



Artículos de Investigación

Masculinidades hegemónicas: continuidades y rupturas en el campo político de América Latina

Hegemonic masculinities: continuities
and ruptures in the Latin American
political field

<http://dx.doi.org/10.18566/comunica.n43.a02>

Fecha de recepción: 4 de agosto de 2020

Fecha de aceptación: 13 de noviembre de 2020

Resumen

En las sociedades patriarcales, el campo político ha estado asociado históricamente a lo masculino, lo cual ha definido sus actores clave, aquellos que buscan y ejercen el poder. Sus líderes no solo han representado ideologías, también una forma de ser hombres y de ser valorados como tales, en un contexto específico, a través de sus discursos y acciones. En América Latina, durante la última década, algunos gobernantes alcanzaron peculiar protagonismo dentro de la producción noticiosa generando polémica sobre diversos temas. Sus apariciones públicas estuvieron marcadas por un estilo de hacer política centrado en su masculinidad. Se pueden encontrar, en medios nacionales e internacionales, discursos que reafirman los parámetros asociados a la masculinidad hegemónica. En tanto exhibición de autoridad justificada en los escenarios mediáticos, esto pudiera parecer un punto ciego que se instala, pero no es tal. También abre la puerta a posibles rupturas y nuevas elucidaciones sobre las representaciones de “ser hombre”. En ese sentido, este texto analiza las representaciones mediáticas de los presidentes José Mujica, Evo Morales y Rafael Correa usando una metodología de orden hermenéutico interpretativo basada en el modelo teórico proporcionado por Michael S. Kimmel sobre la masculinidad.

11

Comunicación

número 43

Julio - diciembre

2020 | pp. 11-31

Francisca Luengo Baeza

Máster en Ciencias Sociales con Mención en Comunicación (Flacso, Ecuador). Docente de pregrado y posgrado en la Universidad de las Américas (UDLA, Ecuador). Investigadora del proyecto *Violencia de género y medios de comunicación en Ecuador: mujeres futbolistas y su representación mediática* (Universidad de las Américas). franchesca luengo@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0830-5215>

Meysis Carmenati González

Doctora en Ciencias Filosóficas por la Universidad de La Habana. Profesora Titular de la Universidad Central del Ecuador. Investigadora del proyecto *Los derechos humanos y los derechos del libre mercado frente a la crisis del Estado en América Latina* [clave IN400418], Centro de Investigaciones sobre América Latina y el Caribe, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). meysisc@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9375-7250>

Abstract

In patriarchal societies, the field of politics has historically been tied to masculinity which, at the same time, has defined key actors: those who seek and exercise power. These leaders have not only represented ideologies but a way of being a man and a model of how to be valued as such in specific contexts, through their discourses and actions. In Latin America, during the last decade, some leaders reached peculiar prominence within the news media by generating controversy around a diverse range of topics. Their public appearances were defined by a man-centred style of doing politics. In national and international media plenty of discourses which reaffirm the features of hegemonic masculinity could be found. In respect of display of authority in media platforms, this could appear to be a blind spot but that is not the case. Instead, it opens the door for possible ruptures and brings new lights towards the representations of the proper way of “being a man”. By applying a hermeneutic interpretative methodological approach that follows Michael S. Kimmel’s theory of masculinity, this article analyzes media representations of former presidents José Mujica, Evo Morales and Rafael Correa.

Introducción

Desde el año 2005, varias figuras presidenciales de América Latina se convirtieron en centro de atención y debate no solo por sus decisiones en temas políticos, económicos y sociales, también por su protagonismo mediático. Hubo una sobreexplotación de su imagen a través de estrategias que tomaron como elemento transversal la comunicación y su relación con el campo político local. Con especial énfasis, esto se manifestó en tres presidentes asociados con tendencias de izquierda o con lo que se denominó gobiernos progresistas o “socialismos del siglo XXI”: José Mujica (Uruguay, 2010-2015), Rafael Correa (Ecuador, 2007-2017) y Evo Morales (Bolivia, 2006-2019).

Se considera que los tres representan el nexo entre figuras mediáticas fuertes y una particular manera de expresar su masculinidad, atravesada por criterios como edad, clase socioeconómica, características étnicas, entre otros. Esta reflexión defiende la premisa de que la sobreexplotación mediática de los presidentes no solo funciona como obturación o naturalización de discursos hegemónicos, también interpela y posiciona la disputa; por tanto, abre la posibilidad de analizar rupturas y permanencias respecto a las masculinidades y su performatividad articulada a contextos mediáticos.

El análisis se basó en la etnografía virtual para un enfoque inicial exploratorio, que permitió medir el alcance y la escala de representaciones disponibles,

Palabras clave

Masculinidad hegemónica, representaciones mediáticas, campo político, América Latina.

Keywords

Hegemonic masculinity, media representations, political field, Latin America.

e identificar los indicadores que sobresalían en el rastreo de publicaciones sobre los tres mandatarios. Se distinguieron los canales de comunicación que fomentaban la interactividad (wikis y redes sociales) en los que se hacía referencia a las publicaciones mediáticas de interés con mayor respuesta de los usuarios (Cuadra, 2010, 2016).

Esta *técnica* de medición/recolección posibilitó identificar las publicaciones que los usuarios más comentaban, hasta asociar más de 80 interacciones, en las que se destacaban las reacciones a las noticias sobre los mandatarios, dejando entrever que habían generado impacto y podían considerarse como discursos con la capacidad de interpelar al público. Una vez localizada la muestra de 30 publicaciones digitales en diferentes formatos, se aplicó una metodología de orden hermenéutico interpretativo mediante el análisis de estas narraciones, que se enfocaba en los aspectos subjetivos y en la orientación de las percepciones sobre la masculinidad.

Para ello se usó el modelo teórico proporcionado por Michael S. Kimmel (1994), el cual despliega la comprensión de este objeto desde cuatro parámetros descriptivos: a) como relación de poder; b) en contraposición a lo femenino; c) a modo de validación homosocial; d) desde la homofobia.

Masculinidad hegemónica y campo político

Connell (1997) afirma que es imposible una ciencia generalizadora sobre la masculinidad porque esta no es un objeto coherente. Aunque el campo político ha estado históricamente dominado por hombres, resulta complejo identificar un único conjunto de características que definan el tipo de masculinidad dominante asociada. En su lugar, “se considera que la masculinidad debe ser leída desde una concepción relacional, como la posición en las relaciones de género, las prácticas y sus efectos en la cultura, la experiencia corporal y la personalidad” (Connell, 1997, p. 35).

Desde tiempos inmemoriales, el sujeto de lo masculino se identifica con lo público, la autoridad y el poder, pero no siempre de la misma forma. De ahí que Kimmel (1994) formule el concepto de “masculinidad hegemónica” como aquella que es aceptada en tanto modelo y reglamenta la supuesta naturalidad de ciertas prácticas en un contexto cultural, económico y político determinado. En ese sentido, la valoración social de un modelo de masculinidad exige a los hombres ciertos discursos y procederes (Olavarría y Parrini, 2000), una performatividad específica, sin la cual su identidad de “hombres” no logra unirse de reconocimiento en escenarios patriarcales.

Cabe decir, entonces, que las figuras presidenciales masculinas, en gran medida, se ajustan y representan un tipo de masculinidad articulada a esa que funciona como “norma” en el entorno específico de su llegada al poder.

Es necesario percatarse del carácter dinámico de la masculinidad. Aunque con frecuencia se la percibe como algo estático, fijo y estable, su condición de objeto producido en las interacciones cotidianas devela el tejido histórico, cultural, simbólico de esta norma, su existencia performativa. Bederman (1995) sostiene que se reconfigura y se encuentra siempre en disputa, forma parte de procesos de negociación y ruptura que van hacia otra nueva hegemonía. Esta tesis sugiere un amplio territorio de indagación sobre las continuidades y quiebres que se originan cotidianamente, sin que a veces nos percatemos, como resultado de la exposición de figuras públicas en espacios mediáticos.

Al respecto, Larrea (2001) asegura que el ejercicio del poder en el campo político está conectado de forma directa con el despliegue de una masculinidad dominante, obligada a manifestarse constantemente en prácticas institucionales. La exploración de estas admite interrogantes tan diversas que abarcan desde lógicas de subordinación étnica y roles de género hasta nociones de identidad, en tensión con la dramaturgia de la imagen pública requerida por los actores políticos.

La propuesta de Butler (2002) sobre la condición performativa del género, como efecto de un régimen social que regula y establece jerarquías entre las diferencias, ha confirmado el poder que la repetición ritualizada de las normas ejerce sobre los individuos. En esa línea, Andrade (2001) puntualiza que *performance* no significa meramente actuación o repetición de un guión preestablecido, sino una puesta en escena y referencia pública, donde los significados precisos son, a la vez, afirmados y creados al compás de las formas en que los hombres se relacionan con otros hombres y con las mujeres.

Las figuras presidenciales, si bien deben seguir normas y comportamientos establecidos según lo que se espera de ellos por cuanto “hombres en el poder”, ciertamente pueden, de modo consciente o no, romper significados y generar prácticas que se asociarán no solo a su cargo, también a las nociones de masculinidad. La pregunta en este caso, de acuerdo con Andrade (2001), se revela así: “¿Cuándo emerge y cómo se constituye un campo discursivo y de producción cultural en el cual retóricas e imágenes masculinistas son utilizadas como ejes de movilización por parte de líderes políticos?” (Andrade, 2001, p. 20).

Entre los presidentes latinoamericanos no es difícil advertir el predominio de hombres blanco-mestizos, heterosexuales, de clase socioeconómica media y media alta. Sin embargo, a partir del año 2005 se pueden notar singularidades

en las dinámicas de interacción con la ciudadanía, determinadas en gran medida por las nuevas tecnologías y la constante cobertura mediática, pero también por la intención de generar estilos de hacer política que toman como eje su personalidad y, por ende, su masculinidad.

En suma, parece ineludible la cuestión en torno a cómo se han mantenido o cambiado las características de la masculinidad hegemónica que se supone representan las figuras presidenciales, entendidas como hombres en el poder y con poder. Entre otros posibles enfoques, se prioriza un elemento clave en su *performance* público: la relación con el campo mediático.

Presidentes y medios de comunicación en América Latina

En la región sudamericana, el campo mediático y comunicacional inició una marcada transformación a comienzos del presente siglo. Hubo cambios en la producción y distribución de noticias y entretenimiento, proceso que consideró la convergencia tecnológica, pero, sobre todo, una nueva relación entre el poder político y los medios privados (Becerra y Mastrini, 2017). La tradicional concentración de la propiedad de medios en manos de grupos empresariales había cultivado una tendencia hacia la unificación de la línea editorial, lo que generaba cosmovisiones y representaciones de “una realidad propia con pretensiones de ser reflejo de la realidad social” (Gómez, 2002, p. 49).

Como se sabe, los medios de información son actores poderosos dentro de la esfera pública (Habermas, 1994, 1998; Fraser, 1999), entre otras razones porque combinan el poder ideológico con el económico (Narváez, 2005) o, al menos, hacen evidente la interrelación de ambos. Es así que varios gobiernos de América Latina dirigieron su mirada hacia lo que se ha llamado “el campo comunicacional” (Bolaño y Mastrini, 2001; García, 2014), identificándolo como recinto clave de acción y regulación, al punto que autores como Rincón (2010) enjuician la obsesión de algunos presidentes por controlar el escenario mediático. Se promovieron nuevas regulaciones sobre el ejercicio periodístico y se elaboraron normativas en un contexto que traslucía la disputa pública, echando luz sobre los nudos en tensión.

Desempeñó un papel notable la creación de dispositivos de comunicación directa entre gobernantes y ciudadanía, una fórmula para prescindir del rol mediador que ejercieron los medios comerciales sin competencia durante décadas (Becerra y Mastrini, 2017). Esto último, junto a las nuevas reglas de juego, ahondaba la distancia preexistente entre intereses sociales en pugna, una contienda que iba a exhibirse en los teatros de la comunicación mediatizada.

Aparecieron en la escena medios públicos que, se esperaba, ampliarían el orbe de discusión en los países, aunque en muchos casos se les reprochó convertirse en potenciales espacios de propaganda gubernamental. Con todo, y entre diversas presiones y contingencias, se apreciaba una reconfiguración del cuerpo mediático, que posicionó temas relativos a su rol social, la objetividad, el derecho a una información volcada hacia el interés general y la sospecha sobre las sujeciones de los noticiarios y prensa a élites políticas o empresariales (Bizberge y Golstein, 2014). La desconfianza acerca de los dispositivos de construcción discursiva de la realidad había excavado en la opinión de la ciudadanía.

Empezó a ser frecuente la crítica al manejo de la información de los medios privados por parte de funcionarios y de los mismos presidentes, quienes la adoptaron entre sus ejes discursivos, dando paso a una reacción corporativa de conglomerados que acabaron por autodefinirse como baluartes de la oposición. La querrela no era nueva, pero la inusitada relevancia que adquirió en el devenir político de las naciones sigue siendo motivo de indagación y asombro. De ahí que Hallin y Mancini (2008) hayan conceptualizado nociones como la de “guerra mediática”.

Rafael Correa y Evo Morales nutrieron este rechazo a las lógicas periodísticas de los medios comerciales (Grebe, 2007; Ulloa Tapia, 2012; Ramos, 2012; AméricaEconomía, 2012a; Bizberge y Golstein, 2014). De hecho, esta fue la razón que arguyeron para fortalecer plataformas alternativas, como las sabatinas en el caso de Ecuador, una suerte de rendición de cuentas sobre la gestión gubernamental y tópicos de coyuntura que se trasmitía semanalmente desde diferentes regiones del país. El engrosamiento de la tensión, por lo demás preexistente, entre medios privados y gobierno central, especialmente en Ecuador y Bolivia, fue protagonizada por el discurso explícito de los jefes de Estado, quienes reconocieron a estos conglomerados como uno de los principales enemigos de su gestión.

En el marco de nuestro abordaje, cabe señalar que la relación entre los medios y las figuras presidenciales alimentó su fuerte exposición mediática, acrecentando las representaciones sobre estos políticos como hombres y gobernantes. Se puede establecer una relación de interdependencia constante, a modo de interpelación belicista, que impedía abordar los temas coyunturales más allá del personalismo o el ataque, y que leía las coyunturas diversas desde estos mecanismos enunciativos de programas abiertamente antinómicos.

Simultáneamente, las nuevas tecnologías hacían su parte. Datos proporcionados por la *Revista Telos* (Deltell y Martínez Torres, 2015) indican que hasta 2014 la mayoría de los presidentes de América Latina contaba

con una cuenta en Twitter, excepto en Cuba, Nicaragua, Bolivia y Uruguay. El expresidente Rafael Correa tenía en ese momento más de 5470 tuits y 1.395.000 seguidores. Un número similar al de su cuenta de facebook, creada en 2011.

En el caso de Morales, pasó de ser un crítico de las redes a un asiduo usuario. Abrió Twitter en 2016 y a inicios de 2018 había tuiteado unas 3159 veces (*Metro*, 2018). Su cuenta de Facebook fue creada a principios de 2018 y en agosto del año siguiente contaba cerca de 572.585 seguidores. Por su parte, el expresidente Mujica se mantuvo alejado de las redes sociales y afirmó que la era digital representa una forma de dictadura moderna (*La Red21*, 2017); sin embargo, paradójicamente, varias de sus ideas, frases y discursos han sido reproducidos de forma masiva en las redes (Ponce, 2017).

Cabe decir, considerando todo lo anterior, que las nuevas tecnologías y las redes sociales fueron concomitantes al esfuerzo de autorrepresentación (*Vid. van Dijk*, 2001) de ambos actores –medios opositores y gobernantes–, y movilizaron gran parte de las afectividades e intereses que atravesaban el espectáculo de la pugna mediatizada.

Nuevas y viejas masculinidades en la política

El eje publicístico que ya implica el solo hecho de ganar una elección, el acceso directo al discurso público, la asesoría especializada en la construcción de una imagen mediática, el poder fáctico del lugar presidenciable: todo esto comulga con un sistema de valores en cuyo centro gravitan los roles y representaciones tradicionales de género. Es posible sentenciar que cuando un hombre llega a ser presidente de un país puede personificar, romper y/o reforzar lo que en ese contexto se considere la norma de comportamiento masculino.

En orden a conocer las posibles permanencias o rupturas al respecto, se toman como referencia publicaciones mediáticas locales e internacionales sobre las tres figuras mencionadas, en específico aquellas que emergieron significativas como resultado de la metodología. El presente análisis se ubica en el arcoíris teórico de los cuatro enfoques planteados por Kimmel (1994) sobre la masculinidad, que enmarca su lectura en los siguientes parámetros descriptivos: a) en cuanto relación de poder, respecto a qué implica y cómo debe ser un hombre con poder dentro de una sociedad concreta; b) en contraposición a lo considerado femenino, mediante discursos y actitudes que rechazan y evitan todo aquello que pueda ser asociado con la femineidad por considerarla inferior a lo masculino, según los estándares patriarcales; c) a modo de validación homosocial, entendida como la necesidad de los hombres de ser reconocidos y respetados por

otros hombres; d) desde la homofobia, que explicita el rechazo a cualquier expresión análoga de homosexualidad.

A continuación bosquejamos los indicadores registrados como relevantes, en cada caso, para una revisión de los modelos y esquemas de la masculinidad que tejieron la representación mediática de los tres mandatarios.

José Mujica, más allá del “hombre”

El expresidente de Uruguay José Mujica protagonizó rupturas dentro del cuadro de las características históricamente asociadas a las masculinidades hegemónicas. Llegó al cargo con 75 años ostentando un discurso abiertamente afectivo que no retrocedió ante temas polémicos como la legalización del aborto, el matrimonio igualitario y la despenalización del consumo de la marihuana. Cuando se le consultaba al respecto, el exmandatario prefería abordarlos desde su postura personal. Actualmente, a Mujica se le considera uno de los personajes virales del siglo XXI (Ponce, 2017). La biografía de este mandatario tuvo relación con su notoriedad. Deriva de una clase socioeconómica popular, militante guerrillero y preso político por 14 años. Cuando gana las elecciones en el 2010 esta trayectoria cruza las fronteras nacionales.

En los discursos de Mujica se distingue un desafío al cuarto indicador postulado por Kimmel (1994) sobre la masculinidad hegemónica: la homofobia. En entrevista realizada por la BBC en 2015, le preguntan su criterio sobre el matrimonio igualitario, a lo cual responde: “Es más viejo que el mundo. Tuvimos a Julio César, Alejandro el Grande. Dicen que es moderno y es más antiguo que todos nosotros. Es una realidad objetiva. Existe. No legalizarlo sería torturar a las personas inútilmente” (BBC, 2015).

Además, el expresidente generó fisuras en cuanto a los privilegios tradicionalmente asociados a puestos políticos. Durante su mandato se rehusó de forma categórica a tener acceso a una vivienda lujosa, escolta, automóviles, entre otras comodidades. Con estas decisiones instauró la controversia respecto a parámetros de valoración homosocial que operan en el campo político, generalmente vinculados a cómo un hombre logra ser respetado, reconocido y juzgado por otros de acuerdo a la posición que ocupa y el acatamiento de las características y procederes que se esperan de él.

La empatía que caracterizó la estrategia discursiva de Mujica, en relación a las mujeres, sus demandas y agendas, develó un acercamiento no congruente con la masculinidad clásica más reacia a estos temas. Esto fue más evidente en torno a la exigencia por derechos sexuales y reproductivos, que ocupa la vanguardia de las movilizaciones feministas del continente.

Aunque el presidente no defendió puntualmente la despenalización, afirmó estar abierto a discutirlo para evitar las muertes y la industria clandestina derivadas de la criminalización del aborto.

La defensa tradicional de la familia nuclear patriarcal, eje de órbita de la masculinidad hegemónica, se trasmuta en el caso de Mujica. La representación del matrimonio, por demás sin descendencia, enfatiza en la imagen de la esposa Lucía Topolansky su reconocida carrera como diputada, miembro del Senado y vicepresidenta de Uruguay. El mismo Mujica subraya su influencia como compañera de lucha desde que militaban en el Movimiento de Liberación Nacional-Tupamaros (MLN-T) (Kummetz, 2017; Mujica, s. f.); suscitando la impresión de una correspondencia más horizontal entre ambos o, en todo caso, diferente a como se construye la jerarquía patriarcal del presidente con autoridad secundado por el arquetipo de la primera dama y sus delimitadas actividades femeninas. Varias publicaciones se hicieron eco de esta particularidad (BBC, 2017; Clarín, 2017) en un contexto donde la demanda por mayor paridad en la representación política rebosa las agendas feministas por todo el globo, así como la crítica a la tradicional familia nuclear patriarcal.

Ahora bien, los atributos de masculinidad referenciados por Mujica no cruzan la frontera simbólica de una trasmutación o reestructuración de las tecnologías del género (De Lauretis, 2000), no subvierten la heteronormatividad ni deconstruyen con fervor los límites del sistema género-sexo. No es posible argüir un enfrentamiento a la norma y, en general, puede avistarse su enclaustramiento en los órdenes tradicionales de la masculinidad, pero no meramente.

Tomando en cuenta que las representaciones de hombres en cargos de poder tienden a ser mucho más rígidas y las exigencias de observancia de los estereotipos masculinos más estrictas, Mujica ciertamente constituye un caso peculiar, que puede establecer puentes para la revisión de los lugares de enunciación hegemónicos. En principio, echa luz sobre las articulaciones entre la imagen de los gobernantes y las exigencias del campo popular como lugar por antonomasia de los virajes performativos y la estetización de la política.

Algunos aspectos como su militancia en la guerrilla y su edad fueron connotativos de su recepción. Con referencia al último, sobresale que Mujica, pese a no eludir cuestiones polémicas, tampoco se identifica como una figura particularmente confrontativa, lo que sugiere que su proyección mediática se orientó más hacia una suerte de apertura dialógica que en pos de una disconformidad o disonancia más radical. En última instancia, este análisis exigiría ahondar en matices que no es posible hilar aquí y que

modulan ventanas interpretativas más complejas, como las relativas a las representaciones de la masculinidad hegemónica específicamente vinculada a adultos mayores, desde un análisis interseccional que tome en cuenta la condición etaria como eje interpretativo (Vid. Guttman, 1987).

Con todo, la figura presidencial de Mujica se alzó entre las más memorables de la región, según datos de la Asociación de Comunicación Política (ACOP) (2019), y ocupó el cuarto lugar en la lista de los 23 presidentes más populares de América Latina, Estados Unidos y Europa (Telesur, 2015a).

Este reconocimiento y su continua aparición en redes con mensajes que rápidamente se viralizan nos confirma que hay telares moviéndose en torno a su imagen dentro del campo popular, y esto habla, quizás, más sobre un conjunto de preferencias y expectativas que Mujica despierta y encausa que sobre el propio Mujica.

Evo Morales: el primer hombre indígena en el poder presidencial de Bolivia

El expresidente de Bolivia, Evo Morales, también refiere puntos álgidos en el debate comunicacional y las expectativas de representación de la masculinidad hegemónica. Se trata del primer hombre indígena que ocupó este cargo en su país y en la región. Su mandato ocurrió entre 2006 y 2019, cuando se vio obligado a renunciar en medio de un ambiente de notable tensión política que algunos analistas han catalogado como un golpe de Estado (Lambert, 2019; Valencia, 2019; Orozco, 2019; Stefanoni, 2019).

La llegada de Morales al gobierno desafió una tradición de presidentes blanco-mestizos estancada en Latinoamérica a través de su historia. En su representación mediática se trasluce la discrepancia ideológica que afloró a razón de su mandato y que se mantuvo hasta el último día. No es difícil rastrear comentarios de rechazo a su figura, anclados no en rasgos políticos e ideológicos, sino en su pertenencia étnica. Tanto a favor como en contra, la lectura de Morales revela este núcleo contradictorio y transita los polos transversales de colonialidad, raza y representatividad democrática.

Cualquier relato mediático o cotidiano sobre su masculinidad se configura desde la reescritura del nexo entre raza y poder, tensión histórica encarnada en su origen indígena dentro de contextos donde las comunidades originarias fueron estructuralmente despojadas del acceso a las instituciones de autoridad, lo que estipula un eje de reflexión también vinculado a la condición de clase.

Téngase en cuenta que el lugar asignado a la etnicidad funciona como “una suerte de artilugio simbólico de dominación que, en las relaciones de poder cotidianas, produce y reproduce a la vez al indio y al blanco-mestizo” (Guerrero, 1997, p. 9). Por tanto, parece ineludible aducir que el *performance* de masculinidad de Morales se alejó del imaginario de hombre blanco-mestizo, cruzando automáticamente la frontera étnica enclaustrada en la norma. Morales no se veía, no hablaba, no vestía, en síntesis, no “era” el paradigma tradicional de lo presidenciable. Al menos en principio, esto sujeta el sentido de ese binomio hombre público-lugar de autoridad, pero no necesariamente descarta patrones del sistema género-sexo, simplemente los resitúa.

Cuando, como busca este ejercicio, se revisa la figura de Morales desde los componentes de la masculinidad que propone Kimmel, se entrevé una conjunción peculiar que, si fuera el caso, podría conducirnos a una reflexión sobre las conexiones ontológicas entre capitalismo, patriarcado y colonialidad. El bosquejo presente adolece de ser mucho más modesto. Esto se reviste de importancia cuando analizamos la figura de Morales no como estática, sino en las mutaciones que fue referenciando a medida que pasaban los años de su desempeño.

Ya se ha mencionado que la articulación entre poder político y patriarcado dibuja un universo de expectativas sobre qué significa “ser un hombre”. La masculinidad hegemónica interpela a los mandatarios antes, durante y después de su mandato, y manipular el poder implica comulgar en alguna medida con este régimen de disciplinamiento. Anteriormente vimos con Larrea que la nomenclatura de cargos gubernamentales ya supone incorporar “un discurso dominante de masculinidad presente en la cultura política y en el ejercicio del poder” (2001, p. 89).

En resumen, la performatividad de lo masculino en Morales colinda ineludiblemente con sus características étnicas y de clase. Estas fueron recursos omnipresentes en la narrativa de la oposición, que intentó afectar el eje de validación homosocial y obturar así el reconocimiento, la aceptación y el respeto hacia el funcionario. Durante sus periodos, Morales fue criticado por su forma de hablar castellano (que no es su lengua materna), por sus alocuciones y otras tramas relacionadas. En una emisión de canal 41 (América TV, 2012), se analizan algunas de sus frases catalogadas despectivamente como “las evadas”, refiriéndose a información errónea o poco precisa sobre temas coyunturales. La insistencia y tenacidad de estos ataques restó poderío simbólico a su figura ante la opinión pública al socavar el punto de enlace con una masculinidad hegemónica que inscribe las expectativas de autoridad de nuestras sociedades.

Como parte de ello, la relación entre el mandatario y los medios de información estuvo generalmente marcada por interrupciones. Morales llegó a confesar en redes sociales que se sentía acosado: “Los medios de comunicación católicos me atacan por ser indígena” (*El Comercio*, 2016a). Sobre este punto sería recomendable un análisis desde epistemologías postcoloniales y decoloniales que no es posible abarcar aquí. No obstante, y aunque no de la misma forma ni con la misma intensidad, una mirada “desde el Sur”, que enfoque en primer plano los pre-juicios eurocéntricos y el vínculo entre colonialidad y poder, pudiera aplicarse a cualquiera de los tres gobernantes, si bien en el caso de Evo Morales parece una cita hermenéutica obligada.

Por otro lado, en los discursos de Morales resaltan actitudes que concuerdan claramente con las masculinidades tradicionales, como el machismo y la homofobia. En febrero de 2012 se hizo viral un incidente durante la celebración del carnaval en la sede del Gobierno, cuando el mandatario cantó junto a músicos locales estas coplas: “Este presidente de gran corazón / a todas sus ministras les quita el calzón...” (Radio Fides, 2012).

Las típicas fotografías en que aparece rodeado de bailarinas y modelos también confirman una práctica armónica a los dispositivos de la masculinidad hegemónica, que estructuró desde el inicio su representación mediática a través de frecuentes alusiones en diarios locales a temas como su vida amorosa o su descendencia (Escobar Nogales, 2016). Ello puede asociarse con un modelo de masculinidad que identifica entre sus atributos la cantidad, tanto en hijos como en mujeres. Si bien estas alusiones a constructos morales atentan contra la imagen tradicional de autoridad presidenciable, para nada desintegran los circuitos de sentido de la masculinidad hegemónica, más bien los refuerzan.

Particularmente criticadas fueron sus declaraciones sobre el procesamiento industrial de alimentos cuando sostuvo que: “El pollo que comemos está cargado de hormonas femeninas. Por eso, cuando los hombres comen esos pollos, tienen desviaciones en su ser como hombres” (Agencia Efe, 2010). El contenido explícitamente discriminatorio y homofóbico de esta alusión le costó duros cuestionamientos de parte del movimiento LGTBQ+ y otros grupos de la sociedad civil. Evidentemente, lo ubica sin sombra de duda en el cuarto indicador del modelo de Kimmel (1994). Otras acciones también deslindan su representación de cualquier relato desmovilizador de la masculinidad hegemónica. Insinuaciones sobre su “rudeza”, asociada a una idea de virilidad masculina, o su temperamento, calan hondo en la interjección del sistema patriarcal.

Sin embargo, la figura del expresidente Morales no solo reproduce patrones de la masculinidad hegemónica, también se identifican actitudes disonantes. Aunque su imagen, en general, no estuvo caracterizada por una marcada expresividad, es un presidente que en varios momentos se mostró vulnerable. En su discurso por el fallecimiento del exmandatario venezolano Hugo Chávez, en marzo de 2013, se le vio llorando ante los medios de información en el marco del evento oficial. También fueron habituales noticias que lo mostraban infringiendo los formalismos propios de su cargo.

Con todo, la figura de este exmandatario y su gestión, de acuerdo con la ACOP, hasta marzo de 2019 ocupaba el décimo lugar en la lista de los 22 presidentes más populares de América Latina, Estados Unidos y Europa. Morales contaba, en ese momento, con una aprobación del 46 % (Asociación de Comunicación Política, 2019).

En cuanto a la representación de masculinidad, como se ha dicho, Morales no constituye un lugar de ruptura o deconstrucción, no atenta contra los atributos patriarcales y, más bien, refuerza muchos de sus patrones. Pero es indudable que tanto su condición de clase y etnia como algunas de sus actitudes agitan el marco de los dispositivos masculinos asociados al poder presidencial. Puede concluirse que combina características del modelo hegemónico clásico del campo político, como comentarios sexistas y homofóbicos que buscan validarlo ante otros hombres, o el prototipo de “don Juan” y “mujeriego” que fue explotado por los medios de comunicación, entre otras. Al mismo tiempo, el hecho de ser un hombre indígena en el mayor cargo político propició lecturas incongruentes con la narrativa tradicional de las tecnologías del género y los dispositivos de construcción de la masculinidad dominante en el complejo escenario de sociedades coloniales.

Rafael Correa: una masculinidad “fuerte”

Un hombre que generó polémica en cuanto al performance de masculinidad en el campo político fue el expresidente de Ecuador Rafael Correa, quien estuvo en el cargo durante 10 años (2007-2017). Es posible afirmar que la mediatización de su figura fue abrumadora, al punto de suscitar análisis sobre sus estrategias de comunicación y recepción (Cerbino y Ramos, 2009; Morales, 2012). La alta exposición mediática propició un debate sobre el modelo de masculinidad que Correa personificaba a través de manifestaciones de sexismo y homofobia (Granda, 2017).

A Correa se le cuestionaron con frecuencia sus comentarios sexistas, que resaltaban la virilidad y devaluaban lo femenino. Uno de los más polémicos ocurrió en el enlace sabatino número 252:

Yo no sé si la equidad de género mejora la democracia, lo que sí es seguro es que ha mejorado la farra impresionantemente; ha mejorado el buen vivir porque... ¡se armó una farra! (...) ¡Qué asambleístas que tenemos! Guapísimas, ¿ah? ¡Eh, Corcho!, hay que aumentarles el sueldo, porque no tuvieron plata para comprar suficiente tela y todas con unas minifaldas... ¡Dios mío! Yo ni me fijo en esas cosas, me contaron. Me contaron que unas piernas y unas minifaldas impresionantes. ¡Guapísimas las asambleístas! (Larraz, 2017).

También avivó resistencia el ataque a una candidata de la oposición en octubre de 2016, cuando expresó: “Yo de asesor de Cynthia Viteri le diría no hable de economía, por favor. Hable de cualquier cosa, de maquillaje, pero no de economía” (*El Comercio*, 2016b).

Cabe decir que la encarnación de patrones masculinistas no es nueva en el campo político ecuatoriano. Lo ha definido, y a sus líderes, a lo largo de la historia (Andrade, 2001). Correa se instala visiblemente en esta tradición. Y esto no debería asombrarnos. Lo que parece aún más necesario plantearse es si esta reproducción de la masculinidad hegemónica, que le generó críticas constantes, también le permitió conectar con parte de la población.

Cuando, por ejemplo, desafía públicamente a un asambleísta opositor a una pelea física, está ejecutando a la vez un modo de gobernar con una forma de “ser hombre”. Este suceso se unió a otros que fueron esculpiendo una imagen del mandatario más centrada en la confrontación y en los mensajes agresivos o discriminatorios que en su programa de gobierno. La incidencia de su representación en medios, y del núcleo masculinista de esta, fue central en la construcción de opinión pública en torno a su desempeño. Entre los ejes de masculinidad del cuadro de Kimmel (1994), el de validación homosocial se visibiliza aquí si consideramos la dramaturgia constante de Correa como un nexo indisoluble de hombre y poder.

Las demostraciones de homofobia también reafirman el modelo de Kimmel (1994). La denuncia de estos contenidos discriminatorios, fundamentalmente de parte de movimientos feministas y LGTBIQ+, le obligan a pedir disculpas públicas en agosto de 2012 (*AméricaEconomía*, 2012b; *La Nueva*, 2012). El quiebre absoluto ocurre en diciembre de 2013, cuando explícitamente alerta contra la “peligrosísima ideología de género”:

No traten de imponerlo al resto y no se lo impongan a los chicos, porque hay gente que está enseñando eso a nuestros jóvenes (...) ya no es igualdad de derechos, sino igualdad en todos los aspectos, que los hombres parezcan mujeres y las mujeres hombres (Infobae, 2014).

Pese a todo, no es posible reducir la representación del mandatario a un esquema cerrado de masculinidad hegemónica, lo que habla más del patrón tradicional de esta que del propio expresidente. En ocasiones, también Correa exterioriza una vulnerabilidad que no se corresponde con el estereotipo de “macho” (Gutmann, 2000; Viveros-Vigoya y Gutmann, 2007). En 2013, durante la toma de posesión, lloró conmovido por un coro infantil (Hoy Venezuela, 2013) y en abril de 2016, luego del terremoto en su país, volvió a hacerlo mientras proporcionaba información sobre el número de personas afectadas por la catástrofe. Lo mismo ocurrió en mayo de ese año cuando una niña víctima del sismo cantó en la Asamblea Nacional (Medios Públicos EP, 2016).

Por tanto, la figura de Correa en el campo político, aunque hace gala de un *performance* masculinista articulado a su nexa con el poder, también permite ver el cruce y las contradicciones del modelo hegemónico, sobre todo porque, para quienes están en puestos de autoridad, los dispositivos y las tecnologías del género están mediados por las formas de exhibición pública.

No solo las acciones de los mandatarios, también el entramado mediático funciona como un canal de identificación, ensalzamiento, controversia y disputa en torno a las expresiones consideradas “masculinas”, que posicionan el debate y lo encauzan. Tanto las críticas como el apoyo que recibió el gobernante ecuatoriano durante sus mandatos estuvieron atravesados por su representación mediática y pública de una idea de “ser hombre”.

Conclusión

Las permanencias y quiebres del modelo tradicional dominante de masculinidad que ha regido el campo político latinoamericano se rotulan finamente en la representación de las figuras presidenciales, especialmente aquellas que han generado impacto y debates en el contexto de una particular exposición mediática.

El ejercicio de la masculinidad que encarnan públicamente sugiere el carácter performativo, dinámico y cambiante de patrones hegemónicos que se reformulan y reinventan en una dialéctica de rupturas y continuidades. Leer los cauces de esos cambios exige una mirada atenta al vínculo entre campo político, medios y producción social de sentido, que abarca desde lo masivo hasta lo particular cotidiano.

Los tres mandatarios sudamericanos personificaron un tipo o modelo de masculinidad en abierto despliegue a través de las redes de comunicación masiva. Lo mismo seguidores que detractores acompañaron esa peculiar

performatividad, y la difundieron, la elevaron a tópico central de la opinión pública.

Las nuevas tecnologías, redes y plataformas comunicacionales reconfiguran la relación tradicional entre gobernantes y ciudadanía, la expanden hacia territorios periféricos y la profundizan hacia las esferas de la intimidad. No se trata de quién sigue el perfil de Twitter de un presidente, sino del acceso casi constante a estas siluetas públicas en diversos momentos y espacios: formales y no formales, oficiales y cotidianos. La cercanía de sus actividades y opiniones interpela, cultiva interacciones más afectivas, pone sobre la mesa cuestiones que durante mucho tiempo no se consideraron materia de la discursividad pública, como nuestras traducciones y disconformidades con la performatividad de género de los gobernantes.

En el escenario de multitudinarias movilizaciones feministas, la práctica mediáticamente exhibida de la masculinidad no podía pasar por alto. Instala una relación ideológica y sensitiva que conecta nuestra aprobación o rechazo de un político con el ámbito de la prescripción ética. Es la operación de un mandato o precepto moral lo que nos moviliza siempre, pero ahora estos dramatizan un espectáculo que, a medida que adquiere reconocimiento mediático, se ve expuesto a la crítica de ciudadanía, parte de la cual está cada vez más informada y atenta gracias a las disputas que los feminismos han conquistado para la palestra pública.

Creemos que en los casos de Correa, Mujica y Morales, aunque no la única circunstancia, esta fue definitoria tanto para posicionarlos en el centro de atención de una opinión pública vigilante como para crear un clima de indagación respecto al ejercicio del poder. En concordancia con tal pompa mediática, las tres figuras presidenciales “actuaron” su masculinidad, desplegaron patrones congruentes con las características étnicas, de edad y clase socioeconómica específicas, que fueron personificadas y descifradas en el dominio de lo que se entiende como “un estilo de ser hombres en el poder”. Este último, fraguado también en la contingencia, pero receptáculo de aquellas tradiciones patriarcales que no podía, tal vez incluso no quería, desoír.

La visibilidad conquistada por las teorías y los movimientos feministas echa luz, desde hace décadas, sobre esta porción de la realidad. La censura de elementos inscritos en el modelo hegemónico de “ser hombre”, como fuerza, equilibrio, racionalidad, no emocionalidad, entre otros, sacude los relatos periodísticos y cotidianos. En algunos casos hasta desestructurarlos y, en otros, moviendo el eje de su recepción.

La posibilidad, para los tres mandatarios, de expresar afectos y emociones situó parámetros que iban a ser centrales en la traducción de su imagen y

marcó su estilo de estar en la política. El tejido de reacciones que motivaron dentro del campo popular evidencia la complejidad de las operaciones y tecnologías del género, las mutaciones diligentes del cerco normativo, la inestabilidad estructural y funcional de lo que, en cada contexto, se promueve y evalúa como masculino.

Pero nada de lo anterior sugiere una transformación o desestructuración del modelo hegemónico masculinista; más bien nos alerta sobre la capacidad de los parámetros dominantes para resituarse, rearticularse e inscribirse en los nuevos contextos, metabolizar los discursos que se oponen y convertir los ámbitos de disputa en tensiones canalizadas mediante sus propios actos. Habla también de las operaciones complejas que conectan el campo popular con estas figuras de autoridad y de cómo la hegemonía, en su vertiente patriarcal como en cualquier otra, escala los terrenos afectivos y morales más cercanos, reinventando todo, incluso, si es necesario, sus propios márgenes.

En última instancia, esto desenmascara la dialéctica de producción de sentido sobre roles y estereotipos de género, su relevancia social, su catálogo de prácticas mediáticas y políticas, casi ubicuas, como la violencia misma. Las tecnologías del género están en constante tránsito porque, por un lado, como ya sabemos, su naturaleza es performativa, y esto abre ventanas a la trasmutación y el cambio. Pero, por otro, ese dinamismo, unido a la interpelación social permanente, también permite reinscribir las lógicas de dominación en ámbitos que creíamos ganados, reformularlas para nuevos desafíos. Lo que nos lleva a pensar que, de nuevo, una metamorfosis de ciertos patrones tradicionalmente ligados a lo masculino no es suficiente. Disputar, para recrear, las estructuras de la masculinidad hegemónica requiere de operaciones más radicales y complejas, que lleven el sello de un proyecto político de fondo, hacia la ineludible desestructuración y reinención de todo.

Referencias

- Agencia Efe. (2010, 21 de abril). Califican a Evo Morales de ignorante y homofóbico. *El Espectador*. <http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/articulo199365-califican-evo-morales-de-ignorante-y-homofobico>
- América TV Canal 41. (2012, 23 de mayo). *Las frases más controversiales de Evo Morales* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=izQRvDyQiD0>
- AméricaEconomía. (2012a, 6 de mayo). Rafael Correa critica duramente el rol de los medios de comunicación en Ecuador. <https://www.americaeconomia.com/politica-sociedad/politica/rafael-correa-critica-duramente-el-rol-de-los-medios-de-comunicacion-en-e>

- AméricaEconomía. (2012b, 4 de agosto). Rafael Correa pide disculpas a la comunidad gay. <https://www.americaeconomia.com/politica-sociedad/politica/rafael-correa-pide-disculpa-la-comunidad-gay>
- Andrade, X. (2001). Introducción. Masculinidades en el Ecuador: contextos y particularidades. En X. Andrade y G. Herrera, *Masculinidades en Ecuador*. Flacso-Ecuador.
- Asociación de Comunicación Política [ACOP]. (2019). *Tabla de popularidad*. <https://compolitica.com/tabla-de-popularidad/>
- Babenco, A. (2013, 11 de junio). *José Mujica: por qué legalizar el aborto, la marihuana y la prostitución* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=em4mMRc7BfA>
- BBC Mundo. (2015, 28 de febrero). 10 frases que definen a José Mujica (y a su gobierno). https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/02/150227_uruguay_mujica_10_frases_irm
- BBC Mundo. (2016, 23 de abril). "Nadie grita o lo mando detenido": la reacción del presidente Correa ante afectados por el terremoto en Ecuador. http://www.bbc.com/mundo/video_fotos/2016/04/160422_video_terremoto_ecuador_correa_esmeraldas_dgm
- BBC Mundo. (2017, 14 de septiembre). Lucía Topolansky, la recia mujer a la que el miedo juntó con José Mujica y que ahora es vicepresidenta de Uruguay. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-41263252>
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). Concentración y convergencia de medios en América Latina. *Communiquer*, 20. <https://journals.openedition.org/communiquer/2277>
- Bederman, G. (1995). Remaking manhood through race and civilization. En *Manliness and civilization: a cultural history of gender and race in the United States, 1880-1917*. University of Chicago Press.
- Bizberge, A. y Golstein, A. (2014). *Gobiernos progresistas y medios de comunicación privados: debates y reflexiones*. Observatorio Latinoamericano 14. Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales.
- Bolaño, C. y Mastrini, G. (2001). Economía política de la comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional. *Revista de Economía Política das Tecnologías da Informação e Comunicação*, 1 (3), 58-78.
- Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan: sobre los límites materiales y discursivos del sexo*. Paidós.
- Cerbino, M. y Ramos, I. (2009). Apuntes para la democratización del espacio mediático en Ecuador. *Revista Comunicación*, 145, 34-39.
- Clarín. (2017, 19 de septiembre). Cambio de mando. La esposa del Pepe Mujica asumirá la vicepresidencia en Uruguay. https://www.clarin.com/mundo/esposa-pepe-mujica-asumira-vicepresidencia-uruguay_0_Bk10BfQ9-.html
- Connell, R. W. (1997). La organización social de la masculinidad. En T. Valdés y J. Olavarría, *Masculinidad/es. Poder y crisis*. Ediciones de las Mujeres 24. ISIS Internacional, Flacso-Chile.
- Cooperativacl. (2013, 11 de marzo). La muerte de Hugo Chávez. <https://www.cooperativa.cl/noticias/mundo/venezuela/hugo-chavez/la-muerte-de-hugo-chavez/2013-03-05/152151.html>
- Cuadra, A. (2010). *Virtualidad e conocimiento*. Universidad de Arte y Ciencias Sociales.

- Cuadra, A. (2016). *Etnografía virtual: nuevos territorios*. Universidad Central del Ecuador.
- De Lauretis, T. (2000). *Diferencias: etapas de un camino a través del feminismo*. Horas y horas.
- Deltell, L., & Martínez Torres, A. G. (2015, enero). Perfiles de los presidentes latinoamericanos en Twitter | Telos. *Revista Telos*, 99. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero099/perfiles-de-los-presidentes-latinoamericanos-en-twitter/>
- El Comercio*. (2016a, 4 de julio). ¿Por qué Evo Morales tiene mala relación con la prensa? <https://elcomercio.pe/mundo/latinoamerica/evo-morales-mala-relacion-prensa-231215>
- El Comercio*. (2016b, 6 de octubre). Deportista y colectivo de mujeres cuestionan la declaración de Rafael Correa sobre Cynthia Viteri. <http://www.elcomercio.com/actualidad/deportista-colectivomujeres-declaracion-rafaelcorrea.html>
- El País*. (2015, 17 de septiembre). “47 segundos de sabiduría de José Mujica” genera furor en internet. <https://www.elpais.com.uy/informacion/segundos-sabiduria-jose-mujica-genera-furor-internet.html>
- El Universo*. (2015, 18 de octubre). Presidente Correa reta a los puños a Andrés Páez, quien acepta. <https://www.eluniverso.com/noticias/2015/10/18/nota/5192432/presidente-correa-reta-punos-andres-paez-quien-acepta>
- Escobar Nogales, M. F. (2016, 5 de marzo). Evo, el hombre/padre. *La Pública*. <https://lapublica.org.bo/articulos-de-opinion/item/1018-evo-el-hombre-padre>
- Fidesinternet. (2012, 17 de febrero). *Evo Copleando* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Zyr0brXF9DI>
- Fraser, N. (1999). Repensando la esfera pública: una contribución a la crítica de la democracia actualmente existente. *Ecuador Debate*, 139-174.
- García, L. (2015). *Nuevas masculinidades: discursos y prácticas de resistencia al patriarcado*. Flacso.
- García, M. R. (2014). Un campo que se mira a sí mismo. Acuerdos y desacuerdos en las reflexiones sobre el estatuto epistemológico de la comunicación. *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*, (9), 127-150.
- Gómez, J. (2002). El campo mediático y la sociedad de la información. En N. Chomsky et al., *Los límites de la globalización*. Ariel.
- Granda, M. (2017, abril). El macho sabio. Racismo y sexismo en el discurso de Rafael Correa (Análisis) [PDF]. *Ecuador Debate*, 100, 197-211. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/13576/1/REXTN-ED100-15-Granda.pdf>
- Grebe, R. (2007). Evo Morales y los medios. *Chasqui*, 98, 10-15. <http://hdl.handle.net/10469/13534>
- Guerrero, A. (1997). Ciudadanía, frontera étnica y compulsión binaria. *Íconos: Revista de Ciencias Sociales*, (4), 112-122.
- Gutmann, D. (1987). *Reclaimed powers, toward a new psychology of men and women in later life*. Basic Books.
- Gutmann, M. C. (2000). *Ser hombre de verdad en la ciudad de México: ni macho ni mandilón*. El Colegio de México.
- Habermas, J. (1994). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Gustavo Gili.

- Habermas, J. (1998). *Facticidad y validez. Sobre el derecho y el Estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso*. Trotta.
- Hallin, D. C. y Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Hacer.
- Hoy Venezuela. (2013, 24 de mayo). *Correa llora con emotiva presentación de niños ecuatorianos en toma de posesión* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=FG1G3UajFcI>
- Infobae. (2014, 3 de enero). Rafael Correa rechaza la “absurda” y “peligrosísima” ideología de género. <https://www.infobae.com/2014/01/03/1534727-rafael-correa-rechaza-la-absurda-y-peligrosisima-ideologia-genero/>
- Kimmel, M. (1994). *Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina* [PDF]. Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales. <http://www.caladona.org/grups/uploads/2008/01/homofobia-temor-verguenza-y-silencio-en-la-identidad-masculina-michael-s-kimmel.pdf>
- Kummetz, P. (2017, 12 de septiembre). Lucía Topolansky: la exguerrillera vicepresidenta de Uruguay. *DW*. <https://www.dw.com/es/luc%C3%ADa-topolansky-la-exguerrillera-vicepresidenta-de-uruguay/a-40476828>
- La Nueva. (2012, 5 de agosto). Ecuador: Correa le pide disculpas a comunidad homosexual. <https://www.lanueva.com/nota/2012-8-4-23-14-0-ecuador-correa-le-pide-disculpas-a-comunidad-homosexual>
- La Red21. (2017, 10 de abril). Mujica: La era digital es una forma de dictadura moderna. <http://www.lr21.com.uy/politica/1327773-mujica-dictadura-digital-redes-sociales-economia>
- Lambert, R. (2019). En Bolivia, un golpe de Estado demasiado fácil: la extrema derecha asalta el poder. *Le Monde Diplomatique en español*.
- Larraz, I. (2017). El lenguaje machista de Rafael Correa. *El País*. https://elpais.com/elpais/2017/05/23/planeta_futuro/1495560980_079621.html
- Larrea, F. (2001). ¡Cómo un indio va a venir a mandarnos! Frontera étnica y masculinidades en el ejercicio del gobierno local. En X. Andrade y G. Herrera, *Masculinidades en Ecuador*. Flacso-Ecuador.
- Lissardy, G. (2014, 1 de julio). Qué gana y qué pierde Mujica con su insulto a la FIFA. *BBC Mundo*. http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/07/140701_ws2014_mujica_insulto_fifa_suarez_analisis_g
- Medios Públicos EP. (2016, 24 de mayo). *Niña damnificada por terremoto cantó y emocionó al Presidente Rafael Correa* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=bPT62ce-WIg>
- Metro. (2018, 10 de enero). Evo Morales: un tuitero que pasó del odio al amor por las redes. <http://diariometro.com.ni/mundo/159936-evo-morales-un-tuitero-que-paso-del-odio-al-amor-por-las-redes/>
- Metro Ecuador. (2017, 19 de mayo). Rafael Correa invitó a la nación a su último Enlace Ciudadano. <https://www.metroecuador.com.ec/ec/noticias/2017/05/19/rafael-correa-invito-nacion-enlace-ciudadano.html>
- Morales, E. (2012). El discurso político de Rafael Correa (Presidente de Ecuador). *Tonos Digital. Revista de Estudios Filológicos*, (23), julio. https://www.um.es/tonosdigital/znum23/secciones/monotonos-morales_lopez_correa_para_tonos_digital_2012.htm

- Mujica, J. (s. f.). Mi historia de amor con Lucía. *Revista Soho*. <http://www.soho.co/historias/articulo/pepe-mujica-cuenta-su-historia-de-amor-con-su-esposa-lucia/39643>
- Narváez, A. (2005). Cultura política y cultura mediática. Esfera pública intereses y códigos. En C. Bolaño, G. Mastrini y F. Sierra, *Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana*. La Crujía.
- Olavarría, J. y Parrini, R. (2000). *Masculinidad/es. Identidad, sexualidad y familia*. Primer Encuentro de Estudios de Masculinidad, Flacso-Chile, Universidad Academia de Humanismo Cristiano, Red de Masculinidad.
- Orozco, V. (2019). Golpe de Estado en Bolivia. *Cuadernos Fronterizos*, (47), año 15, septiembre-diciembre, 56 y 60.
- Ponce, M. (2017). Pepe Mujica ¿El secreto de la viralidad? [PDF] *Revista Más Poder Local*, (33), octubre, 13-15. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6325973>
- Provisa Producciones. (2013, 21 de mayo). *Evo se enojó con presentador de CNN @ RED Pat Bolivia* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=klnFKyxG01k>
- Ramos, I. (2012). La contienda política entre los medios privados y el gobierno de Rafael Correa. *Utopía y praxis latinoamericana: revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social*, (58), año 17, julio-septiembre, 65-76.
- Rincón, O. (2010). La obsesión porque nos amen: crisis del periodismo/éxitos de los telepresidentes. En A. Suárez, *La palabra empeñada: investigaciones sobre medios y comunicación pública en Argentina*. Fes.
- Stefanoni, P. (2019). Bolivia después de Evo [PDF]. *Análisis Carolina*, (29), 1. <https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2019/11/AC-29.pdf>
- Telesur. (2015a, 9 de febrero). Correa, Morales y Mujica, los líderes más populares del mundo. <https://www.telesurtv.net/news/Correa-Morales-y-Mujica-los-lideres-mas-populares-del-mundo-20150209-0030.html>
- Telesur. (2015b, 14 de febrero). *Así celebra Bolivia el tradicional Carnaval de Oruro*. <https://www.telesurtv.net/multimedia/Asi-celebra-Bolivia-el-tradicional-Carnaval-de-Oruro-20150214-0030.html>
- Ulloa Tapia, C. (2012). Andes: los medios en el ojo del huracán. *Debate: Periódico de Opinião Pública e Conjuntura Política*, (4), año 4, julio.
- Valencia, A. S. (2019). Bolivia: del progresismo al golpe de Estado y la réplica de Guaidó. *Marx e o Marxismo-Revista do NIEP-Marx*, 7 (13).
- van Dijk, T. A. (2001). Algunos principios de una teoría del contexto. *ALED, Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 1 (1), 69-81.
- Viveros-Vigoya, M. y Gutmann, M. (2007). Masculinidades en América Latina. En M. Á. Aguilar y A. Reid, *Tratado de psicología social: perspectivas socioculturales*. Anthropos.