. Tiene una periodicidad semanal y también cuenta con una versión digital<sup>17</sup>. *Viú* se anuncia como “La revista para la mujer de hoy” y cuenta con una lectoría promedio de 221.069 personas, según el estudio de lectoría de diarios y revistas en Lima Metropolitana realizado entre enero y agosto de 2016 (Eco Media, 2016, p. 201). *Ellos & Ellas*, por su parte, con un tiraje de 14.000 ejemplares, se define como “una revista de estilo de vida que recoge con buen gusto, respeto y un toque de humor las tendencias de

---

<sup>17</sup> En mayo de 2019 la revista *Viú* dejó de imprimirse. Mantiene exclusivamente una versión *online*.

la sociedad peruana”, como se lee en su web<sup>18</sup>. En ambos casos, el público objetivo son mujeres de 20 años a más que pertenecen al segmento ABC.

Es importante mencionar que *Ellos & Ellas* y *Viú* no son estrictamente “revistas”, aunque ellas mismas se definan así. Se trata de suplementos periodísticos que se entregan gratuitamente por la compra de la revista *Caretas* y el diario *El Comercio*, respectivamente. El hecho de que *Caretas* sea una revista de actualidad política que opta por desarrollar especialmente un suplemento femenino, como *Ellos & Ellas*, que no aborda temas políticos, propone un mensaje susceptible de ser interpretado como que las mujeres no están interesadas en esa realidad. Asimismo, *Viú*, que busca posicionarse como “La revista para la mujer de hoy”, plantea que los contenidos mostrados son pensados según las necesidades de una mujer contemporánea, y eso nos da pautas sobre los criterios de edición. ¿Qué discursos se presentan para responder a esas necesidades?

La mera existencia de suplementos o revistas para un público exclusivamente femenino resulta cuestionable, pues los diversos intereses, conocimientos, conversaciones o inquietudes del ser humano no responden a un asunto de género. Sin embargo, comprendo que lo que se prioriza al segmentar medios de comunicación para un público femenino son estrategias comerciales y consideraciones sobre el mercado.

Concibo el texto escrito como un contenido comunicativo completo e intencional producido por las revistas femeninas que “muestra las huellas de los discursos e ideologías encontradas que contendieron y pugnaron por el predominio” (Wodak & Meyer, 2003, p. 31). Se trata de productos “materialmente duraderos de las acciones lingüísticas” (Wodak & Meyer, 2003, p. 105). No considero que los textos tengan un carácter neutral y objetivo ni un sentido estructuralista único. Mi análisis apunta a hacer visibles ciertos procesos discursivos mediante los cuales se fija o construye una identidad materna desde criterios normativos y represivos. Lo que busco con ello es problematizar lo materno, no ofrecer hallazgos en calidad de evidencias definitivas.

---

<sup>18</sup> Desde agosto de 2018, *Ellos & Ellas* se publica una vez al mes y se vende separadamente de *Caretas*.

En el análisis me concentro, principalmente, en reconocer las temáticas dominantes, la estructura del texto, la construcción de la identidad materna en el discurso (posiciones del sujeto) y los procesos (verbos) que tanto la periodista como la entrevistada eligen para representar la agencia y la función materna. Se profundizará acerca de los repertorios dominantes sobre la maternidad, así como la ideología que los contiene, en el capítulo siguiente, “Hallazgos y discusión de resultados”.

Destaco los procesos materiales, mentales, relacionales y verbales. Los procesos materiales son aquellos que muestran las acciones de un agente o sujeto que hace algo o que permite que cierta situación suceda. Se trata de verbos como “golpear”, “acariciar” o “dar”, que tienen efectos reales/materiales en el mundo y producen un cambio. Los procesos mentales, por otra parte, no tienen agente; es decir, no muestran a un sujeto que actúa en el mundo, sino simplemente a alguien que experimenta. Este tipo de procesos se relaciona con el mundo subjetivo o interior a nivel cognitivo (por ejemplo, “saber, pensar”), afectivo (“gustar”, “temer”) y perceptivo (“sentir”, “escuchar”). Los procesos relacionales (como “ser”, “estar” o “tener”), en tanto, tampoco tienen agente sino un portador con ciertos atributos y valores. Este tipo de verbos se caracteriza por construir y fijar las relaciones e identidades del sujeto. Por último, los procesos verbales, como “informó”, “señaló”, “dijo”, son aquellos que introducen información y sirven para construir posturas y argumentos<sup>19</sup>.

**51 Caso 1: “Virna Flores: una actriz que se esfuerza por tener una vida sin drama”<sup>20</sup>**

**Autora:** Stefanie Pareja.

**Personaje:** Virna Flores, actriz.

**Revista y sección en la que aparece:** *Viú*, año 2, n.º 71. Entrevistada central, motivo de portada.

**Fecha:** 17 de mayo de 2015.

---

<sup>19</sup> Apuntes del curso Análisis Crítico del Discurso, ciclo 2018-1, dictado por Carolina Arrunátegui como parte de la Maestría de Estudios Culturales.

<sup>20</sup> Cfr. anexo 1, p. 105.

### 5.1.1 Temáticas principales

La entrevista está conformada por 17 preguntas: 10 están asociadas al matrimonio y vida familiar de la entrevistada; 3, a su profesión; 3, a su maternidad; y solo una tiene que ver con Virna Flores como ser humano. Asimismo, la periodista redacta dos párrafos introductorios: uno tiene que ver con su matrimonio y vida de pareja, y el otro, con su profesión. Se evidencia, pues, que la temática dominante de la entrevista es la relación amorosa que la entrevistada sostiene con el actor Ismael La Rosa. Tanto la periodista como la entrevistada coinciden en posicionar esta identidad dominante de Flores como esposa que sostiene “un amor de novela”, siguiendo la metáfora que plantea la periodista.

### 5.1.2 La identidad de Virna Flores (según la entrevistadora)

Empiezo por analizar el discurso de la periodista Stefanie Pareja en el titular, en la bajada y en los dos primeros párrafos que redacta antes del formato pregunta-respuesta. Estos tres elementos constituyen el primer nivel de lectura del texto periodístico, en tanto que sintetizan y condensan las representaciones dominantes que se sostienen sobre la entrevistada. “Virna Flores: una actriz que se esfuerza por tener una vida sin dramas”, escribe la periodista en el titular. “Encontró su vocación y al amor de su vida a los veinte años. Hizo carrera en Estados Unidos, se casó, tuvo dos hijos y hoy está de vuelta en el Perú para su debut en el cine”, añade en la bajada. La entrevistada cumple con tener una carrera, un amor romántico y dos hijos, en ese orden. El contenido de la frase me remite a la imagen de un “*checklist*”. Se presenta a Virna Flores como modelo de mujer que logra tres aspiraciones asumidas como necesarias o claves para una vida plena y completa.

Destaco los procesos materiales que están presentes en el titular y la bajada de esta entrevista. A partir de estos, la periodista posiciona a Flores como una mujer-madre que hace cosas, que tiene agencia, que no es víctima. Flores como mujer que actúa y busca alejarse del drama. No sabemos si lo logra. Tampoco queda claro por qué debería de haber un “drama”. El hecho de que la periodista destaque el esfuerzo de Flores por salir del drama, lo interpreto como que existe una identidad femenina pasiva que,

naturalmente, sí está asociada al drama. Refuerzo esta interpretación con la cita siguiente:

La mayoría de mujeres que se sientan frente al televisor [...] lo hacen para desconectarse de la realidad. Aunque sea durante una hora, ellas descansan de sus problemas, angustiándose con los de una familia de ficción. Las telenovelas las distraen. Son un delivery diario de tragedias para recordar que nuestras vidas no están tan mal. (*Viú*, 2015, p. 11)

En esa cita, la periodista destaca una realidad problemática asociada con lo femenino y asume de modo generalizado que “la mayoría” de las mujeres actúan (“se sientan”, “hacen”, “descansan”) básicamente para escapar de sus problemas. “Descansar” va entre comillas, porque, según la periodista, las mujeres seguirán “angustiándose” con otras tragedias de ficción, como si existiese una predisposición natural femenina hacia la angustia. De hecho, procesos mentales como “angustiar”, “distraer” y “recordar” se caracterizan, a diferencia de los procesos materiales, porque no tienen agente, simplemente se experimentan y vinculan con un mundo interior y subjetivo.

En el segundo párrafo introductorio, la periodista menciona lo siguiente:

Los seguidores de Virna Flores elogian a su familia tanto o más que a su actuación y los periodistas llaman a su matrimonio con el actor Ismael la Rosa: “un amor de novela”. [...] Hoy tienen dieciocho años juntos y dos hijos: Varec e Ishna”. (*Viú*, 2015, p. 11)

La cita anterior merece tres comentarios. (1) Lo dicho por los “seguidores” de Virna Flores puede interpretarse, antes que como un elogio, como una puesta en paréntesis o desvalorización del talento y las cualidades profesionales de la actriz. (2) Recurriendo otra vez a una voz indefinida, “los periodistas”, la entrevistada destaca el “amor de novela” que vive Flores. Y luego sugiere que, fruto de ese amor ideal y duradero, llegaron los hijos. Se concibe el tener hijos desde el matrimonio, desde la familia tradicional. Esta idea es reforzada también, como se verá más adelante, por la misma Flores. (3) La periodista incluye a otros actores sociales indefinidos (los seguidores y los periodistas) para reforzar la identidad de Flores.

La vida profesional de la entrevistada se entremezcla con su vida personal, y se prioriza el primer aspecto sobre el segundo, tal y como ocurre con los “seguidores” de la actriz. El rol público y actoral que desempeña este personaje no se concibe de manera independiente a sus vínculos familiares. De hecho, el total de las referencias a Virna Flores como actriz, por parte de la entrevistadora, tienen una dependencia directa con sus vínculos familiares y amorosos. Son cuatro las referencias que la periodista hace sobre la faceta profesional de Flores en los dos párrafos introductorios.

En la primera, cuenta la siguiente anécdota: “Hace unos meses, una directora le aconsejó que para mejorar su personaje piense en la clásica relación madre-hija. La directora quería conflicto, pero la actriz no lo comprendía”. Se evidencia aquí la intención de reforzar esa vida sin dramas que se anunció desde el titular. “Es que yo no me peleo con mi mamá”, fue la explicación que dio la actriz a la directora, manifestando su vínculo materno armonioso y perfecto.

Las otras tres menciones a su faceta como actriz son las siguientes: (1) que conoció a su actual esposo, el actor Ismael La Rosa, cuando protagonizaron juntos la telenovela *La Rica Vicky*; (2) que nuevamente ambos “regresan a las pantallas peruanas protagonizando la película *Desaparecer*”; y (3) que los seguidoras de Flores “elogian a su familia tanto o más que a su actuación”. La periodista omite, por ejemplo, que *La Rica Vicky* fue su primer papel protagónico en una novela, y que *Desaparecer* es la primera película en la que participa; información que proporcionaría mayor conocimiento a las lectoras sobre los hitos profesionales de la entrevistada. Por el contrario, el énfasis de la periodista está puesto en que en *La Rica Vicky* la actriz conoció a su futuro esposo, y en que en *Desaparecer* actuará nuevamente junto con él.

### **5.1.3 La identidad de Virna Flores (según su propio discurso)**

#### **5.1.3.1 Matrimonio y vida familiar**

Con respecto a lo dicho por los “seguidores” de Virna Flores, ella manifiesta sentirse a gusto: “Siempre es bonito dar un mensaje positivo en cualquier ámbito. Yo valoro mucho la familia. Es algo que está en mis raíces: tengo ascendencia italiana”. Flores “valora” los vínculos familiares estrechos y próximos a partir del estereotipo de

la familia italiana. Es decir, no se trata de un acto consciente y deliberado, sino de un acto (mental) condicionado por un estereotipo. Evidencio que, a lo largo del texto, la entrevistada recurre a abundantes procesos mentales, como “valorar”, “saber”, “querer” y “reconocer”, para sus respuestas, como lo hizo la periodista en sus párrafos iniciales.

La influencia que ejerce la familia en las decisiones personales de Flores resta agencia a su decisión de casarse. Esto se evidencia en la siguiente cita:

Habíamos planeado venir a Lima por tres meses. En ese tiempo, pesó mucho la familia, que siempre nos decía: ¿cuándo se casan? Nosotros decíamos que cuando tuviéramos niños, y nos decían: ¿cuándo tendrán hijos? Nos emocionamos y decidimos casarnos. (*Viú*, 2015, p. 12)

De la cita anterior también se desprende la postura tradicional de la entrevistada sobre el concebir a los hijos dentro del matrimonio. Se trata de una idea que ella menciona en dos oportunidades durante la entrevista y que sostiene con alto grado de certeza: “[...] habíamos conversado que el día que decidiéramos tener hijos nos casaríamos. Lo que te une a otra persona de por vida son los hijos. Ese es un vínculo inquebrantable” (p. 12).

#### 5.1.3.2 Maternidad y crianza

Se evidencia una simplificación de las emociones y experiencias vinculadas a la maternidad. Esta se expresa como una experiencia homogénea, feliz e ideal, sin contratiempos, matices, conflictos, contradicciones o miedos: “Mis hijos me han cambiado. Nunca me he sentido más paciente, ni más fuerte, ni más elocuente, ni más linda que cuando estoy con ellos” (p. 14).

Asimismo, la entrevistada sugiere que la mujer, a diferencia del hombre, tiene una predisposición natural hacia el cuidado o ciertos atributos instintivos que le permiten sintonizar con las necesidades de su hijo/hija. Esto se evidencia en las citas siguientes:

Cuando Ishana nació me la entregaron y ella era minúscula porque era prematura. Yo la cargué y le di un beso y sonrió inmediatamente. Y cada vez que la besaba ella sonreía. (Viú, 2015, p. 12)

Yo me sorprendí de esa conexión bebé y mamá. Los hijos necesitan eso. Yo necesito de mis hijos también. (Viú, 2015, p. 12)

Debido a este instinto, la madre asume su maternidad con devoción. “Eso de que uno no conoce al amor de su vida hasta que es mamá es cierto” (p. 12), dice la entrevistada, sugiriendo que si una mujer no tiene hijos, pues no conoce de qué se trata el amor “verdadero”. Asimismo, subrayo que, en ningún momento, la entrevistada o la entrevistadora hacen mención a aspectos políticos, sociales, legales o económicos vinculados a la crianza o la maternidad. Esta se contempla desde una dimensión estrictamente doméstica.

Virna Flores se asume como principal responsable de la crianza y del bienestar de su hijo e hija. Mediante el uso recurrente de procesos materiales, como “besar”, “acariciar” y “cargar”, la entrevistada posiciona a la mujer-madre desde su rol agentivo como dadora de amor y bienestar. Esta idea de ubicar a la madre como principal responsable de los cuidados se refuerza con la siguiente cita: “Toda la primera semana yo no cambié un solo pañal. Ni bañé al bebé. Solo lo amamantaba. No podía hacer más. Ismael lo hizo feliz todo [...] Es un papá mamá” (p. 12). La entrevistada no contempla la corresponsabilidad o el reparto equitativo de funciones domésticas o de crianza entre madre y padre. Si su pareja asume alguna responsabilidad en la crianza es porque adopta una identidad de “madre”. En otro momento de la entrevista vuelve a reforzar esta idea: “Ismael como padre es una buena madre” (p. 12).

Asimismo, Flores establece qué es lo adecuado y positivo al criar a los hijos/hijas. “Respeto más a una mujer que no quiere tener hijos y se cuida porque no quiere esa responsabilidad que a una mujer que cree que por ser mujer tiene que tener un hijo y luego no tiene tiempo para él” (p. 12). Si bien la entrevistada se disocia de la identidad que concibe que toda mujer debe ser madre, en su declaración normativiza cómo debe comportarse toda “buena madre”. Lo innombrado es la mala madre, aquella mujer que no entrega tiempo y dedicación a sus niños y niñas.



La entrevistada se posiciona como una mujer-madre que disfruta su maternidad porque “es algo lindo que yo disfruto y que yo quise. Yo decidí tenerlos” (p. 12). La decisión planificada de tener un hijo es considerada un requisito para poder ejercer de “buena madre”. Esta idea se refuerza en la siguiente cita: “Ya habíamos viajado, vacilado y juergueado bastante. No hemos quemado ninguna etapa, entonces los dos nos entregamos a esta nueva experiencia con los bebés y a divertirnos con ellos” (p. 12).

Cuando la entrevistadora pregunta a Flores por qué postergó su decisión de ser madre, esta responde:

[...] Soy acuario. Los acuario somos aire y todo el tiempo queremos estar aquí y allí. A la vez, soy demasiado responsable y siempre supe que un hijo te pone anclas. A mí no me gustan las obligaciones. Es decir, prefiero solita comprometerme, pero tú no me obligues, no me arrincones porque huyo. Soy como un pajarito que tiene la puerta abierta de la jaula pero decide quedarse. (Viú, 2015, p. 12)

Encuentro que, frente a la pregunta de la entrevistadora, Flores no responde con una explicación directa sino que recurre a procesos relacionales como “ser”, que fijan su identidad desde una supuesta esencia, sin un rol agentivo. En ese contexto, la actriz se define a partir de la metáfora de un pajarito que está en una jaula. Pudo haberse definido como un pajarito que está libre, pero decide responder sobre su maternidad utilizando la imagen de un pajarito en una jaula que no se escapa aunque tenga la puerta abierta. Tomando en cuenta que las metáforas son figuras retóricas que evocan representaciones a nivel inconsciente (Charteris-Black, 2009), considero que Virna Flores, sin proponérselo, plantea a partir del uso de esa metáfora un dilema con respecto a la maternidad: una experiencia que ella había posicionado únicamente desde emociones positivas, se relaciona también con una limitación de la libertad individual.

### 5.1.3.3 Gustos y pasatiempos

De las 17 preguntas que conforman esta entrevista, solo hay una que alude directamente a Virna Flores como ser humano, sobre sus gustos y pasiones. “¿Qué haces solo para ti?”, pregunta la entrevistadora. Flores responde: “Me meto a la ducha

con agua hirviendo y me quedo hasta que mis músculos se laxan. También me gusta mucho ordenar, organizar, limpiar. Es una terapia. Y pasar momentos con mi familia” (p. 14). A partir de esa cita, se evidencia que la entrevistada no logra desvincularse de roles familiares y domésticos, como el limpiar u ordenar, ni siquiera cuando se le pregunta, de manera específica, por lo que hace exclusivamente para ella. A partir del uso de procesos materiales, como “limpiar”, “organizar” u “ordenar”, Flores se posiciona como sujeto activo para el cuidado y atención hacia otros.

## 52 Caso 2: “Jessica Tapia: luz de Lima”<sup>21</sup>

**Autora:** Luisa Paredes.

**Personaje:** Jessica Tapia, conductora de televisión, exmodelo, periodista.

**Revista y sección en la que aparece:** *Ellos & Ellas*, n.º 592. Entrevista central, motivo de portada.

**Fecha:** 27 de abril de 2017.

### 5.2.1 Temáticas principales

El texto está conformado por 10 preguntas en formato pregunta-respuesta realizadas por la periodista Luisa Paredes a la también periodista y exconductora de TV Jessica Tapia. Antes de las preguntas se presenta un texto de cuatro párrafos, redactado a manera de crónica, que también incluye citas con comentarios de la entrevistada. Las temáticas que se abordan en el formato pregunta-respuesta son las siguientes: búsqueda de ser madre y tratamientos de fertilidad (5 de 10 preguntas), experiencia materna y crianza (1 de 10 preguntas), amor y pareja (1 de 10 preguntas), sobre la decisión de vivir fuera de Perú (3 de 10 preguntas). De los cuatro párrafos redactados por Luisa Paredes, uno tiene como tema central los tratamientos de fertilidad que siguió la entrevistada; otro hace referencia a la vida de pareja de la entrevistada; otro más, a su popularidad como figura de TV y de concursos de belleza; y uno, a su vida profesional. Así, la temática dominante del texto se constituye a partir de la búsqueda de ser madre.

---

<sup>21</sup> Cfr. anexo 2, p. 109.

## 5.2.2 La identidad de Jessica Tapia (según la entrevistadora)

Tanto el titular como la bajada de la entrevista posicionan a Jessica Tapia en su faceta de madre y de esposa. El titular, “Luz de Lima”, juega con un doble sentido de la palabra “Lima”, que es el nombre de la ciudad donde vivía Tapia (antes de mudarse a Chicago) y, al mismo tiempo, es el nombre de su hija recién nacida. La palabra “luz” confiere a la maternidad de Tapia una asociación místico-religiosa, un aire de pureza. En la bajada del texto se lee lo siguiente: “Desde Chicago, la periodista nos cuenta sobre su relación con Steven Dykeman, su vida en ‘La ciudad de los vientos’ y su experiencia como madre primeriza a los 44 años” (*Ellos & Ellas*, 2017, p. 13). Aunque la entrevistadora hace referencia a Tapia como “la periodista” en la bajada del texto, este no profundiza, como se verá posteriormente, en la dimensión profesional de la entrevistada. Lo central en la entrevista periodística es la búsqueda de Jessica Tapia de convertirse en madre.

### 5.2.2.1 Tratamientos de fertilidad y convertirse en madre

La periodista escribe lo siguiente en su primer párrafo: “Después de someterse a ocho tratamientos de fertilidad, finalmente logró convertirse en madre. Junto a ella se encuentra su más preciado milagro: la pequeña Lima Marie de cuatro meses” (p. 13). La frase resulta significativa en tanto que ofrece pistas sobre la manera como la periodista concibe la maternidad de Tapia. Prestando atención a su elección de ciertos verbos, interpreto las siguientes tres premisas:

1. El convertirse en madre como un resultado que se alcanza tras proponérselo como objetivo: “finalmente logró convertirse en madre” (p. 13). “Logró” en tanto proceso material que demandó agencia y que implicó, como lo sugiere el adverbio “finalmente”, el persistir en un camino largo.
2. Convertirse en madre como objetivo propuesto y resultado alcanzado tras “someterse”; es decir, luego de “recibir o soportar una acción”, siguiendo la definición de “someterse” que propone el *Diccionario de la lengua española* de la Real Academia Española. En tal sentido, ubico a “someterse” como un proceso conductual que Tapia experimenta, sin agencia, pero con la voluntad de resistir y sacrificarse por un fin mayor.

3. Como un resultado alcanzado tras (a) someterse a un tratamiento médico y (b) una intervención sobrenatural de origen divino. “Junto a ella se encuentra su máspreciado milagro: la pequeña Lima Marie de cuatro meses” (p. 13). Los ocho tratamientos de fertilidad no explican por sí mismos el nacimiento de Lima Marie. A partir del uso de la palabra “milagro”, la entrevistadora atribuye a dicho nacimiento también una explicación religiosa.

Asimismo, destaco la siguiente pregunta que hace la entrevistadora a Tapia: “¿Cómo te apoyan Steven y tu madre con la crianza?” (p. 16). El hecho de que Paredes utilice la palabra “apoyan” para referirse al rol que ejerce Steven Dykeman, ubica al padre en una posición secundaria, adicional, como el rol de la “abuela”; es decir, en esa pregunta la entrevistadora da por sentado que el hombre no ejerce una crianza involucrada con repartos equitativos de funciones. Tapia responde la pregunta de la siguiente manera: “Mi esposo babea por su hija. Aunque, como todo hombre, se toma algunas cosas a la ligera” (p. 16). El hecho de que “el hombre se tome algunas cosas a la ligera” sugiere que las mujeres, a diferencia de ellos, poseen atributos instintivos que les permiten sintonizar con las necesidades de la criatura. La frase evidencia la representación de una imagen de “buena madre” que, por cuestiones biológicas y naturales, posee un saber espontáneo que le permite garantizar el bienestar de su hijo.

#### 5.2.2.2 Vida profesional

La entrevistadora redacta un párrafo en el que hace referencia al trabajo de Tapia en la esfera pública. Este empieza así: “La periodista se muda a Chicago junto con su esposo en el 2013” (p. 15). Subrayo que, en el texto, la entrevistadora se refiere solo dos veces a Tapia como “periodista”, y que en ambos casos lo hace en relación con su esposo. En ese mismo párrafo, a continuación, la periodista hace la siguiente acotación: “‘Steve’ es especialista en créditos hipotecarios” y luego sugiere que se trata de un hombre “exitoso” en tanto que, como especialista, “se ubica entre los 200 mejores de Estados Unidos” (p. 15).

Asimismo, Paredes menciona que Tapia y su esposo “tienen una empresa dedicada a la compra, venta y remodelación de departamentos” (p. 16) y que la entrevistada se encarga específicamente de la remodelación. Luego, cita las siguientes

palabras de Tapia: “Él tiene el *know-how* de la compraventa y a mí me encanta la decoración. Es un trabajo para mantener contenta a la esposa” (p. 16). Se evidencia, entonces, por parte de la entrevistadora, la intención de resaltar, a partir de las palabras de Tapia, un rol de hombre casado que implica “mantener contenta a la esposa” y una identidad masculina que se define a partir de una profesión “exitosa” y de “tener el *know-how*”. Con respecto a Tapia, Paredes subraya una posición del sujeto que no implica acción, a partir de un proceso mental como “encantar”. Tapia no se realiza sola profesionalmente, sino gracias a su pareja. El esposo es el proveedor de felicidad y realización, incluso en la esfera laboral de la mujer.

### 5.2.3 La identidad de Jessica Tapia (según su propio discurso)

#### 5.2.3.1 Convertirse en madre

La entrevistada ubica el convertirse en madre como un proceso que demandó persistencia y mucho esfuerzo físico y emocional. (“Finalmente lo hice”, “no me di por vencida”, “seguir intentando”). Aunque Tapia no menciona la palabra “sometimiento” para describir su búsqueda de ser madre, como lo hace la entrevistadora, sí posiciona tal experiencia a partir de lo siguiente:

1. Procesos relacionales como “estar”, “tener”, “fueron”, que construyen una idea esencial de los tratamientos como situaciones que implican dolor, sufrimiento. (“Estuve destruida emocionalmente” / “Tuve que parar por las inyecciones y ese revuelo de emociones” (p. 14). La idea del sufrimiento como parte del proceso de convertirse en madre también se evidencia a partir de procesos conductuales como “lloré mucho” (p. 14).
2. Procesos verbales como “contar”, “averiguar”, “consultar”, “hablar”, “decir”, “comentar”, que legitiman su decisión de seguir tratamientos de fertilidad que la Iglesia católica, a la que pertenece, desapruueba.
3. Procesos materiales como “hacer”, “realizamos” y “coloqué”, que la ubican como sujeto que actúa.
4. Implicancias y negociaciones de carácter religioso. Tapia recurre a procesos relacionales como “soy” y “fue” para fijar su identidad como católica. “Soy católica practicante y la fertilización *in vitro* no fue una posibilidad que

contemplé” (p. 13). Convertirse en madre y seguir los tratamientos conlleva sobrepasar, y negociar con, una situación compleja que se origina a partir de sus creencias. Asimismo, decisiones léxicas como “oré con todas mis fuerzas” (p. 14) también refuerzan el hecho de convertirse en madre como un proceso asociado con lo místico-religioso. Aunque las técnicas de reproducción asistida permiten a Tapia cumplir con el ideal de mujer=madre, lo que evoca la entrevista es una imagen mariana de la maternidad asociada con el orar.

### 5.2.3.2 Relación de pareja

“Solo con ‘Steve’ dije: ‘con el sí quisiera tener un bebito” (p. 13), menciona la entrevistada. De esta manera, Tapia se relaciona con la idea romántica de la llegada de un hijo o hija de la mano de un único y gran amor de la vida. Previamente, la entrevistada amó y fue amada por otras parejas, pero “solo con ‘Steve” consideró que se trataba de “la persona indicada” (p. 13).

Tapia luego añade: “Quise mi Stevicito o mi Stevicita, alguien que sea la mezcla de nuestro cariño” (p. 13). A partir de esa cita, destaco dos cuestiones: primero, el hecho de que la exconductora de TV señala que quiso un “Stevicito” o “Stevicita”; es decir, quiso un hijo o hija que fuera la representación exclusiva del padre. Ella pudo haber mencionado “quise un Stevicito o Jessiquita”, pero eso no sucede: ella misma se innombra. Segundo, la idea del hijo o hija que es (proceso relacional que fija una identidad y esencia) fruto o “mezcla de nuestro cariño”, y a partir de la cual Tapia refuerza la idea de la llegada del hijo/hija desde el esencialismo de un amor romántico, como mencioné anteriormente.

Por otro lado, la entrevistada sostiene que conoció a su actual esposo “por una casualidad de Dios” (p. 14) y que luego se casó y “dejó todo por él” (p. 14). Lo religioso se asocia no solo con el convertirse en madre, sino también con el conocer a su esposo. Tapia se representa como mujer que “dejó todo”, que abandona sus propios intereses cuando encuentra a su “pareja perfecta”, su “complemento”, a “alguien que me dio seguridad y tranquilidad” (p. 16), por citar algunas expresiones con las que se refiere a su esposo. Enfatizo, a partir de estas frases, la idea de lo masculino como “complemento” de lo femenino (¿la mujer no está completa si está sola?) y la consideración de que es el

hombre quien proporciona “seguridad” y “tranquilidad” a la mujer. Asimismo, desde la posición de Tapia, también es el hombre quien, desde un rol activo, realiza múltiples procesos materiales como “acompañar”, “venir”, “cargar”, “buscar”, que llevaron a que ella dijera: “¡*Wow!* A esta persona vale la pena mirarla con otros ojos” (p. 15). Ella no se muestra como sujeto activo en el proceso de enamoramiento.

#### 5.2.3.3 Vivir lejos del Perú

La entrevistadora pregunta a Jessica Tapia si le fue difícil dejar el Perú, a lo que ella responde: “Las cosas se dieron. No busqué irme del Perú, ni encontrar un gringo, ni obtener mi *green card* [...] No tuve miedo de tomar decisiones y no me arrepiento de absolutamente nada” (p. 16). Paredes no pregunta a Tapia si el irse a los Estados Unidos fue una suerte de válvula o pasaporte de escape, sino si le resultó difícil. Es la misma entrevistada quien plantea tal alternativa en su respuesta, aunque con varios usos de la palabra “no” por delante.

Para ahondar en la renuncia a sus intereses personales y profesionales que significó el irse a vivir a los Estados Unidos, Jessica Tapia explica (o justifica) lo siguiente: “Mi esposo no habla español, y eso es una desventaja. Si en la pareja hay dos personas exitosas y una se encuentra en desventaja, la otra se acopla” (p. 16). El uso de la palabra “acopla” con la que Tapia se refiere a la relación de pareja, se distancia de la posibilidad de una relación simétrica en la que ambas partes mantienen su independencia, y más bien se acerca a la idea de que en la pareja uno de los miembros desempeña una función que no es suya, en tanto que debe moldearse al otro. No es casualidad, tomando en cuenta el criterio de renuncia tan presente en la entrevistada, que sea ella quien, precisamente, se “acopla” a su esposo.

#### 5.2.3.4 Maternidad y cuidados

Tapia menciona lo siguiente sobre su hija: “Es una niña linda. No es llorona ni renegona. Le encanta la gente y la cháchara. Me hace la maternidad muy sencilla” (p. 15). Es decir, desde la perspectiva de la entrevistada, su hija tiene ¿una naturaleza? “linda”, “no es llorona” y gracias a esa esencia, la niña hace (proceso material) “la maternidad muy sencilla” a la madre. ¿No es al revés? Es decir, ¿no son los padres y las

madres quienes, desde su adultez, compromiso y responsabilidad, hacen la existencia más sencilla a los infantes?

En otro momento de la entrevista, Paredes pregunta a Jessica Tapia por el tipo de educación que quiere dar a su hija, a lo que esta responde: “voy a tratar de llevarla por el camino correcto” (p. 16). Usa la palabra “voy”, y no “vamos”, en plural; de esa manera, evidencia que es ella quien asume sola las funciones educativas, el rol del padre ni se menciona. Su responsabilidad y autoexigencia como madre es llevar a su hija “por el camino correcto”, lo que sugiere, además, que solo hay un camino posible, aunque no menciona cuál es específicamente.

#### 5.2.3.5 Imagen de TV y de concursos de belleza

“Si yo no hubiera estado en concursos de belleza o en televisión nadie se acordaría de que estaba en el colegio. Yo era como el patito feo” (p. 16), dice Tapia. Solo a partir de su imagen pública ella logró recordación. “[En los quinceañeros] [y]o era una de las que planchaba de todas maneras” (p. 16), añade. La palabra “planchaba” nos remite a una idea antigua y tradicional de la mujer que se quedaba sin bailar si un hombre no iba por ella y la invitaba a hacerlo.

### 53 **Caso 3: “Jessica Butrich: tres, dos, uno, ¡circo!”<sup>22</sup>**

**Autor:** María Inés Ching.

**Personaje:** Jessica Butrich, diseñadora de moda.

**Revista y sección en la que aparece:** *Vivú*, año 3, n.º 121. Entrevista central, motivo de portada.

**Fecha:** domingo 1 de mayo de 2016.

#### 5.3.1 **Temáticas principales**

El texto firmado por la periodista María Inés Ching está conformado por 21 preguntas realizadas a la diseñadora de moda Jessica Butrich. Asimismo, tiene siete

---

<sup>22</sup> Cfr. anexo 3, p. 116.



párrafos previos al formato pregunta-respuesta. Se abordan las temáticas siguientes: profesión / vocación / amor por la moda (14 de 21 preguntas), experiencias de maternidad y crianza (4 de 21 preguntas), su familia (2 de 21 preguntas) y ocio / tiempo libre (1 de 21 preguntas).

Con respecto a los siete párrafos redactados por la periodista: cuatro tienen como tema central la profesión, el gusto por la moda y la vocación de la entrevistada; otro hace referencia a su vida amorosa con el artista plástico Abel Bentín; un párrafo aborda el tiempo libre de la entrevistada; y otro describe cómo es su casa. Así pues, la temática dominante del texto es la profesión, la vocación y el amor por la moda de Jessica Butrich.

### **5.3.2 La identidad de Jessica Butrich (según la entrevistadora)**

En el titular “Tres, dos, uno, ¡circo!” la periodista María Inés Ching hace un guiño lúdico a la colección de zapatos, ropa y accesorios de la diseñadora Jessica Butrich, la cual se llama “Circo Butrich”. En la bajada del artículo, se lee lo siguiente: “Es diseñadora de moda, coleccionista de objetos retro y mamá que vive intensamente” (Viú, 2016, p. 21). Tanto el titular como la bajada destacan la dimensión profesional de la entrevistada y sintetizan la temática dominante del texto. En el caso de la bajada, el uso del verbo “es” (proceso relacional) contribuye a fijar la identidad de Butrich en tanto diseñadora de modas, coleccionista de objetos y mamá.

La “intensidad” a la que se refiere la periodista, y que la misma entrevistada revela, como se verá, está asociada con el poco tiempo libre del que esta dispone y con los múltiples roles y funciones que desempeña. La siguiente frase de la periodista ofrece más luces al respecto: “Para ella no hay tiempo que perder: reparte sus días entre sus múltiples actividades de esposa, mamá, ama de casa, el ‘Circo Butrich’, su labor como parte del comité consultivo de Toulouse Lautrec, la decoración de su nueva casa y su colección de objetos retro”. La periodista ubica a Butrich como sujeto que realiza múltiples actividades; sin embargo, lo hace desde procesos conductuales, como “vive” (intensamente), y procesos existenciales, como “hay” (refiriéndose a que no tiene tiempo que perder); y ambos procesos se caracterizan por mostrar a un sujeto que no

tiene agencia, sino a uno que experimenta cosas (“vivir”) y que expresa una existencia (“hay”).

El primer párrafo del texto es el siguiente:

Comer una torta de chocolate es un placer culposo que puede alegrarte el día, igual que elegir un inesperado tinte de cabello que solo de mirarlo te haga sonreír. Ese mismo efecto es el que Jessica Butrich busca lograr cuando una de sus clientas calza unos zapatos suyos: ¡que vea la vida desde otra perspectiva! (Viú, 2016, p. 21)

La periodista naturaliza, al usar el verbo “es” (proceso relacional que fija una identidad), que comer una torta resulta un placer culposo y generaliza (a partir de procesos conductuales como “mirar” y “sonreír”) el pintarse el pelo como un comportamiento femenino que automáticamente produce placer, al mismo tiempo que ambas afirmaciones sugieren una identidad femenina asociada con la búsqueda de la belleza. La periodista representa el ser mujer en tanto sujeto que es activo y con agencia (procesos materiales) para comer una torta de chocolate y elegir un tinte. Y el mismo placer que producen tales acciones definitivamente “es” lo que Butrich anhela cuando una clienta usa sus zapatos. Lo cierto es que se espera que el calzado provocará que las mujeres vean (proceso conductual) la vida de otra manera. (No queda claro si la entrevistada logra tal propósito, puesto que la periodista antepone el verbo “buscar”, que más bien es un proceso mental que simplemente se experimenta).

Encuentro superficialidad en el contenido de la cita antes mencionada no solo por la frivolidad con la que asocia la identidad femenina, sino también por aspectos periodísticos. Tomando en cuenta que la manera como empieza un texto es crucial, en tanto que tiene el poder de “enganchar” o alejar a una lectora, y que quienes escriben se esfuerzan por concentrar en las primeras oraciones una idea potente, creativa, que genere intriga o impacte a la audiencia, formulo a continuación algunas preguntas con el ánimo de explorar nuevas interrogantes: ¿sentir placer culposo por una torta de chocolate y sonreír automáticamente por un tinte de cabello era lo más relevante que había que decir con respecto a la entrevistada? ¿Es a partir de esos contenidos que se busca sintonizar con la audiencia femenina?

También se percibe frivolidad en el sentido que la periodista confiere a la moda. “Ese mismo efecto es el que Jessica Butrich busca lograr cuando una de sus clientas calza unos zapatos suyos: ¡que vea la vida desde otra perspectiva!” (p. 21). Los zapatos como un objeto de deseo y consumo femenino, equiparable a la torta de chocolate o el tinte de cabello. ¿Dónde queda la representación del diseño de moda como creación, expresión cultural e identitaria?

Una característica clave del texto de la periodista es que cuatro de los siete párrafos que redacta a manera de crónica repiten una misma fórmula de redacción en la que se intercala una temática principal (puede ser la profesión, el amor o la rutina diaria) con aspectos asociados a las características físicas o la condición socioeconómica de la entrevistada. Por ejemplo, en el párrafo que trata de la rutina diaria de Butrich, la periodista introduce el siguiente fragmento “Mide 1.68 m, es delgada y tiene el cabello en degradé del rojo al rubio” (p. 21). En otro párrafo, en el que la periodista se detiene a describir el estilo de diseño de Jessica Butrich y sus retos futuros, proporciona los siguientes cuatro datos: (1) Butrich tiene 31 años, (2) es de San Isidro, (3) estudió en el colegio Newton y (4) su apellido es yugoslavo. De esa manera, la periodista hace alusión a la juventud de la entrevistada, a su posición socioeconómica acomodada (en tanto que vive en el distrito de San Isidro y estudió en el colegio Newton) y a su apellido extranjero. Más adelante, en otro párrafo del texto, la periodista ubica a Jessica Butrich no solo como diseñadora de ropa, zapatos y accesorios, sino como la personificación “del sueño de toda fashionista” (p. 21). Para afianzar la identidad de Butrich como fashionista, la redactora cuenta también que la entrevistada “tiene un walk-in closet donde más de 80 pares de zapatos descansan ordenadísimos” (p. 21). El verbo “tiene” es un proceso relacional que al mismo tiempo contribuye a fijar la identidad de Butrich como fashionista.

Sobre la vida amorosa de la entrevistada, la periodista menciona lo siguiente:

La primera vez que nos enamoramos, en la adolescencia, llenamos los cuadernos de corazones. Jessica Butrich conoció en la secundaria al artista plástico Abel Bentín, su compañero de clase, su primer y único enamorado desde los 16 años y desde hace cinco, su esposo. Hace un año y ocho meses son padres de la pequeña Julieta. (Viú, 2016, p. 21)

La diseñadora conoce a un único gran amor que nace en su juventud, con el que posteriormente se casa y luego tiene una hija. De ese modo, se representa a Jessica Butrich desde un ideal de amor romántico que cumple, paso a paso, con toda la tradición. Hasta el momento he mencionado, en síntesis, que la periodista construye, a partir del uso de abundantes procesos relacionales –“estar”, “tener”, “ser”–, la identidad de Butrich en tanto diseñadora de modas y fashionista, y que también la describe como un sujeto que realiza múltiples roles. A partir de la cita anterior y del uso del verbo “son”, posiciona también a Butrich, junto con su esposo, en la categoría de “padres”.

### **5.3.3 La identidad de Jessica Butrich (según su propio discurso)**

#### **5.3.3.1 Trabajo y vocación por la moda**

A la pregunta “¿Cómo sería tu marca si fuese una mujer?”, la entrevistada responde lo siguiente:

Una a la que le gusta [proceso mental] vivir la vida, que le gusta sonreír, una persona feliz o que quiera [proceso mental] que los zapatos la hagan feliz. Es una mujer que usa también los zapatos como terapia, cuando tiene un mal día, que va a la tienda, porque sabe que la va a hacer sentir mejor y es más barato que ir al psicólogo, siempre se lo digo a mis clientas (reímos). (*Viú*, 2016, p. 24)

Coincidiendo con la periodista, la entrevistada posiciona, a partir de su marca, una identidad femenina asociada con el estereotipo de mujer frívola o superficial que se dedica a comprar zapatos como garantía de “terapia” y felicidad. El uso de verbos como “gustar” y “querer”, en tanto procesos mentales, contribuyen, al mismo tiempo, a construir una identidad femenina sin agencia, que simplemente se experimenta.

Asimismo, Butrich se ubica a sí misma como una mujer que desempeña múltiples exigencias y responsabilidades en simultáneo. Butrich construye su identidad a partir de abundantes procesos relacionales, como “soy” y “tener”, que contribuyen a fijar su posición de sujeto ocupado; sin embargo, su rol de mujer multifacética viene acompañado de otros procesos que no muestran agencia; en este caso, se trata de procesos mentales como “querer”. A continuación, algunas citas sintetizan esta idea:

Soy de hacer, hacer..., porque la vida es muy corta y yo tengo demasiadas ganas de hacer cosas y planes. (Viú, 2016, p. 22)

Me gustan las mujeres que tienen las riendas de su vida y que hacen lo que quieren, que deciden hacer algo y lo logran y lo hacen y que no lo dejan de lado. (Viú, 2016, p. 23)

Soy mujer, mamá, esposa y trabajo a tiempo completo, pero yo no quiero [mental] ser menos mamá o menos esposa o menos ama de casa por trabajar, pero tampoco quiero trabajar *part time*. Quiero ser 100% diseñadora, 100% mamá, esposa y ama de casa. (Viú, 2016, p. 23)

La entrevistada evidencia una hiperconciencia con respecto al factor tiempo, y atribuye a este un valor asociado con el cumplimiento de objetivos.

Nada es fácil [relacional], si quieres [mental] lograr tus sueños ienes [relacional] que trabajar un montón y si quieres [mental] tener [relacional] tu propia empresa, o lo que sea, no dices: “voy a trabajar menos, voy a ser [relacional] dueña de mis horas”. Yo no duermo [conductual], pero [mi trabajo] lo hago con pasión porque es [relacional] lo que más me gusta. (Viú, 2016, p. 24)

No soy [proceso relacional] una supermujer, ienes [relacional] que dejar cosas de lado: no veo [conductual] televisión, no tengo [relacional] mucho tiempo libre. Nunca me vas a ver sentada, tomando café y relajándome... Si yo tengo tiempo libre lo que voy a hacer es estar con mi hija, avanzar algo... Y es porque me gusta [mental] ser [relacional] así. (Viú, 2016, p. 23)

Menciono dos comentarios a propósito de dichas citas. Primero, Butrich se posiciona como una mujer ocupada que no se reconoce como “supermujer”; sin embargo, sí está dispuesta a realizar un trabajo como supermujer en tanto que es capaz de renunciar a necesidades como el dormir o tener tiempo libre para relajarse. La entrevistada no deja cabida a la posibilidad de tener una empresa y a la vez tiempo libre. Se muestra consciente de no ser dueña de sus horas, pero tal realidad se deshumaniza y

justifica sin cuestionamiento alguno, debido a sus metas y objetivos. En una parte de la entrevista, Butrich dice: “Nunca me he tomado muy en serio. Ni a mí misma, ni a la vida en general. Me gusta reírme de todo” (p. 22). La frase, dicha por una madre que no duerme ni es dueña de sus horas, suena bastante contradictoria. La entrevistada, como mencioné antes, muestra una hiperconciencia del factor tiempo y del cumplimiento de objetivos, lo que sí implicaría tomarse las cosas bastante en serio. Esta idea se refuerza con la siguiente cita: “¡Un día más sin hacer nada es un montón!, un día no es poco, el año no tiene tantos días tampoco. Si tienen algún sueño, algún plan, algo que quieran hacer, hay que empezar hoy, y no en una hora: ahorita” (p. 24).

Segundo, Butrich, construye su identidad como mujer ocupada, trabajadora y multifacética a partir de múltiples procesos relacionales, como “ser”; y, nuevamente, vuelve a fijar esa identidad acompañándola de procesos mentales y conductuales.

#### 5.3.3.2 Maternidad y crianza

“[Sobre Julieta, su hija]. Es una niña feliz. Tiene personalidad, es graciosa, es buena, es linda. Obviamente estoy enamorada de ella” (p. 23), dice la entrevistada. Si bien Butrich puede amar profundamente a su hija y estar enamorada de ella, lo que quiero resaltar de la cita anterior es cómo desde ese discurso no hay espacio para profundizar y hablar con honestidad de experiencias cotidianas de maternidad y crianza.

La entrevistada menciona en dos oportunidades que compatibilizar crianza y trabajo “es supercomplicado”. “Yo siento que ser mujer y querer hacer lo que te gusta es más difícil que siendo hombre” (p. 23). Butrich nombra en un momento de la entrevista la participación de su esposo en la crianza. “Desde que nació mi hijita la tenemos mi esposo y yo de arriba abajo [...] Somos un equipo los tres” (p. 24). Sin embargo, menciona en dos ocasiones el apoyo que representa su madre en la crianza: “Mi mamá me ayuda un montón” (p. 24), “Para poder trabajar en las tardes, mi mamá me ayuda muchísimo” (p. 24).

## CAPÍTULO 6

### HALLAZGOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 6.1 Tres modelos de ser madre

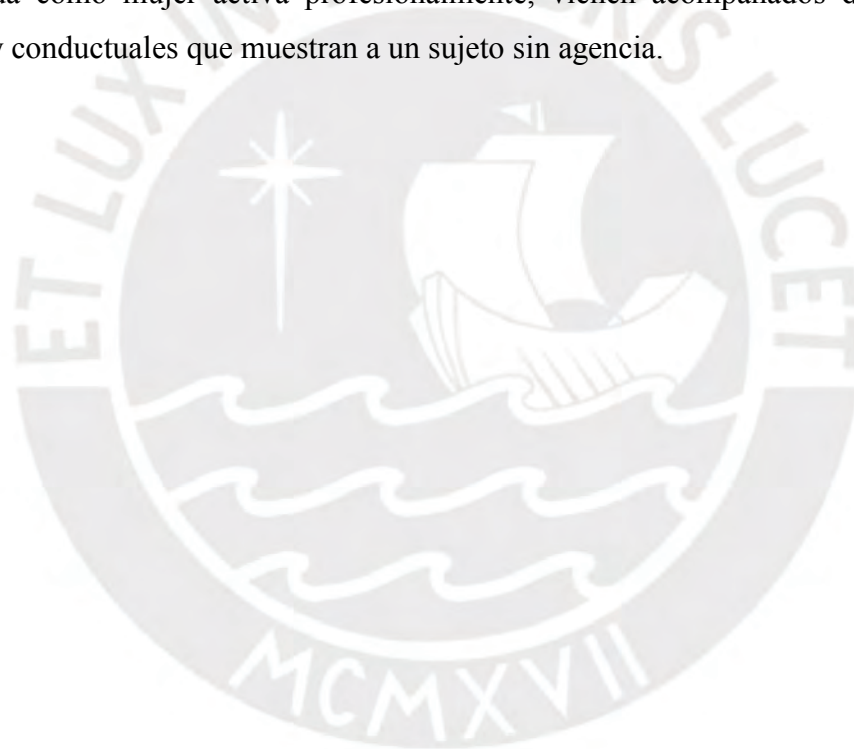
Los tres textos analizados posicionan la identidad materna desde repertorios interpretativos diferentes, como se verá a continuación. Sin embargo, el total de los casos coinciden en que sus repertorios dominantes no escapan del *statu quo*. No se evidencian intenciones, ni por parte de las entrevistadoras ni de las entrevistadas, de generar alguna interpelación al modelo de maternidad dominante. En cada texto analizado, la entrevistadora y la entrevistada coinciden en la manera como posicionan la identidad materna a partir de criterios normativos.

En el primer caso, el repertorio dominante es el de mujer-madre que idealiza la maternidad y la familia tradicional. La entrevistada se representa en el discurso a partir de abundantes procesos mentales como “valorar, saber, reconocer, querer”, que la posicionan como un sujeto sin agencia. Se posiciona como sujeto activo para dar amor y vincularse con los otros. En el texto, la periodista y la entrevistada coinciden en ubicar a Virna Flores como sujeto que está en relación con el otro. Sus deseos personales y profesionales son subordinados o innombrados, y se priorizan sus roles como esposa y madre.

En el segundo caso de análisis, el repertorio dominante es el de la maternidad como deseo, destino e instinto femenino. La entrevistada construye en el discurso una identidad como mujer-madre católica (“Oré con todas mis fuerzas”) que emprende una búsqueda activa y persistente por ser madre a pesar de las adversidades y el dolor físico y emocional. Nombra tal búsqueda a partir de procesos materiales como “hacer” y “coloqué”, que le conceden agencia. También utiliza abundantes procesos relacionales, como “estar”, “tener” y “fueron”, en alusión directa al sufrimiento y dolor físico y emocional que tuvo que superar para poder ser madre. Asimismo, posiciona su búsqueda de ser madre recurriendo a procesos verbales como “contar”, “averiguar”, “consultar” y “hablar”, que contribuyen a legitimar su decisión de seguir ocho tratamientos de fertilidad en contra de lo que “aprueba” la Iglesia católica, a la que

pertenece. Tanto la periodista como la entrevistada reproducen el mito mujer=madre y la idea de ser madre asociado con lo místico-religioso.

En el tercer caso, el repertorio dominante en el discurso es el de la madre *superwoman* con una agenda gorda y apretada, que experimenta una búsqueda permanente por cumplir –en nombre de la eficiencia, la exigencia y la perfección– con sus roles de mujer, esposa, ama de casa y madre, sacrificando sus horas de sueño y sistematizando rutinas y horarios. Tanto la periodista como la entrevistada recurren al uso de procesos relacionales para fijar la identidad de la segunda en tanto profesional que realiza múltiples actividades en simultáneo y que dispone de poco tiempo libre. Sin embargo, los procesos relacionales mediante los cuales se posiciona la identidad de la entrevistada como mujer activa profesionalmente, vienen acompañados de procesos mentales y conductuales que muestran a un sujeto sin agencia.





## 6.2 Temáticas principales

**Tabla 1.**

¿De qué conversan las mujeres madres en el texto?

	Pareja Vida familiar	Ser madre Criar	Buscar ser madre	Profesión	Ocio Actividades	Imagen de la mujer	Vida lejos del país	Descripción de la casa
<b>Caso 1</b>	<b>11</b>	3		4	1			
<b>Caso 2</b>	2	1	<b>6</b>	1		1	3	
<b>Caso 3</b>	3	4		<b>18</b>	2			1

**Tabla 2.**

Primer nivel de lectura

	<b>Titular</b>	<b>Bajada</b>
<b>Caso 1</b>	“Virna Flores: Una actriz que se esfuerza por tener una vida sin drama”	“Encontró su vocación y al amor de su vida a los veinte años. Hizo carrera en Estados Unidos, se casó. Tuvo dos hijos y hoy está de vuelta en el Perú para su debut en el cine”.
<b>Caso 2</b>	“Jessica Tapia: luz de Lima”	“Desde Chicago, la periodista nos cuenta sobre su relación con Steven Dykeman, su vida en la ‘Ciudad de los vientos’ y su experiencia como madre primeriza a los 44 años”.
<b>Caso 3</b>	“Jessica Butrich: tres, dos uno, ¡circo!”	“Es diseñadora de moda, coleccion- ista de objetos retro y una mamá que vive intensamente”.

La tabla 1 muestra que la selección de temáticas con las que se aborda la maternidad es reducida y estereotipada. Los titulares y bajadas que muestro en la tabla 2 sintetizan y anticipan los temas principales que se abordarán en los textos y la manera en la que entrevistadoras y entrevistadas entienden y significan lo materno<sup>23</sup>. En el primer caso de análisis (Virna Flores), la temática principal de la entrevista es la relación de pareja y vida familiar de la entrevistada. De un total de 17 preguntas y dos párrafos redactados a manera de crónica, 11 están dedicados a su relación y vida sentimental con el actor Ismael La Rosa. Aunque la revista *Viú* (2015) decide entrevistar y poner en su portada a una mujer-madre profesional que destaca y ha adquirido reconocimiento social por su trabajo y que prontamente estrenará una película, la temática laboral solo se aborda en tres oportunidades. Y, cuando se menciona la dimensión profesional, tanto la periodista como la actriz hablan en plural: en el discurso,

<sup>23</sup> Cfr. anexos. (p. 104-118)

Virna Flores siempre está vinculada a su esposo y al trabajo que ambos realizan juntos como protagonistas de telenovelas. En el texto se prioriza el título, la etiqueta de la mujer-madre que es actriz y que trabaja al lado de su esposo, antes que poner en valor los sueños laborales, desafíos u opiniones de la entrevistada en tanto sujeto independiente.

En el caso 2 (Jessica Tapia), la temática principal del texto es la búsqueda de la entrevistada de ser madre. De un total de 10 preguntas y 4 párrafos que constituyen el texto, 6 están dedicados al anhelo de la entrevistada por ser madre y a las múltiples dificultades que debió superar para lograrlo. La revista *Ellos & Ellas* (2017) nombra a Tapia como “periodista” únicamente en dos oportunidades en el texto y dedica únicamente un párrafo a su trayectoria profesional. Tanto el calificativo de “periodista” como el desarrollo de la dimensión laboral de la entrevistada están acompañados y en función de su rol como esposa o madre. En este caso, al igual que en el anterior, ser una profesional se ubica en el discurso como una característica de la “buena madre” antes que como un rol activo e independiente.

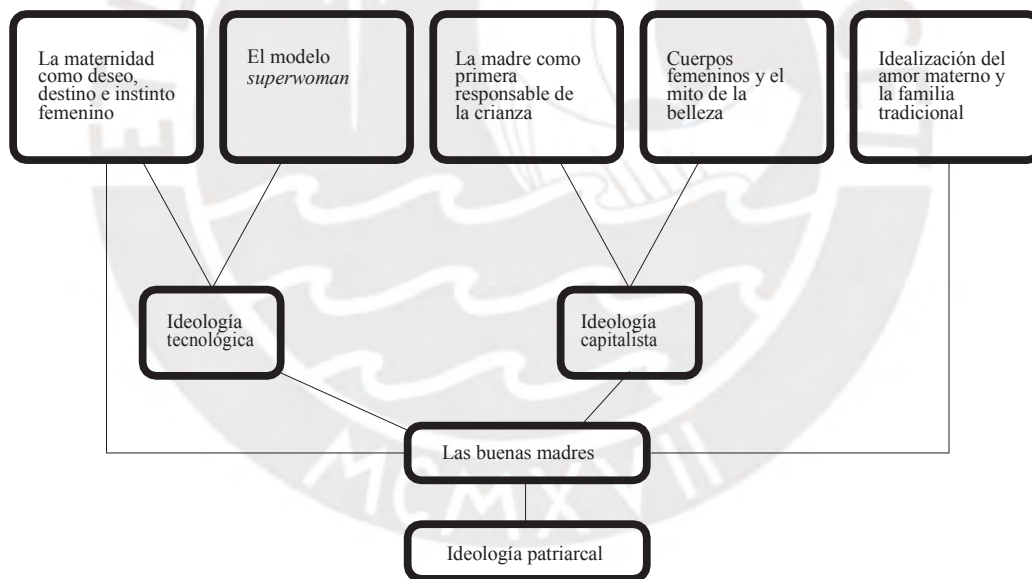
En el caso 3 (Jessica Butrich), la temática principal del texto es la dimensión laboral y la vocación profesional de la entrevistada. Este es el único texto analizado que tiene como temática dominante la profesión de la mujer-madre: el diseño de moda. Considero que esto se debe al hecho de que se trata de un trabajo que sintoniza con la obsesión contemporánea de búsqueda de belleza. Asimismo, encuentro que tal dimensión laboral se desarrolla en estrecha relación con la configuración de una identidad femenina a partir de criterios superficiales y frívolos, como la compra de zapatos para sentirse mejor o la alegría automática que produce un nuevo tinte de pelo en las mujeres.

### **6.3 Repertorios e ideologías dominantes**

Como mencioné en el acápite, 6.1, en cada caso analizado reconozco un repertorio materno que resulta dominante en el texto. El repertorio dominante en el caso 1 es “La idealización de la maternidad y la familia tradicional”. En el caso 2 es “La maternidad como deseo, destino e instinto femenino”. En el caso 3, el repertorio dominante es “El modelo *superwoman*”. Sin embargo, en todos los textos analizados

coexisten, al menos, tres de los cinco repertorios que alimentan un modelo homogéneo de maternidad. A continuación, profundizo en estos repertorios y en las relaciones de poder e ideologías que develan. Asimismo, incluyo citas específicas que los sintetizan. Anticipo que los repertorios en cuestión son los siguientes<sup>24</sup>:

1. La maternidad como deseo, destino e instinto femenino (mujer=madre=instinto).
2. La madre como principal responsable de la crianza y lo doméstico (madre = crianza = función doméstica).
3. El modelo *superwoman* (la madre con doble jornada de trabajo: dedicada y amorosa en la esfera doméstica; profesional y competitiva en el ámbito público).
4. La idealización de la maternidad y la familia tradicional (buena madre = esposa y familia feliz).
5. Los cuerpos femeninos y el mito de la belleza (madre = imagen/objeto).



**Figura 1. Huellas ideológicas**

<sup>24</sup> Cfr. acápite 2.2, en el que abordo a partir de la teoría feminista cada uno de los repertorios que he identificado en el análisis (pp. 30-37)

La figura 1 muestra los repertorios dominantes y su correspondencia con la ideología patriarcal<sup>25</sup> y con otras dos ideologías: la tecnológica y la capitalista. En el repertorio “La maternidad como deseo, destino e instinto femenino” (caso 2) y en “El modelo *superwoman*” (caso 3) subyace una ideología tecnológica, en tanto que se asume a las mujeres-madres como objetos reproductores o máquinas “productivas, racionales y controladas”, siguiendo a Rothman (1994), que en virtud de la eficiencia deben sistematizar la búsqueda de la maternidad y sus múltiples roles. “Un día más sin hacer nada ¡es un montón!, un día no es poco, el año no tiene tantos días tampoco. Si tienen algún sueño, algún plan, algo que quieran hacer, hay que empezar hoy, y no en una hora: ahorita” (Viú, 2016, p. 24).

Asimismo, los repertorios “La madre como primera responsable de la crianza y lo doméstico” y “Los cuerpos femeninos y el mito de la belleza”, que se reconocen en los tres textos analizados, contienen una ideología capitalista. La ideología capitalista puede ser abordada desde distintos aspectos, pero me concentro en reconocerla desde el criterio de las madres como proletariado y mano de obra que producen preciosos productos: los hijos/hijas, y en la búsqueda de la belleza que se impone a los cuerpos femeninos, la cual demanda el consumo de diversos productos de la industria estética y la moda. A continuación, menciono dos citas que sintetizan esta idea.

Tiene un walk-in closet donde más de 80 pares de zapatos descansan ordenadísimos. (Viú, 2016, p. 21)

[Mi marca] Es una mujer que usa también los zapatos como terapia, cuando tiene un mal día, que va a la tienda, porque sabe que la va a hacer sentir mejor y es más barato que ir al psicólogo, siempre se lo digo a mis clientas (reímos). (Viú, 2016, p. 24)

---

<sup>25</sup> Cfr. acápite 2.2 (p. 29), donde abordo, siguiendo a Rothman (1994), la ideología tecnológica y la ideología capitalista en estrecha relación con la ideología patriarcal.

### 6.3.1 La maternidad como deseo, destino e instinto femenino (mujer = madre = instinto)

En los tres textos analizados se puede reconocer este repertorio a partir de los mitos del esencialismo (identidad femenina asociada básicamente con lo materno) o la naturalización (madre=instinto). Por un lado, desde el esencialismo, la maternidad se asume como un deseo y destino al que todas las mujeres aspiran. Específicamente en el análisis del caso 3 se evidencia que las técnicas de reproducción asistida contribuyen a que la mujer no se pierda de la experiencia materna ni escape de la categoría “madre”.

Eso de que uno no conoce al amor de su vida hasta que es mamá es cierto. (*Viú*, 2015, p. 12)

Siempre he querido ser mamá. (*Viú*, 2016, p. 24)

Después de someterse a ocho tratamientos de fertilidad, finalmente logró convertirse en madre. (*Ellos & Ellas*, 2017, p. 13)

Desde el mito de la naturalización, los discursos de las revistas femeninas sugieren que las mujeres-madres tienen una predisposición natural hacia el cuidado o ciertos atributos instintivos que les permiten sintonizar con las necesidades de las criaturas. El padre tiene una predisposición para el cuidado cuando se comporta como madre. Para muestra, las siguientes tres citas:

Cuando Ishana nació me la entregaron y ella era minúscula porque era prematura. Yo la cargué y le di un beso y sonrió inmediatamente. Y cada vez que la besaba ella sonreía. Yo me sorprendí de esa conexión bebé y mamá. (*Viú*, 2015, p. 12)

‘Steve’ babea por su hija, aunque, como todo hombre, se toma algunas cosas a la ligera. (*Ellos & Ellas*, 2017, p. 16)

[...] Ismael como padre es una buena madre. (*Viú*, 2015, p. 12)

### 6.3.2 La madre como primera responsable de la crianza y lo doméstico (madre = crianza = interés doméstico)

Desde este repertorio he encontrado tres características esenciales. La primera es que se asume que las buenas madres sean las principales cuidadoras y responsables de la crianza. Hablan de esas labores en singular. No se contemplan la corresponsabilidad o el reparto equitativo de funciones domésticas o de crianza entre madres y padres. Las funciones específicas que desempeña el padre cotidianamente son innombradas, mencionadas de modo muy general, o entendidas como algo excepcional, “un apoyo”.

Voy a tratar de llevar a mi hija por el camino correcto. (*Ellos & Ellas*, 2017, p. 16)

Toda la primera semana yo no cambié un solo pañal. Ni bañé al bebé. Solo lo amamantaba. No podía hacer más. Ismael lo hizo feliz todo. (*Viú*, 2015, p. 12)

En dos de los tres textos analizados (casos 2 y 3), la participación de la abuela materna resulta fundamental para que la madre pueda cumplir su rol de primera responsable de la crianza.

¿Cómo te apoyan ‘Steve’ y tu madre con la crianza? (*Ellos & Ellas*, 2017, p. 16)

Cuando quiero algo recurro a mi mamá, que es como mi Google... ¡e incluso mejor! (*Ellos & Ellas*, 2017, p. 16)

Para poder trabajar en las tardes, mi mamá me ayuda muchísimo. (*Viú*, 2016, p. 24)

La segunda característica de este repertorio es que la maternidad y la crianza se conciben exclusivamente desde un ámbito doméstico y privado. Este repertorio se evidencia desde el silencio y la omisión. Llama la atención que en ningún caso analizado las madres entrevistadas o las periodistas hagan alguna mención al contexto político, social, legal o económico en el que se desenvuelven la crianza y la maternidad.

La tercera característica que identifiqué es que las madres “recetan” o se autoexigen ciertas actitudes adecuadas y positivas al criar a los hijos e hijas. La crianza es sinónimo de disfrute e implica que las madres entreguen, sobre todo, apego, tiempo y dedicación. Los hijos e hijas necesitan tanto de sus madres como las madres a ellos/ellas.

Yo soy la paranoica. Quiero aprender, pero tropiezo varias veces. (*Ellos & Ellas*, 2017, p. 16)

Respeto más a una mujer que no quiere tener hijos y se cuida porque no quiere esa responsabilidad que a una mujer que cree que por ser mujer tiene que tener un hijo y luego no tiene tiempo para él. Los niños necesitan de su madre. (*Viú*, 2015, p. 12)

Desde los 0 a los 3 meses, Juli estaba pegada a mí. Tuve un desfile a los dos meses de Juli nacida e hice todo el desfile con ella encima mío, dándole de lactar. (*Viú*, 2016, p. 24)

Yo necesito de mis hijos también. Necesito que me apachurren y me digan que me extrañaron. (*Viú*, 2015, p. 12)

### **6.3.3 El modelo *superwoman* (madre = doble jornada)**

Todas las madres de los textos analizados desempeñan una doble jornada: tienen un trabajo doméstico y de crianza en la esfera privada y otro profesional reconocido en la esfera pública. Solo abarcando ambos roles y aspiraciones se sienten realizadas y completas. Desde este repertorio, las madres sostienen que lo profesional da un sentido a sus vidas y que dejar de trabajar para dedicarse exclusivamente a la crianza les genera conflictos. Asumir una doble jornada se menciona en los textos como una dinámica agotadora solo de manera tangencial. Las madres entrevistadas se muestran eficientes, organizadas y con todo “bajo control”.

Cuando Varec nació pasé mucho tiempo sin trabajar, que es un vicio para mí y me hace sentir plena. Yo era feliz con mi hijito, pero me faltaba salir a trabajar. (*Viú*, 2015, p. 12)

Me gustan las mujeres que tienen las riendas de su vida y que hacen lo que quieren, que deciden hacer algo, lo logran y lo hacen y que no lo dejan de lado. (Viú, 2016, p. 23)

Soy mujer, mamá, esposa y trabajo a tiempo, pero yo no quiero ser menos mamá, o menos esposa o menos ama de casa por trabajar, pero tampoco quiero trabajar ‘part time’. Quiero ser 100% diseñadora, 100% mamá, esposa y ama de casa. (Viú, 2016, p. 23)

En tal sentido, como mencioné anteriormente, subyace en el discurso de la *superwoman* una ideología tecnológica caracterizada por objetivos maternos y profesionales claros que asocian la identidad de las mujeres-madres con la organización y planificación de una máquina productiva, aunque esto implique que las madres no tengan tiempo libre.

No soy una supermujer, tienes que dejar cosas de lado: no veo televisión, no tengo mucho tiempo libre. Nunca me vas a ver sentada, tomando café y relajándome. (Viú, 2016, p. 23)

Yo no duermo, pero [mi trabajo] lo hago con pasión porque es lo que más me gusta. (Viú, 2016, p. 24)

En los tres textos analizados reconozco dos modelos distintos de *superwoman*. En los casos 1 y 2 se trata de mujeres-madres que trabajan. Son profesionales que reconocen placer por su trabajo. Sin embargo, este se expresa como temática secundaria en sus discursos y, al mismo tiempo, se ve asociado con su vida de pareja, en tanto que las entrevistadas trabajan con sus esposos. En el caso 3, se trata de un modelo de mujer-madre que se refiere a su profesión con intensidad y sistematiza rutinas para asumir a la par sus roles como madre y esposa.

#### **6.3.4 La idealización de la maternidad y la familia tradicional**

Desde este repertorio se evidencia una simplificación de las emociones y experiencias vinculadas a (1) la vida de pareja y la familia tradicional y (2) la



maternidad y la crianza. Las relaciones familiares, de pareja y el amor materno se expresan como experiencias homogéneas, felices e ideales, sin contratiempos, ambivalencias, conflictos, contradicciones ni miedos. Desde este discurso solo se habla de las cosas positivas de la maternidad. No se presenta ni una historia adversa.

Mis hijos me han cambiado. Nunca me sentido más paciente, ni más fuerte, ni más elocuente, ni más linda que cuando estoy con ellos. (*Viú*, 2015, p. 12)

Es una niña linda. No es llorona ni renegona. Le encanta la gente y la cháchara. Me hace la maternidad muy sencilla. (*Ellos & Ellas*, 2017, p. 15)

[Mi hija] Es una niña feliz. Tiene personalidad, es graciosa, es buena, es linda. Obviamente estoy enamorada de ella. (*Viú*, 2016, p. 23)

Asimismo, la idealización con la que se concibe la función materna en ocasiones se entrecruza con representaciones que reflejan una influencia católica y que se expresan a partir del empleo de palabras como “bendición”, “luz” o “milagro”, o que remiten a la figura católica de la Virgen María.

Con respecto a la idealización del amor de pareja, menciono que la pareja confiere seguridad a las entrevistadas y que los hijos/hijas completan la felicidad de estas. La llegada de un bebé no implica cambios o desafíos en la vida conyugal.

Su matrimonio con el actor Ismael La Rosa es un amor de novela. El calificativo tiene menos de poesía fácil y más precisión [...] Tienen dieciocho años juntos y dos hijos, Varec e Ishna. (*Viú*, 2015, p. 11)

Cuando encontré a ‘Steve’, encontré a mi pareja perfecta, mi complemento. Alguien que me dio seguridad y tranquilidad. (*Ellos & Ellas*, 2017, p. 16)

Solo con ‘Steve’ dije: “Con él sí quisiera tener un bebito”. (*Ellos & Ellas*, 2017, p. 13)

En todos los casos de análisis, las relaciones de pareja se conciben como románticas, tradicionales, estables y duraderas; los esposos son “los únicos” y los hijos se presuponen dentro del matrimonio.

[...] habíamos conversado que el día que decidamos tener hijos nos casaríamos. Lo que te une a una persona de por vida son los hijos. Ese es un vínculo inquebrantable. (*Viú*, 2015, p. 12)

“La primera vez que nos enamoramos, en la adolescencia, llenamos los cuadernos de corazones”. Jessica Butrich conoció en la secundaria al artista plástico Abel Bentín, su compañero de clase, su primer y único enamorado desde los 16 años y desde hace cinco, su esposo. Hace un año y ocho meses son padres de la pequeña Julieta. (*Viú* , 2016, p. 21)

Destaco que se valoran los vínculos estrechos y próximos no solo con la pareja sino también con la familia y las madres de las entrevistadas.

Yo valoro mucho la familia. Es algo que está en mis raíces: tengo ascendencia italiana. A Ismael le pasa lo mismo con su familia. (*Viú*, 2015, p. 11)

Los seguidores de Virna Flores elogian a su familia tanto o más que a su actuación y los periodistas llaman a su matrimonio con el actor Ismael La Rosa: “un amor de novela”. (*Viú*, 2015, p. 11)

Yo no me peleo con mi mamá. (*Viú*, 2015, p. 11)

### **6.3.5 Los cuerpos femeninos y el mito de la belleza**

Las mujeres que aparecen en las fotografías de las revistas femeninas analizadas representan un ideal de belleza homogéneo: se trata de mujeres flacas que lucen atractivas (visten a la moda, con peinados y maquillaje de peluquería), tienen piel blanca y son jóvenes y delgadas. “Jessica Butrich mide 1.68 m, es delgada y tiene el cabello en degradé del rojo al rubio” (*Viú* , 2016, p. 21).

Asimismo, la imagen personal y pública de las entrevistadas les aporta seguridad y confianza. “Si yo no hubiera estado en concursos de belleza o en televisión nadie se acordaría de que estaba en el colegio. Yo era como el ‘patito feo’” (*Ellos & Ellas*, 2017, p. 16).

Las mismas madres se asumen como parte de una industria que les exige ciertas pautas con respecto a su físico: “A mi me chocó ver que al final tú eres un producto de una industria. Entonces tú tienes que mejorar siempre y lucir bien siempre porque si no el producto no se vende. Suena feo pero es lógico y es así. En las novelas todo es muy cuidado estéticamente. Yo que venía de una onda más romántica me impactó eso, pero lo entendí y asumí. Quería aprender a exponer mi trabajo mejor” (*Viví*, 2015, p. 14).

Si se toma en cuenta que todas las entrevistadas calzan con este ideal dominante de belleza y que en los textos no se profundiza en su trayectoria profesional, surgen las siguientes sospechas: ¿son elegidas debido a que son atractivas antes que profesionales exitosas? ¿Es el físico y no la profesión –o, en todo caso, la combinación necesaria de ambos aspectos– lo que determina que las mujeres salgan en una portada?

## REFLEXIONES FINALES

“Porque el ideal de la mujer blanca, atractiva pero no puta, bien casada pero no relegada, que trabaja pero sin ser muy exitosa, para no humillar a su hombre, flaca pero no neurótica con la comida, que sigue indefinidamente joven sin que la desfiguren los cirujanos estéticos, que se siente plena con ser mamá pero no es acaparada por los pañales y los deberes de la escuela, buena ama de casa pero no sirvienta tradicional, culta pero menos que un hombre, esta mujer blanca feliz que nos ponen siempre frente a los ojos, que deberíamos esmerarnos para parecernos a ella, más allá de que parece aburrirse mucho por poca cosa, de todas formas nunca me la crucé, en ningún lugar. Creo que no existe”  
(Despentes, 2006, p. 3).

Los discursos que he identificado en los textos de las revistas femeninas no son construcciones inofensivas que simplemente idealizan la maternidad: responden a una ideología patriarcal y a un sistema binario de sexo/género profundamente arraigado en nuestra sociedad y cultura, que implica imposiciones y prescripciones como las siguientes:

1. La maternidad y los cuidados como parte esencial de la identidad femenina. La vieja ecuación “ser mujer = ser madre”.
2. El rol de la madre como primera responsable del bienestar de los hijos/hijas debido a un “instinto natural” y a una división persistente de género que desliga al padre de los cuidados, a la par que exige a las madres una doble jornada de trabajo. En todos los casos analizados, las madres son las cuidadoras principales y, al mismo tiempo, profesionales exitosas. Las funciones domésticas del padre son innombradas o minimizadas.
3. Invisibilizar las dificultades, necesidades o sentimientos de la maternidad y la crianza, como el cansancio o la ambivalencia, que se originan y pueden explicar a partir de contextos no solo subjetivos, domésticos o privados, sino también sociales, culturales, políticos o legales en los que se desenvuelve cada experiencia materna.

Las revistas femeninas en el Perú aún tienen un trabajo pendiente para dismantlar nuestra herencia patriarcal. Si se toma en cuenta que los medios de comunicación, en tanto agentes de socialización, influyen en las actitudes, comportamientos u opiniones de las lectoras, es posible que puedan contribuir a un cambio real de los roles asignados a las madres a partir de una naturalización de las diferencias de género. El lenguaje siempre está connotando y no podemos escapar de eso. Pero sí podemos preguntarnos de qué otra manera se puede nombrar y construir la identidad materna en las revistas femeninas más allá de estereotipos como los identificados en esta investigación; entre ellos los siguientes: “la mujer que se siente realizada al convertirse en madre”, “la madre que por una cuestión de instinto sabe cuidar a sus criaturas”, “la madre que mitifica la maternidad” o “la madre *superwoman* que quiere ser un 100% madre, esposa, ama de casa y trabajadora exitosa”.

En ese sentido, el Análisis Crítico del Discurso, como teoría y método, tiene mucho que aportar para la investigación de los discursos de los medios de comunicación y, sobre todo, para el autoanálisis de los y las profesionales de las comunicaciones. Aunque no se trata de un objetivo específico de este trabajo, espero que el análisis que presento pueda invitar a una reflexión sobre la responsabilidad que ejercemos los periodistas en la construcción del sentido social. ¿Por qué elegimos usar unas palabras y no otras? ¿De qué manera nombramos una realidad y por qué? ¿Qué identidades construimos en nuestras narrativas? ¿Contribuyen estas a cuestionar estereotipos, roles y sistemas de creencias configurados a partir del género?

Es vital para la profesión que la elección de las palabras y los contenidos –en este caso puntual, con respecto al tema de la maternidad– sea un acto consciente, deliberado y creativo que implique elaborar repreguntas sobre lo que socialmente se asume como “natural” o de “sentido común”. Es urgente que empecemos a reconocer que existen múltiples maternidades, otras miradas posibles sobre el ser madre que escapen del sistema binario sexo/género y de la categoría buena/mala madre.

Subrayo que el alcance de esta investigación es un análisis del discurso de tres textos periodísticos que están firmados y “avalados” por un medio de comunicación. Presento un análisis crítico con la intención de conversar sobre una maternidad mediática que encuentro normativa y disonante con el ejercicio diario de los cuidados.

Esta investigación no mide impactos específicos en las lectoras ni contempla las subjetividades o interpretaciones que ellas hacen de los textos analizados. Asimismo, considero que la posición de las periodistas como productoras del texto resulta ambigua en esta investigación. El análisis que presento no contempla una conversación con ellas. No sé, por ejemplo, si las entrevistas tenían más preguntas aparte de las mostradas o qué criterios de edición primaron en los textos.

Por tal motivo, esta investigación puede ser el punto de partida para trabajos futuros que busquen contrastar los hallazgos aquí obtenidos con (1) la perspectiva de las madres entrevistadas y sus impresiones sobre lo que se dice de ellas en los artículos publicados; (2) la perspectiva de las periodistas, tomando en cuenta el encargo editorial; (3) los discursos maternos dominantes en revistas femeninas del país que tengan otro público objetivo. Asimismo, espero que esta investigación pueda aportar a futuros proyectos comunicacionales interesados en incluir, en el marco inteligible social, expresiones identitarias femeninas múltiples, complejas, cambiantes y ambiguas que escapen del esencialismo de las normas de género.

En esta investigación analizo las construcciones dominantes de la identidad materna en las revistas femeninas desde la perspectiva y el interés del grupo dominado: las “buenas madres”. No pretendo ofrecer resultados definitivos ni una “interpretación única” de los textos. Entiendo que las relaciones de poder se negocian y son complejas. Las “buenas madres” que aparecen en las revistas femeninas analizadas se ubican en una posición de poder, en tanto que han sido elegidas para hablar públicamente sobre la maternidad desde una condición determinada como mujeres madres, casadas, blancas, de clase media, con reconocimiento mediático. Existen muchas otras formas de ser madre innombradas en los medios de comunicación que están atravesadas por categorías como las de orientación sexual, etnia y posición socioeconómica.

Por último, si bien la maternidad, con los mitos, ideales y exigencias que la acompañan, ubica a las mujeres como primeras responsables de un trabajo doméstico y de cuidados invisibilizado, también ha sido y es una fuente de poder: una experiencia desde la cual las mujeres-madres nos sentimos con voz y autoridad. El reto pendiente es construir relaciones en igualdad de oportunidades y reivindicar los cuidados y la crianza (con todas las demandas y necesidades que esta conlleva) como un tema político y

social prioritario, y no solo como un asunto que interesa, principalmente, a las mujeres que tienen hijos/hijas. Tomando las palabras de Despentes (2006, p. 13), “si no avanzamos hacia la revolución de los géneros, sabemos exactamente hacia qué retrocedemos”.



## ANEXOS

### Anexo 1

#### Artículo periodístico sobre Virna Flores (Viú, 2015)

VIRNA FLORES

# Una actriz que se esfuerza por tener una vida sin drama

**Encontró su vocación y al amor de su vida a los veinte años. Hizo carrera en Estados Unidos, se casó, tuvo dos hijos y hoy está de vuelta en el Perú para su debut en cine.**

Por **Stefanie Pareja** Fotos **Solange Adum** Styling **Úrsula Acuña**

**L**a mayoría de mujeres que se sientan frente al televisor de lunes a viernes por las noches lo hacen para desconectarse de la realidad. Aunque sea durante una hora, ellas descansan de sus problemas angustiándose con los de una familia de ficción. Las telenovelas —con sus amantes rencorosos, hijos ilegítimos, milagros médicos— las distraen. Son un delivery diario de tragedias para recordar que nuestras vidas no están tan mal. Virna Flores, actriz que ha participado en una veintena de estas producciones, parece tener una vida sin dramas. Hace unos meses, una directora le aconsejó que para mejorar su personaje piense en la clásica relación madre-hija. La directora quería conflicto pero la actriz no lo comprendía. «Es que yo no me peleé con mi mamá», le explicó Virna.

Los seguidores de Virna Flores elogian a su familia tanto o más que a su actuación y los periodistas llaman a su matrimonio con el actor Ismael La Rosa «un amor de novela». El calificativo tiene menos de poesía fácil y más precisión, cuando uno recuerda cómo se conocieron: sus personajes se enamoraron en la exitosa telenovela noventera «La Rica Vicky». Hoy tienen dieciocho años juntos y dos hijos, Varec e Ishana. Estos esposos, que quieren compartir todo por igual, son equitativos hasta en las iniciales de los nombres de sus niños. Después de vivir más de una década en Estados Unidos, regresan a las pantallas peruanas protagonizando la película «Desaparecer». Es un nuevo inicio y otra vez empiezan juntos.

**En redes sociales y medios, tu matrimonio recibe muchos halagos. ¿Qué sientes cuando le prestan tanta atención a tu familia, cuando la llaman ejemplar?** Siempre es bonito dar un mensaje positivo en cualquier ámbito. Yo valoro mucho la familia. Es algo que está en mis raíces: tengo ascendencia italiana. A Ismael le pasa lo mismo con su familia. Creo que desde que nos conocimos, aunque éramos muy jovencitos y estábamos en el mundo de la actuación que no es un medio fácil, los dos teníamos muy claro qué nos gustaba y qué no nos gustaba. Sabíamos que nos importaban los valores y reconocer qué queremos en la vida.

**Hay un video que resume tus personajes de telenovela. Son seis minutos de drama, angustia, problemas. ¿Por qué te gusta interpretar historias trágicas?** Tal vez es justamente para no aburrirme, para hacer cosas distintas a mi vida (risas). La actuación es una pasión. Yo siempre tuve esa inquietud. Yo soy inmensamente feliz actuando. Encarnar a otros me gusta. Meterme en la piel de otro ser humano que piensa, vive y siente distinto que yo. La actuación te sensibiliza, porque te permite conocer a través de los personajes realidades que de otra forma ignorarías.

**Los matrimonios, sobre todo si hay hijos, buscan estabilidad pero ustedes parecen no tener miedo a los cambios. El año pasado regresaron a Perú sin ningún contrato. Solo con una idea.** Soy una persona muy mental. Todo lo pienso mucho y siempre mido riesgos, pero para las decisiones más trascendentales soy más aventada. Siento un impulso, algo toca mi espíritu, y entonces voy.

**¿Qué los impulsó a regresar?** Vimos en Miami una nueva propuesta de teatro: microteatro. Una amiga actriz nos invitó y fuimos a un lugar lleno de plan-

Domingo 17 de mayo del 2015 **viú** 1



tas y luces y contenedores. Las obras se daban en simultáneo dentro de los contenedores. Nos encantó. Fue genial. La interacción es tremenda. Dentro de un contenedor, el público es parte de la obra sí o sí. La cercanía hace que hasta un respiro se escuche. Uno se sumerge en la historia. Cuando salimos, Ismael y yo sabíamos que debíamos traer eso a Lima. El año pasado montamos "Contenedores" y fue un éxito. En unos meses lo volveremos a hacer.

**En otra visita al Perú, en el 2008, tomaron una decisión más atrevida aun. De pronto decidieron casarse...**

Si y fue espectacular (risas). Hablamos planeado venir a Lima por tres meses. En ese tiempo pesó mucho la familia que siempre nos decía: ¿cuándo se casan? Nosotros respondíamos que cuando tuviéramos niños y nos decían: ¿cuándo tendrán hijos? Nos emocionamos y decidimos casarnos. Planeamos la boda en veinte días. Fue un estrés terrible, pero quedó hermosa. Con poca anticipación invitamos a 203 personas y nos acompañaron 200. Todo funcionó genial. La ceremonia fue maravillosa.

**Sus personajes en la telenovela se casaron en 1997, pero en la vida real la boda tardó 11 años. ¿Por qué esperaron tanto?**

Coincidamos en que como somos personas muy estables el tema del matrimonio como compromiso no era un requerimiento. No necesitábamos firmar un papel ni una ceremonia. Todo el mundo sabía, y sobre todo nosotros mismos, de que estábamos comprometidos. Era un acuerdo tácito. Pero hablamos conversado que el día que decidiéramos tener hijos nos casaríamos. Lo que te une a otra persona de por vida son los hijos. Ese es un vínculo inquebrantable.

**Ismael ha declarado que quería tener hijos desde un inicio, pero tú postergabas esa decisión, ¿por qué?**

Ismael quiere tener hijos desde que tiene uso de razón (risas). Pero yo soy acuario. Los acuario somos aire y todo el tiempo queremos estar aquí y luego allá. A la vez, soy demasiado responsable y siempre supe que un hijo te pone anclas. A mí no me gustan las obligaciones. Es decir, prefiero solita comprometerme, pero tú no me obligues, no me amonones porque huyo. Si me das libertad, yo reacciono. Soy como un pajarito que tiene la puerta abierta de la jaula pero decide quedarse.



1



2

1. Virna e Ismael con sus dos hijos: Várec (5 años) e Ishana (3 años).  
2. La pareja durante las grabaciones de la película "Desaparecer".

**¿Cómo te mantienes libre ahora que dos niños dependen de ti?**

Es difícil. He tenido mis crisis existenciales también. Cuando nació Várec pasé mucho tiempo sin trabajar, que es un vicio para mí y me hace sentir plena. Yo era feliz con mi hijo pero me faltaba salir a trabajar. Al inicio me fue difícil. Me estampaba contra las paredes. No todo es rosa en la vida. Los problemas existen, pero lo que nos hace evolucionar es sobrepasarlos y valorar lo que esa situación te enseñó. Pero mis hijos me han cambiado 180 grados. Eso de que uno no conoce al amor de su vida hasta que es mamá es cierto. Nunca me he sentido más paciente que como cuando estoy con ellos, ni más fuerte que cuando he afrontado problemas con ellos, ni más elocuente, ni más linda... Todas las cosas positivas han sido aun mejores con ellos.

**Tal vez por cuidar su libertad cada vez hay más mujeres que deciden no tener hijos. ¿Qué piensas de eso?**

No todas las mujeres quieren ser madres y eso es respetable. Respeto más a una mujer que no quiere tener hijos y se cuida porque no quiere esa responsabilidad que a una mujer que cree que una mujer tiene que tener un hijo y ella no tiene tiempo para él. Los niños necesitan de su madre. Cuando mis hijos nacieron la entregaron y ella era minúscula porque era prematura. Yo la cargué y le di un beso y sonrió inmediatamente. Y cada vez que la besaba, ella sonreía. Yo me sorprendí de esa conexión bebé y mamá. Los hijos necesitan eso. Yo necesito a mis hijos también. Necesito que me escuchasen y me digan que me extrañaron. Es algo que yo disfruto y que yo quiero. Yo decido tenerlos.

**¿Cómo cambió tu relación con los hijos?**

Ya hablamos viajado, vacilado y jugamos bastante (risas). No hemos quemado ninguna etapa, entonces los dos nos entregamos a esta nueva experiencia con los bebés y a divertirnos con ellos. Ya no bailamos nunca. Ahora el vacilón es ver una película o reunimos con la familia. No hubo celos tampoco porque Ismael como padre es una buena madre (risas). Cuando tuve a Várec yo quedé muy maltrecha. Me hicieron cesárea porque era un bebé muy grande y después 16 horas y media de trabajo de parto, nada. Entonces toda la primera semana yo no cambié un solo pañal. Ni bañé al bebé. Sólo lo amamantaba. No podía hacer más. Ismael hizo feliz todo. Después al salir a la calle, él quería llevar siempre el coche. Yo tenía que insistir para que me lo dé. Es un papá mamá.

**Dices que ya no bailan, pero la música siempre ha estado presente en su relación. Se conocieron bailando salsa...**

El 5 de noviembre de 1997, el día del casting para "La Rica Vicky", me cambió la vida. Y sí, a mí me encanta la salsa. El baile siempre ha estado en nuestra relación. La primera vez que senti química con Ismael fue bailando una canción de Carlos Vives. Habíamos salido con el grupo de actores de la novela a una discoteca, e Ismael sin preguntarme me jaló a la pista de baile. Aún la novela no se transmitía, no éramos famosos ni nada, pero la gente hizo una ronda y nos veían y aplaudían. Uno siente al bailar con alguien cuando todo fluye. Yo descubrí nuestra química al bailar.

**Estás con Ismael desde los veinte años ¿cómo ha marcado tu vida el tenerlo?**



**«No me gustan las obligaciones. Prefiero solita comprometerme. Si me das libertad, reacciono. Soy como un pajarito que tiene la puerta abierta de la jaula pero decide quedarse».**

Domingo 17 de mayo del 2015 **viú** 13

**como compañero?**

Todo lo que eliges en la vida te marca. Yo soy el cable a tierra de Ismael, porque si no él ya estaría en Plutón (risas). Pero la verdad he aprendido a confiar mucho en su visión, tanto para decisiones pequeñas como grandes. Un ejemplo: cuando compramos el apartamento en Miami, él se encaprichó con uno. Yo quise ver más pero al final él que él quería era el mejor. Lo compramos pero Ismael me dijo que quería tumbarlo y hacer cambios.

¿Desde cuándo eres arquitecto?, dije yo. Al final le dije que lo tumbe pero que tenía cuatro condiciones: un dormitorio grande, un walk in closet grande, piso de bambú y una alfombra blanca. Ismael se compró un programa de arquitectura en la computadora. Es un obseso investigando, encuentra la manera y aprende. Me hizo un tour virtual del apartamento (risas). Yo estaba sorprendida y sí es lo que los dos queríamos. Hasta lo hizo sin esquinas, solo curvas porque el feng shui dice que las puntas no son positivas. Cuando quiere algo, lo hace.

**Viajaron a Miami por una telenovela y se quedaron por más contratos. ¿les costó instalarse?**

Yo extrañaba todo. Ismael se adaptó más rápido. Yo me pasé un montón de tiempo extrañando y añorando un montón de cosas pero después la vida misma se encargó de cerrarme la boca. Como si me dijese: Ah, tú crees que todo es mejor allá ¿no? Mira lo que también tienes aquí.

**¿Qué te hizo darte cuenta de eso?**

Cuando nació mi hija Ishana, matriculamos a Varec en un colegio para que no sienta tanta la atención que le daríamos a su hermanita. Ahí Varec se contagió de un virus que lo tumbó por dos semanas. Contagió a Ishana y ella era prematura y recién nacida. Fue supertraumático, porque me la mandó a cuidados intensivos y estuvo al borde de la muerte. Entonces vi cómo funcionan algunas cosas en Estados Unidos. Cuando nació y le dieron de alta en el hospital, me dieron un monitor con el que ella debía estar día y noche. Eso registraba su corazoncito y su respiración: si su corazón iba más rápido o lento o si dejaba de respirar sonaba una alarma



**Mis hijos me han cambiado. Nunca me he sentido más paciente que cuando estoy con ellos ni más fuerte, ni más elocuente ni más linda. Todas las cosas positivas han sido mejores con ellos.**

para que tú reacciones así estés durmiendo. Con un bebe tan pequeñito es casi imposible darte cuenta de esas cosas. Si no hubiese sido por ese monitor yo no me daba cuenta de que la bebe estaba tan mal a tiempo. Cuando la internamos sentí lo mismo. Me quito el sombrero con toda la atención que le dieron. Fue una experiencia muy fuerte para nosotros como padres, pero también aprendí a valorar las posibilidades que ahora tengo.

**¿Cómo ha sido trabajar con productoras tan grandes como Telemundo? ¿Cómo fue llegar a esa industria?**

Al llegar a Miami me chocó darme cuenta de una realidad que no habíamos experimentado en esa época aquí. Ahora las cosas han cambiado. A mí me chocó ver que al final tú eres un producto de una industria. Entonces tú tienes que mejorar siempre y lucir bien siempre porque si no el producto no se vende. Suena feo pero es lógico y es así. En las novelas todo es

muy cuidado en cómo siempre hablando. Yo que venía con una onda más romántica me impactó eso, pero lo entendí y lo asumí. Quise aprender a exponer mi trabajo mejor.

**Estrenas "Desaparecer", una película de acción y suspenso en la que eres una activista ambiental. Se desarrolla la trama en la selva, ¿conocías esa realidad?**

Un día nos llamó Donde Fernández, el director de

la película, y nos convocó. Llegué y yo leimos el guion en la casa y nos atrapó. Nos encantó. Yo he estado antes en la selva, pero nunca me pude pensar en estos problemas. Este es un asunto de la actuación: enfrentarte a una realidad a la que nunca te sentiste cercano y concierne. Yo creo que el problema del medio ambiente es, en realidad, un problema de degradación de valores en el ser humano. Todos quieren tener dinero y vivir bien, eso es válido y normal siempre y cuando sea una ambición sana de querer progresar. El medio ambiente es de todos y uno no puede ir en contra de eso. Los recursos naturales se acaban. No se los debe extraer de manera indiscriminada, porque se agotan y no se pueden recuperar. Creo que hay quienes no entienden eso.

**Después de aprenderte todos estos guiones e historias complicadas, ¿cómo te relajas? ¿Qué haces solo para ti?**

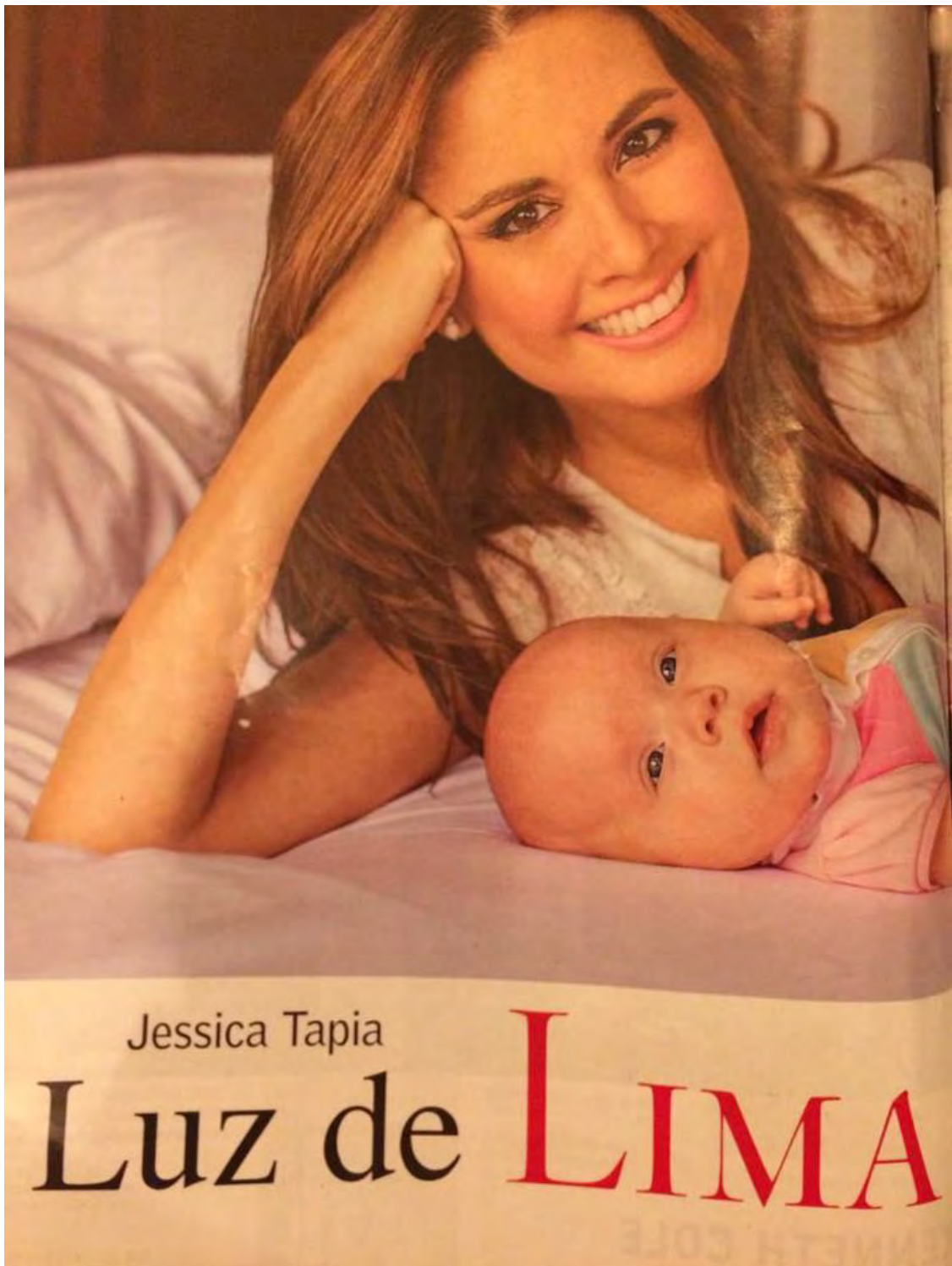
Me meto a la ducha con agua hirviendo y me quedo hasta que mis músculos se laxan. Me fascina. También me gusta mucho ordenar, organizar, limpiar. Es una terapia. Y pasar momentos con mi familia. En Miami tenemos un proyector, entonces con Ismael hubo una época en la que proyectábamos películas en nuestras pebsianas y nos acomodábamos en el sillón a verlas con Varec mientras comíamos canchita. Momentos que yo he disfrutado un montón.

**Agradecimientos**  
Peinado y Maquillaje: Gaby Molina C.C.  
LARCÓMAR Ropa: ESPRIT Zapatos: Steve Madden Accesorios: Dotti

Lee la entrevista completa en [www.viñal.com](http://www.viñal.com)

Anexo 2

Artículo periodístico sobre Jessica Tapia (*Ellos & Ellas*, 2017)



Jessica Tapia

Luz de **LIMA**



**MAMÁ FELIZ.**  
Después de someterse a ocho tratamientos de fertilización, Jessica se convirtió en madre de Lima Marie.

Entrevista:  
**LUISA PAREDES**

**N**OS comunicamos con la recordada conductora de televisión Jessica Tapia, quien nos saluda desde su nuevo departamento ubicado en Chicago, en un decimosegundo piso. Está en todos los trajines de la mudanza. Desde el ventanal se puede apreciar "la Ciudad de los Vientos" en su totalidad. La vista es espectacular. Tras contraer matrimonio con el economista Steven Dykeman hace cuatro años, Jessica intentó concebir un hijo sin éxito. Después de someterse a ocho tratamientos de fertilización, finalmente logró convertirse en madre. Junto a ella, se encuentra su más preciado milagro: la pequeña Lima Marie de cuatro meses.

“La fertilización in vitro no fue una posibilidad que contemplé. Consulté con médicos y con mi consejero espiritual. Finalmente lo hice, pero al sexto intento estaba destruida emocionalmente.”

—¿Por qué decidiste finalmente convertirte en madre? Tengo entendido que habías descartado esa posibilidad..

—Nunca estuve muy convencida de tener hijos porque no encontré el momento correcto, ni la persona indicada. El tiempo pasó y solo con 'Steve' dije "con él sí quisiera tener un bebé". Lamentablemente por la edad y las circunstancias tuve que empezar un proceso de fertilización. Quise mi 'Stevecito' o mi 'Stevecita', alguien que sea la mezcla de nuestro cariño.

—Muchas mujeres se someten a tratamientos de fertilidad sin éxito. ¿Cómo lo afrontaste?

—Los primeros cuatro tratamientos fueron por fertilización asistida. En dos oportunidades el resultado fue positivo, pero al hacer el test nuevamente, arrojó negativo. Soy católica practicante y la fertilización in vitro no fue una posibilidad que con-

Desde Chicago, la periodista nos cuenta sobre su relación con Steven Dykeman, su vida en la 'Ciudad de los vientos' y su experiencia como madre primeriza a los 44 años.



**DÍAS DIFÍCILES.**

Debido a la producción anormal de bilis que enfrentó Jessica, tuvieron que inducirle el parto.

*Milagro*

templé. Averigüé mucho. Consulto con médicos y con mi consejero espiritual. Finalmente lo hice, pero al sexto intento (en un periodo de dos años) estuve destruida emocionalmente. Tuvo que parar con las inyecciones y ese revuelto de emociones.

**-Y ¿cómo decidiste continuar con los tratamientos?**

-Pasaron seis meses en los que se presentaron tres cosas. Me entrevistó un periodista peruano para un diario local (EE.UU.) y me contó que él, junto con su esposa, lo intentaron por años hasta que sucedió. Me dio ánimos para que no me dé por vencida. Luego una amiga me comentó que quedó embarazada después de mucho tiempo. Finalmente, llegó el caso de Milagros Leiva. Hablé con ella y me dijo que siga intentando. Dos primos me llevaron al Rímac, donde hay una Iglesia (Nuestra Señora del Patrocinio) con una silla milagrosa. Me senté y lloré mucho. Oré con todas

mis fuerzas y sin querer queriendo funcionó. Sentí que, en ese periodo, mi cuerpo descansó y anímicamente estuvo mejor.

**-¿Cuándo se torna exitoso el resultado?**

-Al comenzar el séptimo tratamiento, me crecen dos óvulos, pero que no se encuentran en las mejores condiciones. Realizamos un octavo tratamiento que da un óvulo de excelente calidad y, a sugerencia del doctor, me coloqué solo ese y está acá a mi costado (señala a Lima quien nace el 30 de diciembre pasado). Decidimos guardar los otros dos para que, en el futuro, Lima pueda tener hermanitos. Me los voy a implantar a fines de año o quizás el siguiente. Según el doctor, ahora que soy madre, tengo más chance.

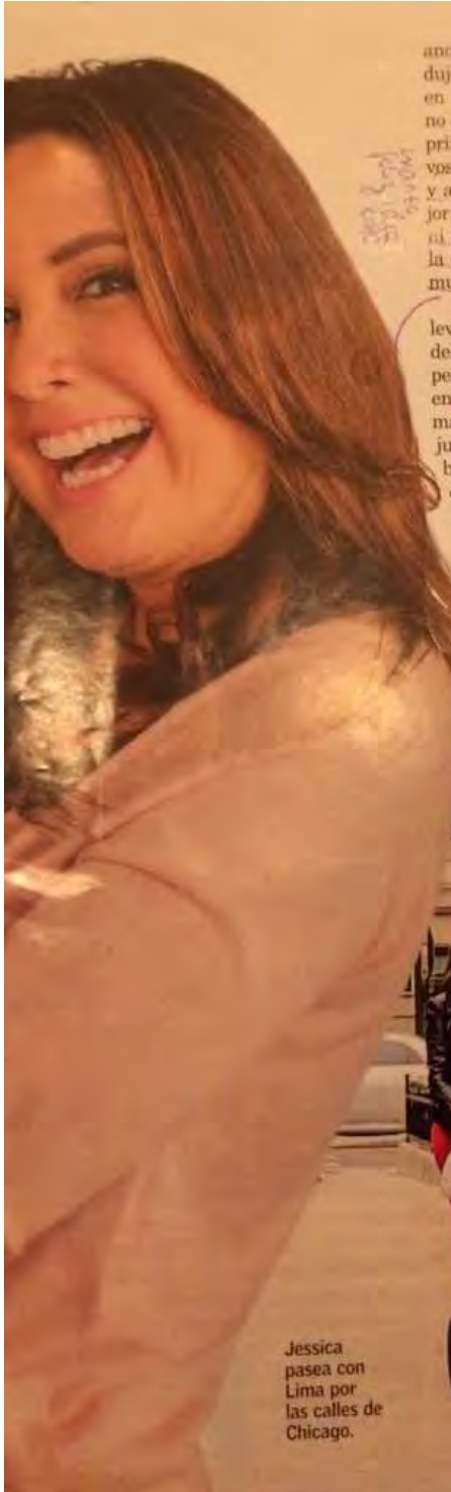
**-¿Cuán difícil te resultó este embarazo?**

-Tras detectarme una condición, en la que el hígado produce un flujo



La pequeña Lima se mantiene tranquila y atenta durante toda la entrevista.

“Dos primos me llevaron al Rímac, donde hay una Iglesia (Nuestra Señora del Patrocinio) con una silla milagrosa. Me senté y lloré mucho. Oré con todas mis fuerzas y, sin querer queriendo, funcionó.”



anormal de bilis (colestasis), me indujeron el parto, ya que Lima estaba en riesgo. Demoró 72 horas porque no era el momento. Estuvimos los 10 primeros días en cuidados intensivos. La acompañamos todo el tiempo y ahora está sana. No podía ser mejor. Es una niña linda. No es llorona ni renegona. Le encanta la gente y la cháchara. Me hace la maternidad muy sencilla.

En el restaurante 'Bravo' del boulevard de Asia, el sábado 4 de febrero del 2012, fecha que ella recuerda a la perfección, se inició una nueva etapa en la vida de una de las periodistas más icónicas de la televisión. Estaba junto a una amiga, parada frente al bar, cuando sintió la presencia de dos personas que se acercaron. Les propusieron sentarse juntos, pero ella se rehusó. "Mi amiga insistió porque los había conocido la noche anterior. Entonces accedí. Me casé y dejé todo. Fue una casualidad de Dios", nos cuenta Jessica.

—¿Cómo se hicieron novios?  
—Cuando él regresó a su país (EE.UU.), nos escribimos

alguna vez por email, pero nada más. En abril del 2012 falleció mi papá y su misa del mes coincidió con la fecha de mi cumpleaños. El me escribió para saber cuáles eran mis planes. Pero le respondí que nada porque no era la forma en que yo quería celebrar mis 40 años. De pronto me escribió: "Jessica, ¿te molestaría si te acompaño a la misa de tu papá?". Le dije que para nada y llegó a Lima. Me acompañó, cargó los recuerdos y conoció a mi familia. Muchos amigos y colegas en Lima, a los cuales yo apreciaba, no se dieron un tiempo para ir por equis razones. ¡El vino desde Estados Unidos! Esas son las pequeñas cosas que marcan totalmente y dicen "Wow! A esta persona vale la pena mirarla con otros ojos".

La periodista se muda a Chicago junto con su esposo en el 2013. Steven es especialista en créditos hipotecarios y se ubica entre los 200 mejores de EE.UU. Al cabo de unas semanas ingresa nuevamente a la televisión como reportera freelance para Univisión hasta diciembre del 2016, apenas una semana antes de que nazca s



Jessica pasea con Lima por las calles de Chicago.



La periodista trabajó por tres años en Univisión. Abajo: Steven aún guarda la primera foto que se tomaron ambos para esta revista.



hija. Actualmente <sup>los</sup>ambos tienen una empresa dedicada a la compra, remodelación y venta de departamentos. En ella, 'Steve' se encarga del papeleo y Jessica de la remodelación: "El tiene el *know-how* de la compra y a mí me encanta la decoración. Es un trabajo para mantener contenta a la esposa", bromea. Ya entregaron su séptimo proyecto.

—¿Cómo te apoyan Steven y tu madre con la crianza de Lima?

—'Steve' <sup>me ayuda</sup> babea por su hija. Aunque como todo hombre, toma algunas cosas a la ligera. Somos opuestos. Yo soy la paranoica. Quiero aprender, pero tropiezo varias veces. Cuando necesito algo, recurro a mi mamá, que es como mi google... ¡e incluso mejor! En los tres años que vivo acá, vino una sola vez para el matrimonio civil. Ahora por

“Si yo no hubiese estado en concursos de belleza o en televisión, nadie se acordaría de que estuve en el colegio. Yo era como el 'patito feo'”

la nieta, vino en noviembre para el *baby shower*, en diciembre para el nacimiento y en febrero para acompañarme. Regresa el 13 de mayo para el bautizo de Lima.

Jessica Tapia estudió en el colegio Parroquial San Francisco de Borja. Siempre fue tímida y conservadora. Incluso recuerda que en los quinceañeros, si sobraban mujeres a la hora de bailar, ella se encontraba dentro del grupo: "Yo era una de las que planchaba de todas maneras", ríe. Después de algunos años, participó en certámenes de belleza, tales como Miss Perú-USA y Miss Intercontinental. Incluso se coronó como reina en el Miss Asia Pacífico. Condujo los noticieros más importantes como 'Buenos días, Perú', 'América Noticias' y 'Panorama' hasta el 2009. "Si yo no hubiese estado en concursos de belleza o en televisión, nadie se acordaría



FELICES. Steven, junto a Jessica y Lima. La periodista descarta la posibilidad de volver al Perú.

de que estuve en el colegio. Yo era como el 'patito feo'", agrega.

—Como persona mediática, tu vida estuvo muy expuesta, ¿te fue difícil dejar el Perú o en el fondo lo deseabas?

—Yo <sup>no</sup> asumí hace mucho <sup>tiempo</sup> que trabajar en televisión tiene un costo. Soy un ser humano y tengo errores como todos. Pero no busqué irme del Perú, ni encontrar un gringo, ni obtener mi 'Green card'. Las cosas simplemente se dieron. En relación a lo profesional, cumplí todas mis etapas. Me sentí realizada. Cuando encontré a 'Steve', encontré a mi pareja perfecta, mi complemento. Alguien que me dio seguridad y

tranquilidad. No tuve miedo de tomar decisiones y no me arrepiento de absolutamente nada.

—¿Qué es lo que más extrañas de tu vida laboral y personal en Lima?

—Muchas veces bromeo con mi esposo sobre ello y le digo que lo que más extraño del Perú es a mi mamá y a mis cinco cifras verdes.

—¿Has pensado volver al Perú?

—Para nada. Mi esposo no habla español y eso es una desventaja. Si en la pareja hay dos personas exitosas y una se encuentra en desventaja, la otra se acopla. Con relación a Lima y su educación, voy a tratar de llevar a mi hija por el camino correcto.



Anexo 3

Artículo periodístico sobre Jessica Butrich (Viú, 2016)



# ★ JESSICA BUTRICH ★

## TRES, DOS, UNO. ¡CIRCO!

Es diseñadora de moda, coleccionista de objetos retro y una mamá que vive intensamente.

Por **María Inés Ching** Fotos **Erick Andía** Styling **Carlos Chung**



Comer una torta de chocolate es un placer culposo que puede alegrarte el día, igual que elegir un inesperado tinte de cabello que solo de mirarlo te haga sonreír. Ese mismo efecto es el que Jessica Butrich busca lograr cuando una de sus clientas calza unos zapatos suyos: que vea la vida desde otra perspectiva.

Jessica Butrich nació hace 31 años en San Isidro y estudió en el Colegio Newton. Durante esa época ya era una alumna sobresaliente, con inclinación por el arte. Su apellido de origen yugoslavo es hoy en Lima sinónimo de un estilo femenino que combina lo pop y lo retro para lograr combinaciones juguetonas de zapatos, accesorios y ropa. Butrich ahora aspira a vender sus colecciones también fuera.

La primera vez que nos enamoramos, en la adolescencia, llenamos los cuadernos de corazones. Jessica Butrich conoció en la secundaria al artista plástico Abel Bentín, su compañero de clase, su primer y único enamorado desde los 16 años y desde hace cinco, su esposo. Hace un año y ocho meses son padres de la pequeña Julieta.

Hija de un ingeniero y una economista, la pequeña Jessi soñaba con diseñar muebles. Con ese fin, estudió un año de Arquitectura en la Universidad de Ciencias Aplicadas (UPC), hasta que su pasión por la moda se encendió el día en que Carolina, su abuela materna, le regaló una máquina de coser. Meses después, decidió estudiar

Diseño de Moda en el Centro de Altos Estudios de la Moda (CEAM). No se equivocó: hoy Butrich ha diseñado más de un millar de zapatos, tiene más de 15 colecciones y es un referente de estilo en el país.

Mide 1.68 m., tiene el cabello en degradé del rojo al rubio, es delgada y habla con una velocidad de tres palabras por segundo. Para ella no hay tiempo que perder: reparte sus días en sus múltiples actividades de esposa, mamá, ama de casa, el "Circo Butrich", su nueva colección; su labor como parte del comité consultivo de Toulouse Lautrec, la decoración de su nueva casa y su colección de objetos retro.

En su casa conviven las esculturas de su esposo, la protección de las escaleras para Julieta y un walk-in closet donde más de 80 pares de zapatos Butrich descansan ordenadísimos junto a una colección de ropa y accesorios que son el sueño de toda fashionista.

Aquella adolescente se casó con ese chico y ahora sigue dibujando corazones, pero ahora lo hace con fines profesionales: los bellos zapatos y accesorios que diseña.



**¿Cuál fue tu primer contacto con la moda?**

Nunca me vestí como de mi generación. Veo mis fotos (de cuando tenía 13, 15 años) y creo que nunca encajé dentro del molde de lo que la gente usaba. Me gustaba ponerme ropa de mi abuela. Cuando tenía 15 años fui a un cumpleaños con un collar suyo enorme, de metal con colores y tenía cascabeles. Caminaba y mi collar sonaba y la gente me miraba como diciendo: "¿qué tienes puesto?". Nunca me he tomado muy en serio. Ni a mí misma, ni a la vida en general. Me gusta reírme de todo...

**¿No te importaba el qué dirán?**

Nunca me ha importado. Siempre he sido de la idea de que es mejor arrepentirse por haber hecho algo mal o bien, que por no haberlo hecho. Soy de hacer, hacer... porque la vida es muy corta y yo tengo demasiadas ganas de hacer cosas y planes...

**¿Cómo definiste tu vocación?**

Sali del colegio y me metí a la UPC a estudiar Arquitectura, estudié un año, la carrera me encantaba... Salí de vacaciones en diciembre y mi abuela me regaló

• «UN PAR DE ZAPATOS NO TE VAN A CAMBIAR LA VIDA. PERO SÍ LA ACTITUD DE UN DÍA. ESO PUEDE HACER QUE TUS DÍAS CAMBIEN.» •

su máquina de coser. Me fui a Gamarra para comprar telas, retazos y me encerré todas las vacaciones en mi cuarto. Ella me dio clases un día de "así se pasa el hilo por la aguja, así funciona el carrete de la máquina"... y ese verano me desconecté, no quería salir, no quería hacer nada más que coser. Hacía cosas -obviamente- horrosas (reímos) pero cuando llegó el momento en el que tenía que volver a matricularme, sentía que había encontrado algo nuevo, algo mío. Averigüé y me retiré sin decirle a nadie, porque yo ya me pagaba la carrera y no tenía que pedir permiso. Me matriculé en el Centro de Altos Estudios de la Moda.

**¿Qué te dijeron tus papás?**

Cuando les conté casi se mueren al comienzo, yo sabía que eventualmente iban a estar bien... más que la carrera en sí, reaccionaban así porque no era una carrera universitaria, era pasar de una universidad a un Instituto o a una escuela. Finalmente soy de las que piensan que aprendes mucho más en la vida, trabajando y de las experiencias en sí que las que un título te puede dar.



1. A los tres años, Jessica ya se distinguía por vestir diferente.  
 2. Con su hija Julieta, ambas disfrazadas para el pasado Halloween.  
 3. Un día de verano y mucho estilo: Juli viste un bañador animal print y lentes de sol.

**¿Tu abuela a qué se dedicaba?**

Mi abuela Carolina (86), tiene alma de artista: pintaba cuadros, siempre estaba haciendo cosas manuales, sus álbumes de fotos, un día se propuso aprender a hacer velas... Creo que he heredado mis ganas de vivir la vida a mi manera de ella.

**¿Y también esta mística por lo antiguo?**

En realidad no es algo elegido, sino que me gusta porque cuando empecé a trabajar con la inspiración de lo retro y vintage no estaba tan de moda, pero no por el hecho de estar de moda ahora voy a dejar de hacerlo. Simplemente hago lo que me gusta. Igual lo que me gusta de la onda retro y vintage es como la magia de la elegancia que existía, tan simple. Con un corte en un vestido, hacías que el vestido sea perfecto. Ahora hay mucha exageración en tratar de hacer algo bonito, siento que se ha perdido la clase que había en un vestido lindo, antiguo...

**¿Se ha perdido esa feminidad...?**

Si totalmente, es cómo se veía la mujer en esa época, me apasiona toda esa onda.

**¿Admiras a alguna mujer?**

Me gustan las mujeres que tienen las riendas de su vida y que hacen lo que quieren, que deciden hacer algo, lo logran y lo hacen y que no lo dejan de lado. Yo siento que ser mujer y querer hacer lo que te gusta es más difícil que siendo hombre porque por ejemplo: soy mujer, mamá, esposa y trabajo a tiempo completo, pero yo no quiero ser menos mamá o menos esposa o menos ama de casa por trabajar, pero tampoco quiero trabajar 'part time'. Quiero ser 100% diseñadora, 100% mamá, esposa y ama de casa.

**¿Y te das tiempo?**

Trato. No soy una supermujer, tienes que dejar cosas de lado: no veo televisión, no tengo mucho tiempo libre. Nunca me vas a ver sentada, tomando café y relajándome... Si yo tengo tiempo libre lo que voy a hacer es estar con mi hija, avanzar algo... Y es porque me gusta ser así.

**Cuéntame cómo es Julieta.**

Tiene un año y 8 meses, es una niña feliz; nos acompaña a hacer todo. Tiene personalidad, es graciosa, es buena, es linda.

Obviamente estoy enamorada de ella.

**Aparte que la vistes como una muñeca.**

Normalmente sí, hasta que me diga: "ya no, mamá" [reimos]. Pero igual a ella le encanta, me acompaña en mis rutinas, quiere hacer todo igual que yo, quiere ponerse lo mismo que yo, a veces entra a mi clóset y es como su cuarto de diversiones.

**Aparte de Julieta, ¿cuál es el proyecto del que estás más orgullosa?**

Siempre estoy muy emocionada con la nueva colección, siempre digo que es la favorita.

**¿Qué es el Circo Butrich?**

Mi última colección y está inspirada en un circo muy sofisticado, elegante, con magia, es místico, no es un circo de payasos. Es muy rico: tengo cocos, rayas, taburetes donde se paran los elefantes... Me gusta que el producto final por más de que tenga colores o formas, nunca pierda la elegancia. Mi idea es que los zapatos sean hiperdivertidos: que una mujer super-elegante con un vestido negro, hermoso, igual se quiera poner esos zapatos. No me

gusta que se sientan exagerados por serlo, todo tiene un sentido, el color está puesto por alguna razón, cada corazón está ahí por algo.

**¿Qué planes tienes a corto plazo?**

Estoy con planes de expansión de la marca, diseñando la tienda a la que me quiero mudar. Quiero que sea una sola tienda en Lima, me gusta mantener la exclusividad, no masificar el producto, que la clienta sepa que cuando compra un zapato no van a haber miles del mismo modelo y que de alguna manera sienta que tiene que ir a buscarnos. Justamente por eso, por el manejo de marca, mi plan de expansión no es en el Perú sino hacia afuera. Estoy trabajando en organizar la marca para a partir del próximo año –espero– ya pensar en tiendas afuera.

**¿Sabes en dónde?**

Ningún lugar en particular, pero vamos a ver qué aparece. He franquiciado mi empresa pero solamente para tiendas fuera.

**¿Cómo sería tu marca si fuera una mujer?**

Una a la que le gusta vivir la vida, que le gusta sonreír, una persona feliz o que quiera que los zapatos la hagan feliz. Es una mujer que usa también los zapatos un poco como terapia, cuando tiene un mal día, que va a la tienda, porque sabe que la va a hacer sentir mejor y es más barato que ir al psicólogo, siempre se lo digo a mis clientas (reímos). Es también una mujer que no se toma muy en serio las cosas, no le importa si "va" o "no va", el qué dirán, porque la idea es que el zapato, el collar o la pufiera le saquen una sonrisa en la cara en su día.

**¿Cómo es tu rutina diaria?**

Desde que nació mi hijita, la tenemos mi esposo y yo de arriba abajo. Ya empezó el nido, mi mamá me ayuda un montón. Para poder trabajar y tener a Julieta es supercomplicado. Somos un equipo los tres. Entonces en las mañanas nos levantamos por ella a las 6:30 a.m., voy, la saco de la cama, nos vamos a mi cuarto, toma su leche con nosotros, la cambiamos para el nido, hacemos la lonchera. La dejo en el nido entre las 8:30 a.m. y 9 a.m. y ahí empieza mi día: o me voy a alguno de los talleres o a hacer el seguimiento de la producción o alguna reunión que tenga, luego la recojo del nido a las 12:15 p.m., que es la parte más linda de mi día porque cuando entro por el portón, su carita de emoción al verme, cuando corre hacia mí, es como: "¡ya llegó mi mamá!"... no cambio por nada ese momento en el día. [...] Para poder trabajar en las tardes, mi mamá me ayuda muchísimo.

**¿Cómo hacías cuando Juli era más pequeña?**

Desde los 0 a los 3 meses, Juli estaba pegada a mí. Tuve un desfile a los dos meses de Juli nacida e hice todo el desfile con ella encima mía, dándole de lactar. Ella es parte de lo que yo hago, todo lo que hago ella lo ve, yo cuando estoy trabajando los domingos con ella en la oficina ella se sienta al costado a dibujar mientras yo estoy trabajando, ella es parte de mi equipo.

**¿Trabajas aquí en casa?**

Toda la parte de creatividad, diseño y la parte de organizar las colecciones, la hago acá. No puedo trabajar con más personas, tengo que estar sola, dibujando, trabajando. Cuando estoy en la etapa de definir el tema, colores, diseñar, todo eso, estoy aquí en la casa. Siempre. Por eso he hecho una oficina y puedo trabajar acá. Cuando ya viene la etapa que es producción neto y logística ya no, porque no hay mucho que pueda hacer porque ya está todo mandado a hacer.

**¿Qué consejo le darías a nuestras lectoras?**

Que no tengan miedo, el tiempo pasa muy rápido. Abren y cierran el ojo y ha pasado un año de su vida, un año de haber podido hacer un montón de cosas, que cada una cuenta. Si dices "un día más sin hacer nada" ¡es un montón!, un día no es poco, el año no tiene tantos días tampoco. Si tienen algún sueño, algún plan, algo que quieren hacer que lo empiecen a hacer hoy y no en una hora: ahorita.

**A ponerse en marcha, entonces...**

Nada es fácil. Si quieres lograr tus sueños, tienes que trabajar un montón y si quieres tener tu propia empresa, o lo que sea, no dices: "voy a trabajar menos, voy a ser dueño de mis horas"... Yo no duermo, pero lo hago con pasión, porque me gusta. Nada que te llene realmente es poco trabajo. Decidan lo que quieran hacer y que lo empiecen a hacer, que la vida pasa muy rápido y hay mucho por hacer. ●

Agencia de marketing: Maquillaje y peinado: Debbie Póy [www.facebook.com/debbiepoy](http://www.facebook.com/debbiepoy) Ropa y accesorios: Butrich [www.butrich.com](http://www.butrich.com)

ALGO MÁS



- Siempre he querido ser mamá, me encantan los niños.
- Artista favorita: Dita Von Teese [modelo de burlesque y actriz estadounidense].
- Me gusta el 'look' de los años 50 o 60.
- Comida: me encantan las ensaladas, el pollo a la plancha con palta y tomate, los dulces: soy adicta al chocolate, lo como todos los días.
- Rutina de belleza: estoy usando algunas cremas de La Mer. No me falta el bloqueador, no salgo de mi casa

- sin él ni sin la línea de gato.
- Cabello: soy pelirroja hace cuatro años, mi cabello es marrón chocolate. Hace un año o menos, me lo decoloré para pintármelo de rosado y desde ahí he ido probando: más rosado, más rubio, más rojo o menos...
- En mi cartera está mi vida. Mis 'files' de cada proveedor, mi agenda, mi cartuchera. Si estoy con Julieta: peluche, juguete, agua, galleta, palito de yuca, kleenex, etc.



## REFERENCIAS

- Adorno, T., & Horkheimer, M. (1988). La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas. En *Dialéctica del iluminismo*. Argentina: Sudamericana.
- Amorós, C. (1992). Notas para una teoría nominalista del patriarcado. *Asparkia: Investigación Feminista*, 1, 41-58. Disponible en:  
<http://www.raco.cat/index.php/Asparkia/article/viewFile/107088/154630>
- Arrunátegui, C. (2018). La noción del sujeto para la Psicología Discursiva. Material del curso Análisis Crítico del Discurso. Perú: Universidad Católica del Perú
- Badinter, E. (1981). *¿Existe el amor maternal?* España: Ediciones Paidós. Disponible en: <http://kolectivoporoto.cl/wp-content/uploads/2015/11/Badinter-Elizabeth-Existe-el-amor-maternal.-Historia-de-la-maternidad-siglo-XII-al-XX.pdf>
- Bassin, D., Honey, M., & Kaplan, M. (1994). *Representations of motherhood*. Estados Unidos: Universidad de Yale.
- Bordo, S. (1993). *El feminismo, la cultura occidental y el cuerpo*. Estados Unidos: University of California Press. Disponible en:  
<http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/ppperiod/laventan/Ventana14/14-1.pdf>
- Bourke, B. (2014). Positionality: Reflecting on the research process. *Qualitative Report*, 19(33), 1-9. Disponible en: <http://nsuworks.nova.edu/tqr/vol19/iss33/3>
- Burr, V. (2003). *Social constructionism*. Londres: Routledge.
- Butler, J. (1990). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. España: Ediciones Paidós. Disponible en:  
[http://www.equidad.org.mx/images/stories/documentos/genero\\_en\\_disputa.pdf](http://www.equidad.org.mx/images/stories/documentos/genero_en_disputa.pdf)
- Butler, J. (2002a). Críticamente subversiva. En Mérida, R. (Ed.), *Sexualidades transgresoras. Una antología de estudios queer* (pp. 55-79). Barcelona: Icaria.
- Butler, J. (2002b). El género en llamas: cuestiones de apropiación y subversión. En: *Cuerpos que importan: sobre los límites materiales y discursivos del "sexo"*. Buenos Aires / Barcelona / México: Paidós.
- Calsamiglia, H. & Tusón, A. (2015). *Las cosas del decir*. España: Ariel Letras.
- Caporale Bizzini, S. (2005). La teoría crítica feminista anglosajona contemporánea en torno a la maternidad: una historia de luces y sombras. En: Caporale Bizzini, S. (Coord.), *Discurso en torno a las maternidades* (pp. 178-205). Madrid: Cyan.

- Disponible en:  
<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/4601/3/Critica%20feminista%20de%20la%20maternidad.pdf>
- Charteris-Black, J. (2009). Gran Bretaña como contenedor: metáforas sobre inmigración en la campaña electoral de 2005. En *Discurso y Sociedad*, 3, 467-494.  
Disponible en:  
<http://www.dissoc.org/ediciones/v03n03/DS3%283%29Charteris.pdf>
- Chodorow, N. (1978). *The reproduction of mothering*. Berkeley: University of California Press. Disponible en: [http://ieas.unideb.hu/admin/file\\_9295.pdf](http://ieas.unideb.hu/admin/file_9295.pdf)
- Cieza Guevara, K. (2017). *Representaciones sociales de la maternidad y los significados que le asignan las mujeres jóvenes universitarias de estratos medios bajos de Lima Metropolitana en la construcción de las feminidades e identidades femeninas*. Tesis para optar por el título de Magíster en Estudios de Género. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú. Disponible en:  
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/8089>
- de Beauvoir, S. (1949). *El segundo sexo*. Argentina: Siglo Veinte. Disponible en  
<http://www.formarse.com.ar/libros/novelas-pdf/Simone%20de%20Beauvoir/El%20segundo%20sexo.pdf>
- de Gregorio, E. (2003). El análisis crítico del discurso como herramienta para el examen de la construcción discursiva de las identidades de género. *Interlingüística*, 14, 497-512.
- de Miguel, A. (2000). Los feminismos. En Amorós, C. (Dir.), *Diez palabras clave sobre mujer*. España: Verbo Divino. Disponible en:  
<http://acoca2.blogs.uv.es/files/2013/12/Los-feminismos.pdf>
- Despentes, V. (2006). *Teoría King Kong*. Francia: Editions Grasset et Fasquelle.  
Disponible en: <http://www.cde.org.py/wp-content/uploads/2015/05/despentes-teoria-king-kong.pdf>
- Dorantes Gómez, M. A., Torres Velázquez, L. E., & Robles Mendoza, A. L. (2013). *Perspectiva de género*. México: Universidad Autónoma de México. Disponible en: [http://antares.iztacala.unam.mx/papime/wp-content/uploads/2014/10/Perspectiva\\_genero01.pdf](http://antares.iztacala.unam.mx/papime/wp-content/uploads/2014/10/Perspectiva_genero01.pdf)
- Eco Media. (2016). *Diarios 2017. Mediakit*. Disponible en:  
<http://e.gec.pe/67/doc/0/0/7/4/9/749370.pdf>



- Edley, N. (2001). Analyzing masculinity: Interpretative repertoires, ideological dilemmas and subject positions. En Wetherell, M., Taylor, S., & Yates, S. (Eds.), *Discourse as data* (pp. 189-228). Inglaterra: Sage.
- El Comercio*. (8 de mayo de 2017). Festejando a las cuatro mamás [autor: Rolando Arellano]. *El Comercio*. Disponible en: <https://elcomercio.pe/opinion/rincon-del-autor/festejando-cuatro-mamas-rolando-arellano-419011>
- Ellos & Ellas*. (27 de abril de 2017). Jessica Tapia: luz de Lima [autora: Luisa Paredes]. *Ellos & Ellas*, n.º 592, 12-16. Perú: Caretas.
- Emakunde. (2008). *Las mujeres y los medios de comunicación*. Emakunde: Instituto Vasco de la Mujer. Disponible en: [http://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/sen\\_revista/es\\_emakunde/adjuntos/emakunde71.pdf](http://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/sen_revista/es_emakunde/adjuntos/emakunde71.pdf)
- Facio, A., & Fries, L. (2005). Feminismo, género y patriarcado. *Academia*, 3(6), 259-294. Disponible en: [http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/rev\\_academia/revistas/06/feminismo-genero-y-patriarcado.pdf](http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/rev_academia/revistas/06/feminismo-genero-y-patriarcado.pdf)
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Inglaterra: Polity Press.
- Fairclough, N. (1995). General introduction. En *Critical discourse analysis. The critical study of language* (pp. 1-20). Londres y Nueva York: Longman. Disponible en: <https://discurso.files.wordpress.com/2009/02/fairclough1995analisis-critico-del-discursocap-1trad-navarro1.pdf>
- Fairclough, N. (2003). El análisis crítico del discurso como método para la investigación en ciencias sociales. En Wodak, R., & Meyer, M. (Comps.), *Métodos del análisis crítico del discurso* (pp. 179-201). España: Gedisa. Disponible en: [https://www.researchgate.net/profile/Editson\\_Agudelo\\_Liz/publication/275634501\\_Metodos\\_de\\_Analisis\\_Critico\\_del\\_Discurso/links/554097970cf2320416ed0d01/Metodos-de-Analisis-Critico-del-Discurso.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Editson_Agudelo_Liz/publication/275634501_Metodos_de_Analisis_Critico_del_Discurso/links/554097970cf2320416ed0d01/Metodos-de-Analisis-Critico-del-Discurso.pdf)
- Faur, E. (2014). *El cuidado infantil en el siglo XXI*. Argentina: Siglo Veintiuno Editores.
- Fernández, A. M. (1993). *La mujer de la ilusión: pactos y contratos entre hombres y mujeres*. Argentina: Editorial Paidós. Disponible en: <http://www.bibliopsi.org/docs/carreras/electivas/ECFP/Intervenciones-Psicologico-Forenses-en-Disfunciones-y-Patologias-Familiares-Puhl/Fernandez%20-%20La%20mujer%20de%20la%20ilusion.pdf>

- Fernández Pujana, I. (2014). *Feminismo y maternidad: ¿una relación incómoda?* España: Instituto Vasco de la Mujer. Disponible en:  
[http://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/certamen\\_publicaciones/es\\_def/adjuntos/2013.feminismo.maternidad.relacion.incomoda.pdf](http://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/certamen_publicaciones/es_def/adjuntos/2013.feminismo.maternidad.relacion.incomoda.pdf)
- Firestone, S. (1976). *La dialéctica del sexo*. España: editorial Kaidós. Disponible en:  
<https://patagonialibertaria.files.wordpress.com/2014/11/163005241-shulamith-firestone-la-dialectica-del-sexo-pdf.pdf>
- Freixas, L. (7 de octubre de 2017). La maternidad sale del armario. *La Vanguardia*. Disponible en:  
<https://www.lavanguardia.com/cultura/20171007/431833993870/maternidad-topicos-literatura.html>
- Frías, S., & Erviti, J. (2011). Patriarcado y estereotipos de género en México: extensión y representación en la imagen. En *Otra mirada. Imágenes de identidad en España y México*. España: Milrazones. Disponible en:  
[https://www.researchgate.net/profile/Sonia\\_Frias/publication/258238741\\_Patriarcado\\_y\\_estereotipos\\_de\\_genero\\_en\\_Mexico\\_Extension\\_y\\_Representacion\\_en\\_la\\_Imagen/links/00b7d52782d97bc045000000/Patriarcado-y-estereotipos-de-genero-en-Mexico-Extension-y-Representacion-en-la-Imagen.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Sonia_Frias/publication/258238741_Patriarcado_y_estereotipos_de_genero_en_Mexico_Extension_y_Representacion_en_la_Imagen/links/00b7d52782d97bc045000000/Patriarcado-y-estereotipos-de-genero-en-Mexico-Extension-y-Representacion-en-la-Imagen.pdf)
- Friedan, B. (1963). *La mística de la feminidad*. España: Ediciones Cátedra. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/316467748/Friedan-Betty-La-Mistica-de-La-Feminidad>
- Fuller Osore, N. (s. f.). *Identidad femenina y maternidad*. Perú: Demus. Disponible en:  
<http://red.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/biblioteca/081008.pdf>
- Fuller Osore, N. (1994). *Imagen de mujer vehiculada por las revistas femeninas*. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Fuller Osore, N. (2001). *Maternidad e identidad femenina: relato de sus desencuentros*. En Burack, D. (Comp.), *Adolescencia y juventud en América Latina* (pp. 225-243). Disponible en:  
[https://www.academia.edu/701106/Maternidad\\_e\\_identidad\\_femenina\\_relato\\_de\\_sus\\_desencuentros](https://www.academia.edu/701106/Maternidad_e_identidad_femenina_relato_de_sus_desencuentros)
- García Canclini, N., & Moneta, C. J. (Coords.). (1999). *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. México: Grijalbo.
- GEM [Grupo de Educación Popular con Mujeres]. (1994). *Repensar y politizar la maternidad*. México: Grupo de Educación Popular con Mujeres.

- Giallorenzi, M. L. (2017). *Crítica feminista sobre la noción de la buena madre*. Instituto de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario, Argentina. Disponible en:  
<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/30634/30509>
- Gimeno, B. (13 de febrero de 2014). Construyendo un discurso antimaternal. *Pikara Magazine*. Disponible en:  
<http://www.pikaramagazine.com/2014/02/construyendo-un-discurso-antimaternal/>
- Gómez Urrutia, V., & Jiménez Figueroa, A. (2015). Corresponsabilidad familiar y el equilibrio trabajo familia: medios para mejorar la equidad de género. *Polis, Revista Latinoamericana*, 40. Disponible en:  
<https://journals.openedition.org/polis/10784>
- Hall, S. (1980). Codificar y decodificar. En *Culture, media & language* (pp. 129-139). Londres: Hutchinson. Disponible en:  
[http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/hall.\\_codificar-decodificar.pdf](http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/hall._codificar-decodificar.pdf)
- Hall, S. (2003). ¿Quién necesita “identidad”? En *Cuestiones de identidad cultural*. España: Amarrortu Editores. Disponible en:  
<https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/hall-s-du-gay-p-1996-cuestiones-de-identidad-cultural.pdf>
- Hall, S. (2010). El trabajo de la representación. En Restrepo, E., Walsh, C., & Vich, V. (Eds.), *Sin garantías* (pp. 445-480). Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Hanigsberg, J., & Ruddick, S. (1999). *Mother troubles*. Estados Unidos: Breacon Press.
- Hays, S. (1998). *Las contradicciones culturales de la maternidad*. España: Paidós.
- Hesmondhalgh, D. (2013). Matters of definition. En *The cultural industries* (pp. 16-34). Inglaterra: Sage Publications.
- INEI [Instituto Nacional de Estadística e Informática]. (2016). *Índice de desigualdad de género*. Disponible en:  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1388/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1388/Libro.pdf)
- INEI [Instituto Nacional de Estadística e Informática]. (2017). *Indicadores de violencia familiar y sexual*. Disponible en:  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1465/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1465/libro.pdf)

- Johnston, D., & Swanson, D. (2013). Invisible mothers: A content analysis of motherhood ideologies and myths in magazines. *Sex Roles*, 49. Disponible en: <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1023905518500>
- Joy Rose, M. (2015). *The journal of mother studies: A peer reviewed, international, interdisciplinary, open-access, digital humanities hybrid project*. Estados Unidos: CUNY Academic Works. Disponible en: [https://academicworks.cuny.edu/gc\\_etds/1111](https://academicworks.cuny.edu/gc_etds/1111)
- Kellner, D. (1995). *Cultura mediática: estudios culturales, identidad y política: entre lo moderno y lo posmoderno*. España: Ediciones Akal.
- Kogan, L. (1993). Género-cuerpo-sexo: apuntes para una sociología del cuerpo. En *Debates en Sociología*, 18.
- Kogan, L. (2009). *Regias y conservadoras: mujeres y hombres de clase alta en la Lima de los noventa*. Perú: Fondo Editorial del Congreso del Perú.
- Lagarde, M. (2003). Mujeres cuidadoras: entre la obligación y la satisfacción. En *Congreso Internacional SARE "Cuidar cuesta: costes y beneficios del cuidado"*. España: Emakunde / Instituto Vasco de la Mujer.
- Lash, S., & Lury, C. (2007). *Global cultural industry: The mediation of things*. Inglaterra: Polity Press.
- Laudano, C. (2010). *Mujeres y medios de comunicación: reflexiones feministas en torno a diferentes paradigmas de investigación*. Argentina: Artemisa Editores. Disponible en: <https://nucleodegenerounr.files.wordpress.com/2013/03/laudano-mujeres-y-medios-de-comunicacion-reflexiones-feministas-diferentes-paradigmas-de-investigacion.pdf>
- Lozano Estivalis, M. (2001). *La construcción del imaginario de la maternidad en occidente. Manifestaciones del imaginario sobre la maternidad en los discursos sobre las nuevas tecnologías de reproducción*. España: Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: <http://www.tdx.cat/handle/10803/4171>
- Martínez Benlloch, I. (1996). Subjetividad, transmisión y género. *Asparkia, Investigación Feminista*, 6. Disponible en: <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/asparkia/article/view/1009/916>
- Mattelart, M. (1981) *La mujer y las industrias culturales*. España: Unesco. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000484/048493SB.pdf>

- Mattelart, M. (2005). Mujeres e industrias culturales: memorias de un pensamiento crítico. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, 2, 33-41.  
Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/33641>
- Medina Bravo, P.; Figueras-Maz, M.; & Gómez Puertas, L. (2014). El ideal de madre en el siglo XXI. La representación de la maternidad en las revistas de familia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(1). Disponible en:  
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/45244/42584>
- Millett, K. (1969). *Política sexual*. España: Ediciones Cátedra. Disponible en:  
<https://revistaemancipa.org/wp-content/uploads/2017/09/Kate-Millett-Politica-sexual.pdf>
- MIMP [Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables]. (2011). *Brechas de género en el uso del tiempo*. Disponible en:  
<https://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dgignd/publicaciones/Brechas-de-genero-en-el-Uso-del-Tiempo.pdf>
- MIMP [Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables]. (2018). *Estadísticas sobre feminicidio*. Disponible en:  
<https://www.mimp.gob.pe/contigo/contenidos/pncontigo-articulos.php?codigo=39>
- Mojzuk, M. (2014). *Entre el maternalismo y la construcción sociopolítica de la maternidad*. Disponible en:  
<https://patagonialibertaria.files.wordpress.com/2014/12/68101129-entre-el-maternalismo-y-la-construccion-socio-politica-de-la-maternidad-marta-mojzuk.pdf>
- Mulvey, L. (1999). Visual pleasure and narrative cinema. En Braudy, L., & Cohen, M. (Eds.). *Film theory and criticism: Introductory readings* (pp. 833-844). Nueva York: Oxford UP. Disponible en:  
[http://www.composingdigitalmedia.org/fl5\\_mca/mca\\_reads/mulvey.pdf](http://www.composingdigitalmedia.org/fl5_mca/mca_reads/mulvey.pdf)
- Muñiz, E. (2014). Pensar el cuerpo de las mujeres: cuerpo, belleza y feminidad. Una necesaria mirada feminista. *Soc. Estado*, 29(2). Disponible en:  
[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-69922014000200006](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69922014000200006)
- O'Reilly, A. (2016). We need to talk about patriarchal motherhood. Disponible en:  
<https://jarm.journals.yorku.ca/index.php/jarm/article/.../36502>

- O'Reilly, A., & Ruddick, S. (2009). A conversation about maternal thinking. En O'Reilly, A. (Ed.), *Maternal thinking: Philosophy, politics, practice. A conversation about maternal thinking*. Disponible en <https://sararuddick.files.wordpress.com/2011/09/maternal-thinking-chapter.pdf>
- Palomar Vereá, C. (2005). Maternidad, historia y cultura. *Revista de Estudios de Género La Ventana*, 22. México: Universidad de Guadalajara. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/884/88402204.pdf>
- Rich, A. (1976). *Nacida de mujer: la crisis de la maternidad como institución y como experiencia*. España: Editorial Noguer. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/356081829/Adrienne-Rich-Nacida-de-mujer-La-crisis-de-la-maternidad-como-institucion-y-como-experiencia-pdf>
- Rodríguez, J. M. (2003). Welcome to the global stage: Confessions of a latina cyber-slut. En: *Queer latinidad: Identity practices, discursive spaces*. Nueva York: New York University Press.
- Rothman, B. K. (1994). *Beyond mothers and fathers: Ideology in a patriarchal society*. En Nakano, E., Chang, G., & Rennie, F. (Eds.). *Mothering: Ideology, experience and agency* (pp. 139-157). Estados Unidos: Routledge. Disponible en: <https://medicalizationofchildbirth.files.wordpress.com/2013/12/rothman.pdf>
- Royo Prieto, R. (2004). *Maternidad, paternidad y desigualdad de género: los dilemas de la conciliación*. España: Universidad Deusto. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4377511.pdf>
- Royo Prieto, R. (2011). *Maternidad, paternidad y conciliación en la CAE. ¿Es el trabajo familiar un trabajo de mujeres?* España: Universidad de Deusto. Disponible en: <http://www.deusto-publicaciones.es/deusto/pdfs/otraspub/otraspub02.pdf>
- Ruddick, S. (1980). Maternal thinking. En *Feminist Studies*, 6(2). Disponible en: <https://www.jstor.org/stable/3177749>
- Ruddick, S., & Hanigsberg, J. (1999). *Mother troubles. Rethinking contemporary maternal dilemma*. Estados Unidos: Beacon Press.
- Sabsay, L. (2010). *¿En los umbrales del género? Beauvoir, Butler y el feminismo ilustrado*. Argentina: Universidad de Buenos Aires. Disponible en: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/15629/1/Feminismos\\_15\\_07.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/15629/1/Feminismos_15_07.pdf)
- Saletti Cuesta, L. (s. f.). *Múltiples feminismos y discursos sobre las maternidades*. Disponible en: [http://www.caps.cat/images/stories/Lorena\\_Saletti.pdf](http://www.caps.cat/images/stories/Lorena_Saletti.pdf)
- Sau, V.

- (1981). *Diccionario ideológico feminista*. España: Icaria. Disponible en:  
<https://es.scribd.com/document/331048334/Victoria-Sau-Diccionario-Ideologico-Feminista-I>
- Sau, V. (1995). *El vacío de la maternidad: madre no hay más que ninguna*. España: Icaria Editorial.
- Sha, J., & Kirkman, M. (2009). Shaping pregnancy. Representations of pregnant women in Australian women's magazines. En *Australian Feminist Studies*, 24(61).  
Disponible en:  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08164640903074936>
- Snitow, A. (2016). Maternidad: la recuperación de los textos demoníacos. *Debate Feminista*, 29, 47-56. Disponible en:  
[http://www.debatefeminista.cieg.unam.mx/wp-content/uploads/2016/03/articulos/029\\_03.pdf](http://www.debatefeminista.cieg.unam.mx/wp-content/uploads/2016/03/articulos/029_03.pdf)
- Takševa, T. (2017). Mother love, maternal ambivalence, and the possibility of empowered mothering. *Hypatia*, 32(1). Disponible en:  
[https://www.researchgate.net/publication/311554816\\_Mother\\_Love\\_Maternal\\_Ambivalence\\_and\\_the\\_Possibility\\_of\\_Empowered\\_Mothering](https://www.researchgate.net/publication/311554816_Mother_Love_Maternal_Ambivalence_and_the_Possibility_of_Empowered_Mothering)
- Thurer, S. (2007). The myths of motherhood. En O'Reilly, A. (Ed.), *Maternal theory: Essential readings*. Canadá: Demeter Press
- Tubert, S. (1996). *Figuras de la madre*. España: Ediciones Cátedra. Disponible en:  
<https://es.scribd.com/document/161464792/Tubert-Figuras-de-La-Madre>
- Tubert, S. (2010). *Los ideales culturales de la feminidad y sus efectos sobre el cuerpo de las mujeres*. España: Universidad Complutense. Disponible en:  
<https://www.quadernsdepsicologia.cat/article/view/v12-n2-tubert/719>
- Ubilluz, J. C. (2012). Toma panorámica. En el ombligo de la fábrica de los sueños. En *La pantalla detrás del mundo. Las ficciones fundamentales de Hollywood* (pp. 13-33). Perú: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.
- Unctad [Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo]. (2010). *Economía creativa*. Disponible en  
[https://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_sp.pdf](https://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf)
- Unesco [Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura]. (2013). *Informe sobre la economía creativa*. Estados Unidos: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Disponible en:  
<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>

- Valdivia Santa Cruz, S. R. (2013). *¿Mamá ya estás viniendo? Varones y mujeres proveedores de recursos y cuidados*. Tesis de posgrado. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú. Disponible en:  
[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/5216/VALDIVIA\\_SANTA\\_CRUZ\\_SEGUNDO\\_MAMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/5216/VALDIVIA_SANTA_CRUZ_SEGUNDO_MAMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Valladares Mendoza, B. (2005). La maternidad y los medios masivos de comunicación. *Diálogos, Revista Electrónica de Historia*, 5(1-2), 179-197. Disponible en:  
<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/dialogos/article/view/6235/5938>
- van Dijk, T. A. (2002). El análisis crítico del discurso y el pensamiento social. *Athenea Digital*, 1, 18-24. España: Universitat Pompeu Fabra. Disponible en:  
<https://atheneadigital.net/article/download/n1-van/22-pdf-es>
- van Dijk, T. A. (2003). La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad. En Wodak, R., & Meyer, M. (Comps.), *Métodos del análisis crítico del discurso* (pp. 143-167). España: Gedisa. Disponible en:  
[https://www.researchgate.net/profile/Editson\\_Agudelo\\_Liz/publication/275634501\\_Metodos\\_de\\_Analisis\\_Critico\\_del\\_Discurso/links/554097970cf2320416ed0d01/Metodos-de-Analisis-Critico-del-Discurso.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Editson_Agudelo_Liz/publication/275634501_Metodos_de_Analisis_Critico_del_Discurso/links/554097970cf2320416ed0d01/Metodos-de-Analisis-Critico-del-Discurso.pdf)
- van Dijk, T. A. (2005a). Política, ideología y discurso. En *Quórum Académico*, 2(2), julio-diciembre, 15-47. Venezuela: Universidad de Zulia. Disponible en:  
<http://www.redalyc.org/pdf/1990/199016762002.pdf>
- van Dijk, T. A. (2005b). Ideología y análisis del discurso. *Año*, 10(29) (abril-junio), 9-36. Venezuela: Universidad de Zulia. Disponible en:  
<http://www.discursos.org/oldarticles/Ideolog%EDa%20y%20an%E1lisis%20del%20discurso.pdf>
- van Dijk, T. A. (2009). *Discurso y poder*. España: Gedisa Editorial. Disponible en:  
<https://es.scribd.com/doc/131212731/DISCURSO-Y-PODER-VAN-DIJK-TEUN-A-pdf>
- van Dijk, T. A. (2016). Análisis crítico del discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30, 203-222. España: Universidad Pompeu Fabra. Disponible en:  
<http://mingaonline.uach.cl/pdf/racs/n30/art10.pdf>
- Varela, N. (2008). *Feminismo para principiantes*. España: Ediciones B.
- Viú. (17 de mayo de 2015). Virna Flores: una actriz que se esfuerza por tener una vida sin drama [autora: Stefanie Pareja]. *El Comercio* [Perú], año 2, n.º 71, 11-14.



- Viú. (1 de mayo de 2016). Jessica Butrich: tres, dos, uno, ¡circo! [autora: María Inés Ching]. *El Comercio* [Perú], año 3, n.º 121, 21-25.
- Williams, J. (1976). *Decoding advertisement. Ideology and meaning in advertising*. Inglaterra: Marion Boyars. Disponible en:  
<http://www.charlesacramer.com/sf1110/ewExternalFiles/Williamson,%20Decoding%20Advertisements%20smaller.pdf>
- Wittig, M. (2006). La categoría de sexo. En *El pensamiento heterosexual y otros ensayos*. Madrid y Barcelona: Egales.
- Wodak, R., & Meyer, M. (Comps.). (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. España: Gedisa. Disponible en:  
[https://www.researchgate.net/profile/Editson\\_Agudelo\\_Liz/publication/275634501\\_Metodos\\_de\\_Analisis\\_Critico\\_del\\_Discurso/links/554097970cf2320416ed0d01/Metodos-de-Analisis-Critico-del-Discurso.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Editson_Agudelo_Liz/publication/275634501_Metodos_de_Analisis_Critico_del_Discurso/links/554097970cf2320416ed0d01/Metodos-de-Analisis-Critico-del-Discurso.pdf)
- Wodak, R. (2003). De qué trata el análisis crítico del discurso (ACD). Resumen de su historia, sus conceptos fundamentales y sus desarrollos. En Wodak, R., & Meyer, M. (Comps.), *Métodos del análisis crítico del discurso* (pp. 17-33). España: Gedisa. Disponible en:  
[https://www.researchgate.net/profile/Editson\\_Agudelo\\_Liz/publication/275634501\\_Metodos\\_de\\_Analisis\\_Critico\\_del\\_Discurso/links/554097970cf2320416ed0d01/Metodos-de-Analisis-Critico-del-Discurso.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Editson_Agudelo_Liz/publication/275634501_Metodos_de_Analisis_Critico_del_Discurso/links/554097970cf2320416ed0d01/Metodos-de-Analisis-Critico-del-Discurso.pdf)