

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE
HUAMANGA**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**



**Construcción de las representaciones sociales por la prensa nacional sobre
las primeras damas en el Perú, 1990 - 2022; Caso: El Comercio, La
República y El Peruano.**

Tesis para optar el título profesional de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Presentada por:
Bach. Pamela Hilda Condori Huaraca

Asesor:
Dr. Boris Enrique Peña Morales

Ayacucho - Perú

2024

DEDICATORIA

A mis padres y hermanos por el apoyo constante en
mi etapa universitaria.

AGRADECIMIENTOS

Mis más sinceros agradecimientos a todos los que han contribuido a la realización de este trabajo de investigación. Ha sido un viaje emocionante, estoy muy agradecida por el apoyo y la orientación que he recibido a lo largo del camino.

En primer lugar, agradecer a la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, Facultad de Ciencias Sociales, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación por la acogida durante los 5 años en mi etapa universitaria.

A mi asesor de tesis, el Dr. Boris Peña Morales, por su orientación constante, y por sus valiosos consejos. Su experiencia y conocimientos han sido fundamentales en el proceso de mi investigación y la finalización exitosa de dicho trabajo.

También quiero agradecer a mis profesores y compañeros de clase por su ayuda y apoyo en el camino. Sus comentarios y sugerencias me han ayudado a mejorar a lo largo de mi proceso como estudiante en el campo de las comunicaciones.

Además, expresar mi gratitud a la Biblioteca Nacional del Perú por la amabilidad en el tiempo de recojo de mi unidad de análisis.

A mi familia y amigos por su incondicional apoyo y ánimo durante todo el proceso. Sus palabras de aliento y confianza han sido una gran fuente motivación para seguir adelante.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS	III
ÍNDICE DE FIGURAS	IX
ÍNDICE DE TABLA	XIV
RESUMEN	XV
SUMMARY	XVI
INTRODUCCIÓN	XVII
CAPÍTULO I	20
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	20
1.1. Descripción del contexto de cada gobierno.....	20
1.1.1. Susana Shizuko Higuchi Miyagawa (1990 – 1994).....	20
1.1.2. Keiko Sofía Fujimori Higuchi (1994 – 2000).....	23
1.1.3. Eliane Chantal Karp Fernenbug (2001 – 2006).....	25
1.1.4. Nadine Heredia Alarcón (2011 – 2016).....	27
1.1.5. Lilia Ulcida Paredes Navarro (2021 – 2022).....	30
1.2. Planteamiento del problema	32
1.3. Formulación del problema	37
1.3.1. Problema general	37
1.3.2. Problemas específicos.....	38
1.4. Objetivos de la investigación	38
1.4.1. Objetivo general.....	38
1.3.2. Objetivos específicos.....	38

1.5.	Hipótesis de la investigación.....	39
1.6.	Importancia y justificación.....	40
CAPÍTULO II.....		43
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....		43
2.1.	Antecedentes de la investigación.....	43
2.1.1.	Antecedentes internacionales	44
2.1.2.	Antecedentes nacionales.....	47
2.1.3.	Antecedentes locales	49
2.2.	Bases teóricas y enfoques	50
2.2.1.	Teoría de las representaciones sociales	52
2.2.1.1.	Representación social.....	53
2.2.1.2.1.	Funciones de las representaciones sociales.....	59
2.2.1.2.2.	Representaciones sociales y otros conceptos cognitivos.....	63
2.2.1.2.2.	Dimensiones de la representación social.....	67
a.	La información	67
2.2.2.	Construcción de las representaciones sociales	71
2.2.2.1.	Proceso de construcción de las representaciones sociales.....	72
2.2.2.1.1.	Objetivación.	72
2.2.3.1.2.	Anclaje.....	76
2.2.3.	Representación social en la prensa.....	77
2.2.3.1.	Construcción de las representaciones sociales en la prensa.	80
2.2.1.4.	Proceso de construcción de las representaciones sociales en la prensa.	84
2.2.1.4.1.	Desde el ámbito cultural.....	84

2.2.1.4.2. Desde el ámbito político.....	96
2.2.1.4.3. Desde el ámbito social.....	111
2.2.1.4.4. Desde el ámbito ideológico.	112
2.2.4. El medio	121
2.2.4.1. La prensa	139
2.2.4.1.1. La prensa en América Latina.....	141
2.2.4.1. Rol del medio de comunicación.	145
2.2.4.2. Construcción de la noticia.	151
2.2.4.3. Estructura de la noticia.....	151
2.2.4.4. Producción de la noticia.	153
2.2.4.5. Comprensión de la noticia.....	155
2.2.4.6. Formatos de la noticia.	155
CAPÍTULO III	159
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	159
3.1. Enfoque de la investigación.....	159
3.2. Diseño de investigación	160
3.3. Método de investigación.....	161
3.3. Unidad de análisis.....	162
3.4. Criterios de elegibilidad.....	163
3.5. Procedimientos.....	164
3.6. Aplicación del método hermenéutico	165
3.7. Categorías preliminares a estudiar	165
3.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	165

3.9. Procedimiento	166
3.9.1. Aplicación del método hermenéutico	166
3.10. Rigor científico	168
CAPÍTULO IV.....	171
PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	171
4.1. Presentación de resultados	171
4.1.1.1. Susana Higuchi.....	172
4.1.1.1.1. La República.....	172
4.1.1.1.3. El Peruano	211
4.1.1.2. Keiko Fujimori	216
4.1.1.2.1. La República.....	216
4.1.1.2.2. El Comercio.....	220
4.1.1.2.3. El Peruano	225
4.1.1.3. Eliane Karp.....	228
4.1.1.3.1. La República.....	228
4.1.1.3.2. El Comercio.....	237
4.1.1.3.3. El Peruano	240
4.1.1.4. Nadine Heredia.....	254
4.1.1.4.1. La República.....	254
4.1.1.4.2. El Comercio.....	260
4.1.1.4.3. El Peruano	268
4.1.1.5. Lilia Paredes	274
4.1.1.5.1. La República.....	274

4.1.1.5.2. El Comercio.....	284
4.1.1.5.3. El Peruano	290
4.3. Discusión de resultados	291
4.3.1. Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú por la prensa peruana	291
4.3.1.1. Susana Higuchi.....	293
4.3.1.2. Keiko Fujimori.	297
4.3.1.3. Eliane Karp.....	298
4.3.1.4. Nadine Heredia.....	302
4.3.1.5. Lilia Paredes	306
4.2. Triangulación de datos.....	314
CONCLUSIONES	322
RECOMENDACIONES	326
REFERENCIAS	328
ANEXO.....	337
Anexo 1: Ficha técnica de validación de instrumentos	337
Anexo 2: Guía de análisis de contenido hermenéutico.....	340
Anexo 3: Ficha de validación	342
Anexo 4: Ficha de validación	344

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Título: Vuelo en Primera	171
Figura 2. Título: Fujimori le hablará al país dentro de los próximos días.....	173
Figura 3. Título: Invoca a políticos empresarios y sindicalistas...“ Susana Higuchi pide trabajar por programa en favor de la niñez.....	175
Figura 4. Título: Se ha iniciado una nueva era, más técnica y menos politiquería”	176
Figura 5. Título: Susana Higuchi al ser declarada “huésped ilustre” de Ciudad Blanca. “Arequipa lucha por afirmación nacional y por derrotar la crisis”.....	178
Figura 6. Título: Primera dama anuncia en Puno obras para dotar de agua y luz a pobladores	179
Figura 7. Título: Susana dice que sabe de irregularidades que “involucra al premier Goldenberg”.....	181
Figura 8. Título: Susana Higuchi pide modificar artículo de la Ley Electoral por “nulo y punible”	182
Figura 9. Título: “Ganan poco, pero suspenden huelga por humanidad hacia los enfermos”	184
Figura 10. Título: Primera dama exhorta a trabajar por bienestar de la niñez peruana.....	186
Figura 11. Título: Susana Higuchi de Fujimori demanda a su esposo por “Violencia conyugal”	187
Figura 12. Título: Susana Higuchi admite candidatura y cuestiona el programa económico	189
Figura 13. Título: Susana volvió a abandonar Palacio	190

Figura 14. Título: Susana dice que quiso dialogar con su esposo y sólo encontró silencio..	192
Figura 15. Título: Susana Higuchi dice que seguirá en la lucha por modificar ley electoral	193
Figura 16. Título: Susana Higuchi denuncia que impiden su ingreso a Palacio de Gobierno	195
Figura 17. Título: ¿Quién presidirá comité por el Año Internacional de la Familia?	197
Figura 18. Título: El síndrome de Susana	199
Figura 19. Título: Susana Higuchi demanda a Alberto Fujimori por violencia psíquica y moral.....	201
Figura 20. Título: Primera dama acudiría a instancias internacionales si no atienden su reclamo	202
Figura 21. Título: Pese a restricciones palaciegas, prosigue con sus labores sociales.....	204
Figura 22. Título: No permitieron a Susana Higuchi a dar una conferencia de prensa en Palacio	206
Figura 23. Título: La primera dama dice que vive sola y aislada en Palacio de Gobierno ...	207
Figura 24. Título: Documentos que circularon ayer en el Congreso y la Fiscalía en nombre de Susana Higuchi.....	209
Figura 25. Título: Susana Higuchi viajará a Cumbre de Primeras Damas	210
Figura 26. Título: Susana Higuchi de Fujimori será la 37 ° Primera Dama del país	212
Figura 27. Título: Convenio asegura atención integral de 2 mil niños	213
Figura 28. Título: Y ahora, ¿qué dirá Kenji? Keiko quiere ser presidente.....	214
Figura 29. Título: La Primera Dama de la Nación interrumpe sus estudios en EE.UU	216
Figura 30. Título: Susana dice que Fujimori manipula a su hija Keiko	217

Figura 31. Título: Keiko pide a su madre que antes de hacer algo piense en sus hijos.....	218
Figura 32. Título: Keiko Fujimori ofrecerá almuerzo a primeras damas.	219
Figura 33. Título: El presidente Fujimori almorzó con la reina Isabel II.	220
Figura 34. Título: Keiko Fujimori no volverá a declarar ante comisión.	222
Figura 35. Título: Keiko Fujimori copreside con su madre Fundación por los niños del Perú.	223
Figura 36. Título: La educación es obligación del Estado y no una limosna.....	224
Figura 37. Título: Consejo de Defensa verá hoy la contrapropuesta	225
Figura 38. Título: “No seré la tradicional primera dama”	226
Figura 39. Título: Eliane Karp reformulará funciones de Primera Dama	228
Figura 40. Título: “Gobernaré de la mano del pueblo”	229
Figura 41. Título: Eliane Karp instalará oficinas de primera dama en norte, sur y oriente ..	231
Figura 42. Título: Eliane Karp reitera compromiso del gobierno por los pobres	232
Figura 43. Título: Indígenas están desprotegidos.....	233
Figura 44. Título: “No soy brava, soy consecuente”	235
Figura 45. Título: Karp descentralizará su labor como primera dama	237
Figura 46. Título: Gobierno promueve nuevas formas de hacer turismo.....	238
Figura 47. Título: Turistas conocerán mejor el Perú.....	240
Figura 48. Título: Acción para proteger los conocimientos indígenas.....	241
Figura 49. Título: Protegiendo nuestra cultura ancestral.....	243
Figura 50. Título: Exponen avances del Perú en derechos indígenas	244
Figura 51. Título: Descentralizarán funciones del despacho de la Primera Dama.....	246

Figura 52. Título: Despacho de Eliane Karp elabora proyecto a favor de más pobres	247
Figura 53. Título: Primera Dama pedirá inclusión de nativos en Comisión de la Verdad....	249
Figura 54. Título: Crean Comisión de Concertación Educativa	250
Figura 55. Título: El Caso de Nadine y Tres Razones Públicas.....	251
Figura 56. Título: Plan Esperanza atendió a más de 130,000 peruanos	253
Figura 57. Título: La juventud de Nadine le da un estilo a su atuendo.....	254
Figura 58. Título: La mujer y el poder	256
Figura 59. Título: Nadine: aun si ganan pierde	257
Figura 60. Título: ¿Nadine Heredia o el país?.....	259
Figura 61. Título: Vestida para mandar.....	260
Figura 62. Título: Que nadie toque a la reina.....	262
Figura 63. Título: "Nadine Heredia me dijo que Todo Graph era su empresa"	263
Figura 64. Título: Primera dama de la nación: Mujeres destacan en organizaciones	265
Figura 65. Título: La gran transformación del país está en marcha	267
Figura 66. Título: Primera Dama: No seré candidata.....	268
Figura 67. Título: El Perú sigue siendo un escenario idóneo para inversiones españolas	270
Figura 68. Título: Lilia Paredes, la maestra que será primera dama	271
Figura 69. Título: Lilia Paredes: la docente que busca apoyar a las mujeres y poblaciones vulnerables en los próximos 5 años.....	273
Figura 70. Título: Castillo se reunió con sus homólogos de Cuba y México.....	274
Figura 71. Título: MIMP se pronuncia sobre imitación de Lilia Paredes en programa televisivo.....	276

Figura 72. Título: Pedro Castillo: ¿qué le dijo Lilia Paredes tras su intento fallido de asilo en la embajada de México?	278
Figura 73. Título: Lilia Paredes: este fue el look de la Primera Dama para los celebraciones de Fiestas Patrias	279
Figura 74. Título: Atuendo de la Primera Dama en el 2021	280
Figura 75. Título: Lilia Paredes arremete contra la prensa: "Informan mal, hemos venido a hacer un trabajo limpio"	281
Figura 76. Título: Lilia Paredes: ¿a qué se ha dedicado durante sus primeros días siendo la Primera Dama del Perú?	283
Figura 77. Título: Lilia Paredes: los otros peruanos que recibieron asilo (y a los que les fue rechazado).....	284
Figura 78. Título: ¡Qué linda familia!	285
Figura 79. Título: Primera dama Lilia Paredes expresó su respeto a la decisión judicial	287

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. Cuadro de la unidad de análisis	162
Tabla 2. Matriz de confiabilidad.....	168
Tabla 3. Matriz de triangulación de datos por objetivos	314

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo entender cómo la prensa nacional construyó las representaciones sociales de las primeras damas (Susana Higuchi (1990 – 1994); Keiko Fujimori (1994 – 2000); Eliane Karp (2001-2006); Nadine Heredia (2011- 2016); y Lilia Paredes (2021-2022), desde un enfoque cualitativo. Se utilizó el método interpretativo como procedimiento central. Además, se usó el diseño y método hermenéutico, para comprender la experiencia humana y el significado detrás de ella; asimismo, la que permitió la interpretación y develación de cómo se construyeron las representaciones sociales. Las unidades de análisis se establecieron en los diarios de circulación nacional (El Comercio, La República y El Peruano). La técnica que se empleó para recopilar los datos fue el análisis de contenido hermenéutico.

Las principales conclusiones a las que se llegó fueron: La construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú está influenciada por una variedad de factores, entre ellos la política, el poder, la cultura y la ideología. Estos elementos permitieron comprender cómo la prensa peruana utiliza estos factores para dar forma al papel de las primeras damas. Es fundamental destacar que estas representaciones mediáticas tuvieron un impacto significativo en la percepción pública de las primeras damas y en su legitimidad en la política.

Palabras claves: Representaciones sociales, prensa de circulación nacional, primeras damas.

SUMMARY

The objective of this research was to understand how the national press constructed the social representations of the first ladies (Susana Higuchi (1990 - 1994); Keiko Fujimori (1994 - 2000); Eliane Karp (2001-2006); Nadine Heredia (2011- 2016)); and Lilia Paredes (2021- 2022), from a qualitative approach. The interpretive method was used as a central procedure. In addition, the design and hermeneutic method were used to understand the human experience and the meaning behind it; likewise, the which allowed the interpretation and revelation of how social representations were constructed. The units of analysis were established in the newspapers of national circulation (El Comercio, La República and El Peruano). The technique that was used to collect the data was the analysis of hermeneutical content.

The main conclusions reached were: The construction of social representations of the first ladies of Peru is influenced by a variety of factors, including politics, power, culture and ideology. These elements allowed us to understand how the Peruvian press uses these factors to shape the role of the first ladies. It is essential to highlight that these media representations had a significant impact on the public perception of the first ladies and their legitimacy in politics.

Keywords: Social representations, national circulation press, first ladies.

INTRODUCCIÓN

Las representaciones sociales explican cómo las personas en un grupo social comprenden, interpretan y se comunican acerca de diversos temas, objetos o fenómenos en su entorno sociocultural, en esta investigación sobre las primeras damas del Perú (Susana Higuchi, Keiko Fujimori, Eliane Karp, Nadine Heredia y Lilia Paredes).

Las representaciones son construcciones mentales que permiten a los individuos dar sentido a su realidad y funcionar en sociedad; además, es entendida como un conjunto de conceptos, creencias, explicaciones y conocimientos compartidos por un grupo social, influyendo en la forma en que perciben, interpretan y se relacionan con el mundo que los rodea.

Las teorías que proporcionaron el fundamento para el problema de investigación se basaron en la construcción de representaciones sociales, según destacados teóricos como Serge Moscovici, Jean-Claude Abric, Denise Jodelet, entre otros. Estas teorías están arraigadas en enfoques relacionados con la psicología social y la sociología. Cada uno de estos autores ha desempeñado un papel fundamental en la comprensión de cómo se desarrollan y configuran las representaciones sociales en la mente de las personas, así como en su impacto en la percepción de la realidad y la dinámica de la interacción social.

Además de los mencionados teóricos, también recurrimos a figuras influyentes como Pierre Bourdieu, Michel Foucault, Néstor García Canclini, Martín Barbero, Teun van Dijk, entre otros, para entender cómo los medios de comunicación construyeron las representaciones sociales de las primeras damas, centrándose en su desempeño político y su participación en actividades públicas.

Dado que los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la construcción de representaciones sociales, en este contexto, la prensa asumió un papel fundamental en la creación y difusión de estas representaciones. A través de la selección de temas, el enfoque editorial, el uso del lenguaje, la perpetuación de estereotipos y la influencia de los propietarios de los medios y los anunciantes, la prensa moldeó la forma en que las personas perciben e interpretan la realidad. Por lo tanto, resulta fundamental comprender cómo los principales medios nacionales (El Comercio, La República y El Peruano) contribuyeron a la formación de las representaciones sociales de las primeras damas, como se menciona anteriormente.

Según Martínez (2016), los medios de comunicación tomando en cuenta su función social de informar los sucesos considera que:

Hacen referencia a los objetos sociales, los clasifican, los explican o evalúan, marcan estereotipos, opiniones, creencias, valores y normas que suelen tener una valoración positiva o negativa, están investidos como garantes de la verdad, de tal manera que la audiencia pueda tener una certeza de lo que reciben. Tal investidura encierra un marco discursivo que puede configurar y favorecer la difusión de Representaciones Sociales.
(p.10)

Para el mejor entendimiento, la presente investigación está dividida en 4 capítulos; en el primer capítulo, se sitúa la descripción del contexto de cada primera dama, la situación problemática como fundamento sustancial para la formulación de las interrogantes de la investigación; del mismo modo, se encuentran los objetivos y la hipótesis, que se fue construyendo de a poco, en cada proceso de la tesis; tal como lo menciona la teoría en una investigación cualitativa.

En el segundo capítulo, se aborda el marco referencial, donde se incluyen los antecedentes de investigación (internacional, nacional y local); asimismo, las aproximaciones teóricas y el marco conceptual sobre las representaciones sociales y prensa nacional, teorizando el medio de comunicación.

En el tercer capítulo, se desarrolla la metodología de investigación; partiendo del enfoque de investigación, el diseño metodológico, la unidad de análisis, la aplicación del método, las categorías preliminares, las subcategorías, las técnicas de investigación e instrumentos; y el rigor científico.

En el cuarto capítulo, se presenta el análisis de contenidos de los diarios (El Comercio, La República y El Peruano), en torno a las primeras damas (Susana Higuchi, Keiko Fujimori, Eliane Karp, Nadine Heredia y Lilia Paredes) y con ello, los resultados y la discusión de la investigación.

Finalmente, como aspectos complementarios se encuentra las conclusiones, la respectiva bibliografía, herramienta esencial, que fueron utilizados en el proceso de investigación; asimismo, los anexos como muestra de respaldo y esfuerzo en la elaboración de la presente tesis.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del contexto de cada gobierno

1.1.1. Susana Shizuko Higuchi Miyagawa (1990 – 1994)

Susana Higuchi Miyagawa, conocida por haber desempeñado varios roles y enfrentado una vida compleja, en muchas ocasiones polémicas. Nació el 26 de abril de 1950 en Lima, Perú; es de ascendencia japonesa; siendo sus padres inmigrantes que llegaron a Perú en 1931. Higuchi estudió Ingeniería Química en la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI), antes de casarse con Alberto Fujimori en 1974. Es madre de cuatro hijos (Keiko, Kenji, Hiro y Sachi).

El gobierno de Perú entre 1990 - 1994 estuvo liderado por el presidente Alberto Fujimori, y como primera dama, Susana Higuchi. Ambos asumieron el cargo el 28 de julio de 1990. Durante este periodo, se vivieron una serie de reformas significativas y controversiales, así como desafíos que el país enfrentó en términos económicos, políticos y sociales.

Perú se encontraba sumido en una grave crisis económica, caracterizada por una alta inflación, devaluación de la moneda, deuda externa y un estancamiento del crecimiento

económico. Para abordar estos problemas, el gobierno puso en marcha un programa de ajuste estructural conocido como “Fujishock”, que incluía medidas como la liberalización de precios, la reducción del déficit fiscal, la privatización de empresas estatales y la eliminación de barreras comerciales, entre otras.

Sin embargo, estas reformas también provocaron cierta inestabilidad económica y dificultades iniciales para la población, como el aumento del costo de vida y el desempleo.

Durante este periodo, Perú enfrentaba la violencia y el terrorismo perpetrados principalmente por dos grupos guerrilleros, Sendero Luminoso y el Movimiento Revolucionario Túpac Amaru (MRTA). Asimismo, por el mismo gobierno que, en su afán de emplear estrategias; también, dieron lugar a violaciones de derechos humanos y abusos por parte de las Fuerzas Armadas.

Según Cordero (2022), considera que el gobierno de 1990 – 1994, “estuvo marcado por su lucha contra el terrorismo, el autoritarismo y la corrupción. Son múltiples las acusaciones que señalan para estos años, de cometer crímenes de lesa humanidad, fomentar el paramilitarismo e instigar masacres y esterilizaciones forzadas a mujeres pobres”.

Frente a estos abusos, Susana Higuchi, fue la primera dama, quien observó “los primeros síntomas de corrupción del régimen fujimorista” (Cáceres, 2015, p. 272)

En cuanto a su carrera política, Susana se desempeñó como primera dama, “cargo que nunca le atrajo”, dijo Castro (2011), citado por Cáceres (2015), fue la que presidió la "Fundación por los Niños del Perú", quien responsablemente tomó el cargo.

Higuchi no tenía un rol directo en las políticas económicas del gobierno, pero como primera dama tuvo una posición cercana a los eventos y decisiones tomadas. Además,

desempeñó un papel significativo al defender los derechos humanos, lo que influyó en su postura crítica ante las medidas adoptadas y sus consecuencias para la población.

En abril de 1992, Fujimori llevó a cabo un autogolpe, disolviendo el Congreso y la rama judicial del gobierno, lo que generó una profunda crisis política y constitucional. Fujimori justificó este acto alegando que era necesario para luchar más efectivamente contra el terrorismo y la corrupción en el país. Posteriormente, se llevó a cabo una nueva elección para el Congreso y se promulgó una nueva Constitución en 1993.

A raíz de este evento, la primera dama se distanció aún más de su esposo y se convirtió en una voz crítica del gobierno, denunciando la falta de democracia y la concentración de poder en manos del presidente. Durante el gobierno de Fujimori, ocurrieron numerosas violaciones a los derechos humanos, incluida la tortura, las desapariciones forzadas y la implementación de una política de esterilización forzada en la población indígena. Higuchi dedicó sus esfuerzos a denunciar y combatir estas violaciones, convirtiéndose en una defensora activa de los derechos humanos y la justicia.

Tras aquellos atropellos, Susana consideró pertinente presentarse como candidata al Congreso por una coalición opositora al gobierno de Fujimori. Durante su campaña, continuó denunciando las violaciones de derechos humanos y la corrupción en el gobierno.

En 1994, se divorció de Fujimori, y su figura política continuó desarrollándose al margen del gobierno que presidía su exesposo.

A medida que el gobierno de Fujimori avanzaba, comenzaron a surgir acusaciones de corrupción y abuso de poder. Uno de los casos más notorios fue el del asesor presidencial, Vladimiro Montesinos, quien estuvo involucrado en casos de corrupción, tráfico de drogas y

violaciones de derechos humanos, lo que contribuyó al deterioro del gobierno. Montesinos también controlaba la prensa amarilla en contra de Susana, a quien tildó de “loca”.

Según Cáceres (2015), tras el testimonio de Higuchi en la Revista Caretas considera que:

Susana Higuchi no logró borrar la imagen de mujer histérica, loca, ansiosa de poder, mala mujer y mala madre con la que muchos la catalogaron; sin embargo, en todas las entrevistas confirma que no tiene nada que ver con Alberto Fujimori y que ya lo tiene enterrado en su memoria. (p.279)

En esta época, se describe una serie de acontecimientos que sugieren un ambiente político autoritario, en el que se ejercía control sobre la población y la primera dama, siendo sometida a situaciones incómodas de tortura, despojo de su cargo y propagandas negativas.

1.1.2. Keiko Sofía Fujimori Higuchi (1994 – 2000)

Keiko Fujimori, hija del ex presidente Alberto Fujimori y Susana Higuchi. Nació el 25 de mayo de 1975 en Lima, Perú. Estudió administración de empresas en la Universidad de Boston en Estados Unidos y luego obtuvo una maestría en administración de empresas en la Universidad de Columbia en Nueva York.

Cuando su padre asumió la presidencia en 1990, Keiko aún era una adolescente. Según Cáceres (2015) plantea que, debido a los problemas y desacuerdos entre sus padres, quienes se divorciaron en 1994, Keiko Fujimori, con tan solo 19 años, se vio obligada a tomar el lugar de su madre como primera dama por imposición de su padre, después de que su madre fuera destituida del cargo. Esto la convirtió en la primera dama más joven de Latinoamérica. Su

debut internacional ocurrió cuando representó a Perú en la "Cumbre de las Américas" en Miami, 1994.

El gobierno peruano de 1994 y 2000 se caracterizó por diversos acontecimientos políticos importantes en la historia del país. Durante la gestión de Fujimori, se continuaron implementando políticas neoliberales con el objetivo de estabilizar la economía, reducir la inflación y promover el crecimiento. Entre las medidas adoptadas se incluyó la privatización de empresas estatales, la apertura comercial y la reducción de las barreras al comercio y la inversión.

Sin embargo, estas reformas generaron desigualdades y recibieron críticas debido a la falta de atención a las demandas sociales. Además, durante el gobierno 1994 - 2000, la corrupción se convirtió en un problema grave y persistente que perduró hasta el final del mandato.

Además, este gobierno recibió fuertes críticas por sus prácticas autoritarias y violaciones a los derechos humanos. Estas incluyeron censura a la prensa, control sobre el poder judicial, represión de opositores políticos y casos de abusos cometidos por las Fuerzas Armadas.

Keiko Fujimori demostró lealtad a su cargo y estuvo presente junto al presidente en una serie de eventos internacionales. Sin embargo, su actitud también fue objeto de críticas, ya que no brindó apoyo a su madre y prefirió permanecer en Palacio de Gobierno al lado de su padre. Esta decisión de quedarse junto a su padre en medio de los problemas familiares generó controversia y comentarios negativos hacia su postura, lo que la convirtió en blanco de críticas por parte de la sociedad (Cáceres, 2015). Así, en su función como primera dama, Keiko Fujimori participó en varias actividades y proyectos a lo largo del país. Entre sus

responsabilidades, estaba la representación de la presidencia en eventos públicos y la promoción de iniciativas sociales. Estas actividades incluyeron apoyar programas educativos, de salud y asistencia social.

En septiembre de 2000, el régimen de Fujimori comenzó a desmoronarse tras la publicación de videos que mostraban a su asesor de inteligencia, Vladimiro Montesinos, sobornando a políticos y funcionarios. En medio de un escándalo de corrupción y ante las crecientes protestas, Fujimori viajó a Japón en noviembre de 2000 y renunció a la presidencia mediante un fax, y la primera dama continuó sus estudios en el extranjero.

1.1.3. Eliane Chantal Karp Fernenbug (2001 – 2006)

Eliane Chantal Karp Fernenbug nació el 24 de septiembre de 1953 en París, Francia. Es antropóloga de profesión, esposa del expresidente Alejandro Toledo, quien gobernó el Perú desde 2001 hasta 2006.

Karp estudió Antropología en la Universidad Hebrea de Jerusalén, donde conoció a Alejandro Toledo. Se casaron en 1972 y tuvieron una hija llamada Chantal Toledo Karp. Luego de completar sus estudios, Karp trabajó para el Banco Mundial en Washington D.C., donde se especializó en temas de desarrollo indígena y derechos humanos.

Al ser primera dama, Karp tuvo un papel activo en la promoción de los derechos de las comunidades indígenas y la preservación de la diversidad cultural. En ese sentido, dirigió el Programa Nacional de Diálogo, una iniciativa destinada a promover la reconciliación y la inclusión social en el país después de las décadas de conflicto armado interno.

Además, Karp colaboró en la creación de la "Comisión de la Verdad y Reconciliación", que investigó las violaciones a los derechos humanos ocurridas entre 1980 y 2000.

También promovió políticas económicas y sociales orientadas a reducir la pobreza y mejorar la calidad de vida de la población.

Sin embargo, a lo largo de su tiempo como primera dama, Eliane Karp enfrentó controversias y críticas. Algunas personas la acusaron de interferir en asuntos gubernamentales y de tener una influencia excesiva en su esposo, el entonces presidente Alejandro Toledo. Además, el gobierno de Toledo también fue criticado por casos de corrupción y nepotismo, lo que afectó la imagen pública de Karp.

Según Ford (2004), Eliane Karp, representa a la vez una fortaleza y una debilidad para Toledo y su gobierno. Aunque es una mujer respetable, inteligente y altamente preparada, su nacionalidad extranjera suscita ciertas reservas en una sociedad conservadora. Además, su relación con la prensa peruana es distante y a menudo agresiva, lo que ha generado una falta de empatía mutua.

Un ejemplo claro de esta tensa relación ocurrió después de la Cumbre del APEC. Eliane Karp emitió declaraciones críticas hacia la labor de la prensa peruana, lo que desencadenó una controversia en el país sobre el papel de la primera dama. Lamentablemente, este episodio eclipsó los logros potenciales de Toledo durante su participación en Asia, lo que añadió dramatismo a la situación.

Por otro lado, según Palomino (2001), citado por Cáceres (2015) sostiene que:

El protagonismo de Eliane Karp, quien había contribuido a fortalecer la imagen de Toledo en la etapa de resistencia; sin embargo, luego empezó a opacarlo y restarle votos por sus opiniones en relación a ciertos temas. Ello determinó a que Karp pasara a un segundo plano y que todo el peso de la campaña se centralizara en Toledo. (p.285)

El gobierno durante el período 2001-2006 tuvo lugar en un periodo político, social y económico complicado. Toledo asumió el cargo después de la caída del régimen de Alberto Fujimori (1990-2000), un período marcado por violaciones a los derechos humanos, corrupción y concentración del poder. El país estaba en un proceso de transición hacia la democracia y la estabilidad política. Toledo heredó una difícil situación con la necesidad de restaurar las instituciones democráticas y llevar a cabo reformas.

Además, durante este gobierno, se impulsaron políticas sociales y culturales orientadas a mejorar la calidad de vida de los sectores más desfavorecidos y a proteger los derechos de las comunidades indígenas y afroperuanas. Karp desempeñó un papel importante en la promoción de estos temas como primera dama.

También prestó atención a los temas de género y a la promoción de los derechos de las mujeres en el país, participando en diversas iniciativas y eventos orientados a la igualdad de género y fortalecimiento de las mujeres. La participación activa de Eliane Karp en la vida política y social del país generó tanto apoyo como crítica por parte de diversos sectores de la sociedad. Algunos la elogiaron por su compromiso con las causas indígenas y sociales, mientras que otros la veían como una figura polémica y controvertida.

Después de dejar el puesto de primera dama, Karp continuó su carrera como consultora en temas de desarrollo indígena y derechos humanos en organismos internacionales y en proyectos privados. Asimismo, enfrentando acusaciones en diversos temas.

1.1.4. Nadine Heredia Alarcón (2011 – 2016)

Nadine Heredia Alarcón nació el 25 de mayo de 1976, en Lima, Perú, política y comunicadora de profesión. Esposa de Ollanta Humala, ex presidente de Perú (2011-2016). La

vida política y el papel de Nadine Heredia como primera dama están marcados por sus inicios en la política, su activismo en temas sociales y por enfrentar diversas controversias.

Heredia comenzó su carrera política a una edad temprana, afiliándose al Partido Nacionalista Peruano (PNP) en 1999. En 2005, se convirtió en secretaria de Relaciones Internacionales del partido y, posteriormente, en la secretaria general del mismo, dando forma a la política del partido y su estrategia electoral. Fue una figura clave en las campañas presidenciales de su esposo en 2006 y 2011, dice Cáceres (2015).

Su rol como coordinadora y estratega en ambas campañas le permitió aumentar su visibilidad en la vida política peruana; asimismo, permitiéndoles llegar al poder en el 2011.

Durante el gobierno del 2011-2016, la figura de la primera dama cobró un protagonismo inusual en la historia política de Perú. Desde el inicio de la administración, Heredia asumió un papel activo en el gobierno y en la política, lo que generó diversas controversias y cuestionamientos a lo largo del período presidencial.

Cáceres (2015) expresó que:

La primera dama, Nadine Heredia, tiene mayor aprobación popular que el presidente, Ollanta Humala. Su aprobación se mueve en una horquilla que va del 61 al 66 por ciento, mientras que la de él se sitúa entre 52 y 55 por ciento. Nada que no suceda con frecuencia en medio mundo. Sin embargo, este dato anecdótico es motivo de una constante fijación en los medios políticos y periodísticos. (p.296)

El mandato de Humala estuvo marcado por acusaciones de corrupción y mal manejo en su gobierno, incluidos casos de sobornos de empresas brasileñas. Además, el papel activo de su esposa, Nadine Heredia, en el gobierno y en la política causó polémica y preocupación. Heredia fue vista como una figura clave en la toma de decisiones y en la orientación política

del gobierno. Incluso, se le atribuyó la designación de algunos ministros y funcionarios de alto nivel, mencionó Cáceres. Esta participación en el gobierno generó preocupación en sectores políticos y sociales, ya que la primera dama no tenía un cargo oficial en el Estado y no había sido elegida por el pueblo.

Adicionalmente, la primera dama desempeñó un papel importante en el Partido Nacionalista, al presidirlo durante parte del mandato de su esposo. Esta posición le permitió incidir en la política interna del partido y en las decisiones electorales. También, reiteradas veces, fue mencionada como una posible candidata en futuras contiendas electorales.

La prominencia y protagonismo de Nadine Heredia en el gobierno y en la política generó debates sobre el rol de la primera dama en el país. Mientras que algunos consideraban su participación como una muestra de empoderamiento y liderazgo femenino, otros la veían como un ejemplo de nepotismo y falta de transparencia en la política peruana.

Tapia (2014), citado por Cáceres (2015) recuerda que:

En agosto de 2013, Nadine Heredia visitó una escuela en el distrito limeño de San Juan de Miraflores, acompañada de la ministra de Educación. En medio del acto, un niño se acercó a la primera dama peruana y le dijo: “Muchas gracias, presidente...” Esta anécdota trajo consigo consecuencias que hasta el día de hoy son muestra de su popularidad. (p.297)

Es importante destacar que este episodio reflejó la imagen favorable que tenía la gente hacia la primera dama y cómo la veían como una figura con cualidades de liderazgo. La reacción positiva y espontánea del niño hacia Nadine Heredia fue interpretada como una señal de aprecio y respeto hacia ella, incluso al punto de considerarla apta para ocupar la

presidencia. La anécdota se convirtió en un testimonio de la popularidad y la conexión que Nadine Heredia tenía con la población.

Este evento ha sido ampliamente difundido por los medios de información y ha dejado una impresión positiva en el imaginario colectivo de los ciudadanos peruanos. Como resultado, la percepción de Heredia como una figura influyente y cercana al poder político se fortaleció, lo que pudo haber tenido un impacto en su trayectoria y en cómo fue percibida por el público en general.

Más allá de la influencia que tiene en las decisiones de su esposo, es notable el papel que Nadine desempeña en el gobierno de Humala. Esto se evidencia en el hecho que cuenta con un despacho y un presupuesto –"algo inusual para una primera dama"– además, tiene a su disposición un equipo de periodistas encargados de comunicar sus actividades.

(Cáceres, 2015, p.299)

De lo anterior, explica la relevancia y el peso que Nadine tenía dentro del gobierno, esto señala una dinámica poco convencional en comparación con el papel tradicional asignado a las primeras damas en otros contextos políticos.

1.1.5. Lilia Ulcida Paredes Navarro (2021 – 2022)

Lilia Ulcida Paredes Najarro nació el 23 de abril de 1973, en Tacabamba, provincia de Chota, profesora de profesión, desempeñando su labor en zonas rurales, cuenta con un título de bachiller en Educación. Adicionalmente, ha alcanzado el nivel de maestría en Psicología Educativa.

Pero su vida no se limita solo al ámbito educativo, ya que también desempeña actividades tradicionales y rurales. Entre ellas, se destaca como tejedora y artesana. Además, se desenvuelve como ganadera y agricultora.

Es esposa del ex presidente, Pedro Castillo, quien asumió su mandato a finales de julio de 2021. Aunque los inicios en la vida pública de Lilia Paredes han sido mucho más discretos, pero no dejaron de ser polémicos por ser una mujer rural y ocupar el cargo de primera dama.

Paredes a pesar de no haber tenido una previa historia política, se ha involucrado en ciertos ámbitos como resultado de ser la esposa del presidente Castillo, quien proviene del sector educativo y del movimiento sindical. Este contexto influye en la relación de Paredes con la esfera política, más focalizada hacia el apoyo a su esposo y al ámbito educativo.

Como primera dama, Lilia Paredes demostró interés en trabajar en beneficio de la comunidad, especialmente en temas relacionados con "la educación, la salud y el bienestar de los niños y las familias", siguiendo los pasos de las esposas de los presidentes anteriores que han enfocado su labor en proyectos y programas sociales durante sus mandatos.

Según el diario La República (2021), bajo la declaración en diálogo a América TV sobre Paredes, dijo: Habló sobre los roles que espera asumir en los próximos años, ya que tiene la expectativa de apoyar a las mujeres y poblaciones vulnerables. “Vamos a trabajar juntamente con mi esposo, con toda la gente de Perú. Vamos a empezar por priorizar la salud, la educación. Vamos a trabajar con las mujeres, con los niños, con los huérfanos, con todas las personas”.

Aunque Pedro Castillo y su administración enfrentan diversos desafíos en términos económicos, sociales y políticos, Lilia Paredes ha mantenido un perfil bajo y menos controversial en comparación con primeras damas de administraciones anteriores.

La elección de Castillo fue muy reñida y polarizada, ganando con un margen muy estrecho frente a su contendiente, Keiko Fujimori. Esto hace evidente la marcada diferencia

ideológica entre la población peruana, y uno de los principales desafíos será encontrar un consenso entre estas visiones distintas.

Perú ha sufrido una serie de escándalos de corrupción en los niveles más altos del gobierno en los últimos años, lo que ha llevado a la desconfianza y el descontento por parte de la población. El nuevo gobierno deberá enfrentar situaciones de tensión social y conflictos relacionados con la protección del medio ambiente y los recursos naturales, así como buscar un equilibrio entre el desarrollo económico y la protección de los derechos de las comunidades indígenas y rurales.

Por otro lado, la primera dama, Lilia Paredes; también ha sido objeto de atención y análisis en el contexto político. Aunque el papel de una primera dama no se limita estrictamente a la política, su influencia y apoyo en el gobierno pueden afectar tanto la percepción pública como la dirección de la administración.

1.2. Planteamiento del problema

A lo largo y ancho de la historia, la representación de la mujer en el Perú ha sido históricamente desigual y estereotipada. Aún existen desafíos en términos de igualdad de género. Sin embargo, en las últimas décadas, hubo una creciente conciencia y lucha por los derechos de las mujeres y un posicionamiento en cargos de poder que, en tiempos pasados no eran tomadas en cuenta; como sucede con las primeras damas.

La primera dama, María Delgado Romero, se convirtió en una pionera del protagonismo político durante su mandato que abarcó desde 1950 hasta 1956. Su destacada participación demostró que las mujeres también pueden brillar en la política desde diversas

perspectivas. Después de su gestión, surgieron otras primeras damas que alcanzaron aún más notoriedad, antes, durante como después de ocupar el cargo.

Para definir los casos de estudio, se seleccionaron cinco primeras damas que generaron un mayor interés tanto en la prensa como en la audiencia. Entre ellas se encuentran:

Susana Higuchi (1990-1994), siendo una de las primeras damas con mayor controversia por renunciar a su cargo como primera dama, tras identificar indicios de corrupción por parte de su esposo, Alberto Fujimori. Además, por su participación activa en la política pese a su retiro como primera dama y por denunciar actos ilegales en el gobierno de Fujimori, haciendo frente a estas irregularidades.

Keiko Fujimori (1994-2000), fue otra de las primeras damas más polémicas por ser la primera dama más joven en toda historia Latinoamérica, tras la renuncia de su madre Susana Higuchi; asimismo, por apoyar a su padre en la toma de decisiones que trajo vulneración en los derechos humanos.

Entre 1990 y 2000, Perú se sumió en una grave crisis sociopolítica, enfrentando una situación de violencia y desestabilización que afectó profundamente los ámbitos económicos, políticos y sociales. Esta difícil coyuntura se vio agravada por la revelación de actos de corrupción por parte del gobierno.

Eliane Karp (2001-2006), antropóloga de profesión, se destacó como una de las primeras damas extranjeras más activas durante el gobierno de Alejandro Toledo. Sin embargo, su participación en la política y su manera de relacionarse con los medios de comunicación fueron objeto de cuestionamientos y críticas, especialmente por ser de origen extranjero.

Nadine Heredia (2011-2016), antes de asumir el rol de primera dama, fue cofundadora y presidenta del partido Nacionalista. Durante su mandato como primera dama, se destacó por su activismo y acciones que trascendieron las expectativas tradicionales, lo que generó opiniones divididas tanto entre la población como en la prensa.

Debido a su participación destacada y a la naturaleza de su desempeño, surgieron especulaciones acerca de una posible candidatura presidencial en las próximas elecciones. Estas especulaciones han creado un ambiente de incertidumbre y debate en la sociedad sobre el futuro político de Nadine Heredia.

Finalmente, Lilia Paredes (2021-2022); quien ha sido cuestionada por su origen como mujer rural, la indumentaria que utiliza y su forma de expresión. Además, recibió críticas por haber solicitado exilio en el extranjero después de la vacancia y encarcelamiento de su esposo, el expresidente Pedro Castillo. Estos aspectos han sido objeto de debate y controversia en la opinión pública.

Estos personajes fueron objeto de estudio con el fin de comprender cómo la prensa nacional fue configurando la imagen pública de cada una de ellas. Es evidente que las representaciones difieren debido a que los medios de comunicación tienen diversas ideologías. Estas primeras damas fueron elegidas porque en sus respectivos períodos se vivieron intensas crisis económicas, políticas y sociales. Además, se destacaron por su participación activa en la esfera política tanto durante como después de su mandato como primeras damas.

Por otro lado, en la presente investigación, la prensa nacional a considerarse fueron 3 medios; tales son:

El Comercio; considerado "uno de los medios más longevos del Perú", fundada en 1839 por Manuel Amunátegui (chileno) y Alejandro Villota (argentino); su distribución es a nivel nacional de manera diaria, optando una postura política de centro-derecha.

En lo que respecta a su volumen de impresión, durante los días laborables se producen aproximadamente 60,000 ejemplares, mientras que los sábados esta cifra se incrementa a 170,000, y los domingos alcanza los 185,000 ejemplares. Estos números son un evidente indicativo de la considerable producción de noticias y de la extensa base de lectores que la publicación posee, subrayando así su relevancia en la sociedad peruana.

La República, fundada en 1981 por Gustavo Mohme, se destaca como uno de los pocos medios nacidos en esa década. Con una clara postura política de Centroizquierda, el diario se ha ganado una amplia audiencia en todos los departamentos del país, convirtiéndose en otro de los periódicos más leídos en el Perú.

Según Gargurevich, citado por Ramos (2019), el diario La República siempre ha mantenido su independencia con respecto a grupos políticos o personajes, aunque en distintas etapas de su historia ha brindado su apoyo a diversas posturas o candidaturas.

Por último, el diario El Peruano. Fue fundado por Simón Bolívar en 1825 con el objetivo principal de recopilar y publicar las normativas del Perú. En la época actual, como se menciona en el trabajo de Ramos (2019), El Peruano sigue desempeñando su función como órgano de difusión estatal, colaborando en estrecha coordinación con Radio Nacional, así como las cuatro señales de "TV Perú (TV Perú, TV Perú HD, TV Perú 7.3 y TV Perú 7.4), y la agencia de noticias Andina".

En los medios mencionados, la figura de la primera dama ha sido objeto de debate y controversia. Algunos han cuestionado su rol y su influencia en la política, mientras que en

otros se han planteado dudas sobre su capacidad y aptitud para asumir ciertas responsabilidades en representación del Estado. Estas discusiones reflejan la complejidad y el interés público que suscita el papel de la primera dama en la esfera política y social.

No obstante, es fundamental considerar que la representación y la cobertura de la prensa sobre las primeras damas pueden estar influenciadas por diversos factores. Entre ellos, se destacan la postura política e ideología de los medios de comunicación, la personalidad de la primera dama en cuestión, las circunstancias políticas y sociales del momento, así como otros intereses y agendas presentes en la esfera pública. Estos elementos entrelazados pueden moldear la percepción que la sociedad tiene de las primeras damas y su papel en el ámbito político.

La labor de la prensa en la construcción de representaciones sociales de las primeras damas a través de las noticias es de suma importancia. La selección y presentación de la información por parte de los medios pueden tener un impacto significativo en la percepción y comprensión que la sociedad tenga de los acontecimientos. La manera en que se presentan los hechos y se contextualizan puede moldear la opinión pública y dar forma a la imagen que se tiene de estas figuras políticas. Por lo tanto, la responsabilidad de la prensa en el tratamiento de estas noticias es crucial para garantizar una visión equilibrada de las primeras damas y su rol en la esfera política.

La construcción de representaciones en una noticia está influenciada por diversos factores sociales, culturales, políticos y económicos. Los medios, en particular las prensas escritas, seleccionan y presentan la información según sus propios intereses y perspectivas, lo que puede llevar a una interpretación particular de la realidad. En otras palabras, los medios de información pueden emplear titulares llamativos y gráficos impactantes para captar la atención

de la audiencia y resaltar ciertos aspectos de la noticia; de esta manera construir las representaciones sociales de las primeras damas. También pueden recurrir a fuentes de información selectivas y priorizar ciertos puntos de vista por encima de otros.

En algunos casos, la prensa peruana ha retratado a las primeras damas como figuras de apoyo y colaboración con el presidente, resaltando su labor social y humanitaria. Sin embargo, en otros casos, los medios han presentado a las primeras damas como figuras de poder y control, insinuando que ejercen una influencia desproporcionada en la toma de decisiones políticas.

Además, la prensa peruana ha enfocado demasiado en la apariencia física de las primeras damas, destacando detalles como su ropa, peinado y maquillaje, relegando su trabajo y labor social a un segundo plano. Esto ha suscitado críticas sobre el enfoque superficial y estereotipado que los medios tienen sobre las primeras damas, dando la impresión de que están más interesados en la imagen que en su desempeño y labor.

En general, la prensa peruana ha centrado su atención en la figura de la primera dama principalmente por ser la esposa del presidente y, en consecuencia, representante del Estado en ciertas ocasiones.

A partir de lo descrito, se formularon las siguientes preguntas de investigación:

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Cómo se construyeron las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, 1990 – 2022 (Susana Higuchi, Keiko Fujimori, Eliane Karp, Nadine Heredia y Lilia Paredes) por el diario El Comercio, La República y El Peruano?

1.3.2. Problemas específicos

¿Cómo se presentó el rol de las primeras damas del Perú en los diarios, El Comercio, La República y El Peruano?

¿De qué manera se describió a las primeras damas en los diarios, El Comercio, La República y El Peruano?

¿Qué factores influyeron en la representación de las primeras damas del Perú, por el diario El Comercio, La República y El Peruano?

¿Qué contenido se evidenciaron en las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por el diario El Comercio, La República y el El Peruano?

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Entender cómo se construyeron las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, 1990 – 2022 (Susana Higuchi, Keiko Fujimori, Eliane Karp, Nadine Heredia y Lilia Paredes) por el diario El Comercio, La República y El Peruano.

1.3.2. Objetivos específicos

Analizar la representación del rol de las primeras damas del Perú en los diarios El Comercio, La República y El Peruano.

Debelar la forma en que se describieron a las primeras damas del Perú en los diarios, El Comercio, La República y El Peruano.

Identificar los factores que influyeron en la representación de las primeras damas del Perú, por el diario El Comercio, La República y El Peruano.

Analizar el contenido de mensaje sobre la construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por el diario El Comercio, La República y el El Peruano.

1.5. Hipótesis de la investigación

Las representaciones sociales de las primeras damas del Perú en los diarios El Comercio, La República y El Peruano se han construido de manera dinámica y cambiante a lo largo del período 1990-2022, influenciadas por factores políticos, sociales, culturales e ideológicos. Estas representaciones han evolucionado desde roles predominantemente protocolares hacia un enfoque más político y orientado a las políticas públicas, reflejando las transformaciones en la sociedad y la percepción pública de las primeras damas.

La presentación del rol de las primeras damas del Perú en los diarios El Comercio, La República y El Peruano ha experimentado una evolución significativa con el paso del tiempo. Inicialmente, se centraba en aspectos protocolares, pero con el transcurso de los años, ha dado lugar a una mayor atención y reconocimiento de su involucramiento en asuntos políticos y sociales. La forma en que la prensa ha abordado y contextualizado este papel ha sido diversa y ha estado influida tanto por la percepción pública de cada primera dama como por la orientación editorial de cada medio.

A pesar de esta evolución, persiste una perspectiva tradicional en algunos casos, que representa a la primera dama como una figura acompañante del presidente y, en muchos casos, incluyendo su apellido de casada, lo que sugiere una limitada independencia y protagonismo propio en su rol.

La descripción de las primeras damas del Perú en los diarios El Comercio, La República y El Peruano ha abarcado una gama de representaciones que van desde aspectos físicos y personales hasta sus logros políticos y sociales. Estas descripciones han sido influenciadas por el enfoque editorial de cada medio, así como por la percepción pública y la agenda política de cada primera dama.

Diversos factores han influido en la representación de las primeras damas del Perú en los diarios El Comercio, La República y El Peruano, incluyendo la ideología editorial de cada medio, el contexto político y social del país, la relación entre la primera dama y el presidente, así como la percepción pública de cada una de ellas. Estos factores han contribuido a la diversidad de representaciones a lo largo del tiempo.

El contenido del mensaje en los periódicos El Comercio, La República y El Peruano ha tenido un papel esencial en la formación de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú. A través de la cobertura de noticias, reportajes y editoriales, estos medios han contribuido a formar la percepción pública de las primeras damas, destacando aspectos políticos, sociales y personales, y promoviendo narrativas que han evolucionado a lo largo del tiempo, influenciadas por la agenda política y la dinámica social del país.

Estas hipótesis plantean que la construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú fue un proceso complejo y multifacético, influenciado por diversos factores y marcado por cambios en la percepción de su rol a lo largo de los años.

1.6. Importancia y justificación

Existen varias razones fundamentales que respaldan la importancia que llevó a cabo la investigación sobre la construcción de representaciones sociales de las primeras damas del

Perú entre 1990 - 2022 por parte de los diarios El Comercio, La República y El Peruano.

Algunas de estas razones fueron:

Contribuyó al desarrollo de un conocimiento más profundo y detallado sobre el tema, proporcionando información nueva y valiosa para investigaciones futuras. Además, permitió una comprensión más profunda y significativa de las perspectivas y experiencias relacionadas con el tema.

Asimismo, permitió la comprensión de cómo influyen en la formación de opiniones, ya que la prensa representa una de las principales fuentes de información para la sociedad. Por otro lado, permitió llevar a cabo un análisis de la objetividad de la información, identificando posibles sesgos y tendencias en la cobertura periodística.

Por otro lado, esta investigación permitió comprender el impacto de la prensa en la sociedad, es decir, evaluó su capacidad para influir en la construcción de representaciones. Asimismo, buscó identificar patrones y tendencias en la creación de estas representaciones sociales por la prensa peruana, lo que proporcionó información valiosa para la toma de decisiones futuras. El análisis de cómo los medios de comunicación retratan a las primeras damas brindó una visión más completa del papel que desempeñan en la percepción pública y de su influencia en la sociedad en general.

Fue fundamental llevar a cabo esta investigación; ya que esto permitió mejorar la calidad de la información ofrecida a la sociedad. De este modo, se contribuyó a una formación más precisa y objetiva de las representaciones sociales. Además, el enfoque cualitativo utilizado en esta investigación permitió adentrarse en la complejidad de los fenómenos comunicativos y profundizar en el tema.

Es decir, la relevancia de esta investigación radicó en su capacidad para proporcionar un mejor entendimiento de cómo la prensa influye en la sociedad, evaluar su impacto, identificar patrones y tendencias, y en última instancia, elevar el nivel de la información brindada a la sociedad. Al comprender cómo se construyen y difunden las representaciones sociales, se promovió una visión más objetiva y certera de los acontecimientos y actores políticos, enriqueciendo así el debate público y fomentando una mayor comprensión de la realidad social y política.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes de la investigación

Esta investigación abordó un tema de estudio relativamente nuevo. No obstante, se han realizado investigaciones similares en otros países sobre las representaciones sociales de las mujeres en el ámbito político; así, como en los medios de comunicación, no necesariamente de primeras damas. Estos estudios han evidenciado que las representaciones de las mujeres con frecuencia reflejan estereotipos de género tradicionales que influyeron de manera significativa en la percepción pública de ellas.

A nivel nacional, también se realizaron investigaciones sobre las representaciones sociales de las mujeres en diversos contextos mediáticos, aportando al entendimiento de cómo se construyen las representaciones sociales en la prensa nacional. En el ámbito local, se identificó una única investigación sobre la representación social de las comunidades andinas, la cual arrojó luz sobre cómo se representan estas comunidades en los medios locales. Estos hallazgos, tanto a nivel nacional como local, enriquecen la comprensión de cómo se configuran las representaciones sociales en distintos contextos mediáticos.

2.1.1. Antecedentes internacionales

A nivel internacional, la representación social en la prensa escrita fue abordado en España por García (2013) en su artículo “Mujeres políticas y medios de comunicación: representación en prensa escrita del gobierno catalán (2010)”. El objetivo de este trabajo fue "analizar cómo los medios representan a las mujeres políticas", utilizando un enfoque cuantitativo respaldado por un método estadístico. La muestra de investigación comprendió en 5 diarios; tales fueron: “Periódico de Catalunya (izquierda), El País (centro-izquierda), La Vanguardia (centro-derecha), El Mundo (derecha) y ABC (conservador). La unidad de análisis utilizada fue el “artículo”, que abarcó tanto artículos informativos como editoriales y artículos de opinión”. (p. 368)

Dentro de sus conclusiones, el estudio reveló que persiste una marcada desigualdad en la representación de las mujeres en la vida política. Se identificó una disparidad significativa en la cantidad de declaraciones presentadas en la prensa entre hombres y mujeres, con una notable tendencia a que el discurso de las mujeres políticas tenga una menor probabilidad de ser reflejado en los medios.

Otro estudio se realizó en Chile por Rodríguez y Messeet (2019), denominado “Mujeres y sufragio: Sátira política en las representaciones en las elecciones municipales 2016. Estudio de las representaciones sociales femeninas en The Clinic (Chile)”. El objetivo de esta investigación fue determinar con qué atributos fueron y son representadas las mujeres en la política, empleando como medio de análisis la revista satírica chilena The Clinic. El enfoque de investigación fue mixto (cualitativo- cuantitativo), de tipo exploratorio. Los métodos empleados son el hermenéutico y estadístico, la unidad de análisis se centró en las imágenes ubicados en la portada y contraportada de The Clinic.

Dentro de sus conclusiones del estudio fue que la mujer en el ámbito político sigue siendo objeto de burla y sátira, lo que contribuye a perpetuar resistencias estructurales que obstaculizan el progreso hacia la igualdad en la sociedad. Según Rodríguez y Messeet (2019), esta representación satírica impone y normaliza, mediante la violencia simbólica, la supremacía masculina en diversas esferas sociales (p.1601).

Por otro lado, en España, Coronado (2017), con su tema “Víctimas invisibles: representación de la mujer y la vida cotidiana en los noticieros Luce de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945)”, que tuvo por objetivo analizar la representación de estos aspectos por parte de los noticiarios cinematográficos Luce, centrándose en la imagen que se ofrece de la participación de las mujeres en el contexto bélico. Con un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), método hermético y la técnica de análisis de contenido. La unidad de análisis fueron las imágenes del noticiero Luce.

Este estudio concluyó que el noticiero “Luce” en cualquier caso se esforzaba por transmitir una sensación de normalidad en sus noticias, enfocándose en temas como deporte, moda o sociedad, con la intención de presentar ambientes donde la guerra pareciera inexistente. Sin embargo, en contraste, el noticiero daba prioridad y protagonismo a la clase alta, mostrando sus hábitos sociales y entretenimientos, mientras relegaba al olvido a las mujeres preocupadas por el regreso de sus esposos e hijos. Es decir, “Luce” en cualquier caso evitaba abordar la realidad de las consecuencias de la guerra, negando la posibilidad de una derrota probable.

En Chile, Baeza y Lamadrid (2016) llevaron a cabo un estudio titulado “Representaciones de candidatas parlamentarias en nuevos medios de comunicación”, cuyo propósito fue investigar cómo las candidatas parlamentarias construyeron representaciones

sociales durante su campaña electoral de 2013, a través de los nuevos medios de comunicación. El enfoque utilizado en esta investigación fue cualitativo, empleando el método hermenéutico, y la unidad de análisis se centró en las palabras e imágenes que las candidatas publicaron en sus cuentas de Twitter. El análisis crítico del discurso se aplicó para examinar el contenido de sus mensajes y su impacto en la construcción de sus representaciones públicas.

La investigación llegó a la conclusión de que los nuevos medios, como Twitter, ofrecen espacios de participación política para las mujeres, pero no de manera equitativa para todas ellas. A pesar de estas oportunidades, persisten estereotipos de género creados por la sociedad. Si tanto las mujeres candidatas como los medios de comunicación no asumen roles de guía y modelos a seguir para cuestionar los estereotipos de género predominantes y para fomentar una mayor participación política de las mujeres, así como la defensa de sus derechos y demandas, es probable que las desigualdades de género mencionadas continúen sin resolverse.

Sandoval (2004), citado por Baeza y Lamadrid (2016), considera que:

Las (auto)representaciones sociales, como maneras de interpretar y de pensar la realidad, construidas y difundidas por las redes sociales —ahora también una nueva estrategia política de campaña— dejan entrever la persistencia de aquellos sistemas cognitivos preexistentes que, más que modificar, adecúan los antiguos sistemas de creencias. (p.80)

En México, Álvarez (2020), en su investigación “Encuadres noticiosos sobre las primeras damas: las expertas, las novatas y las actuales”, que tuvo por objetivo “detectar a partir del modelo de Winfield (1997), cuáles son los encuadres noticiosos desde los que se cubre a las primeras damas de tres países: Argentina, Estados Unidos y México”; con una

metodología mixta, cuantitativo (análisis de contenido) y cualitativo (entrevista). “La unidad de análisis fue el género informativo de noticias de los diarios, La nación, “Página/12, The Wall Street Journal, The New York, Reforma y La jornada”.

Como conclusión, se observó que las mujeres políticas enfrentaron un impacto significativo en su cobertura mediática debido a la forma en que los medios de comunicación las presentaban. Los temas más recurrentes en las noticias sobre ellas fueron política interna (20%), seguridad y corrupción (19%); y economía (13%). Donde se destacó que Cristina Fernández fue la mujer política con mayor presencia en noticias sobre política interna, representando el 25% de todos los temas mencionados sobre ella, mientras que Hillary Clinton obtuvo el porcentaje más bajo, con apenas un 14%. Por otro lado, en cuanto a seguridad y corrupción, este tema fue más frecuente en las noticias sobre Clinton y Zavala, acaparando el 20% de la cobertura, mientras que Fernández recibió la menor atención en este aspecto entre las tres candidatas, con solo un 14% de las noticias enfocadas en este tema.

Estos hallazgos resaltan cómo la cobertura mediática puede variar significativamente entre mujeres políticas y cómo ciertos temas pueden ser más acentuados o minimizados dependiendo del enfoque de los medios de comunicación.

En general, estos estudios reflejan que las primeras damas a menudo eran retratadas de manera estereotipada en los medios de comunicación, y que estas representaciones tuvieron impacto significativo en la forma en que son percibidas por el público.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Es relevante señalar que, hasta la fecha no se han llevado a cabo investigaciones específicas sobre el tema en el Perú; sin embargo, se identificó un estudio relacionado

con la construcción de representaciones sociales de la imagen femenina en una prensa local. Además, se encontró una investigación sobre las representaciones sociales de personas con discapacidad en los medios (El Comercio, La República y El Peruano), los cuales son también objeto de estudio en esta tesis. Este hallazgo ha contribuido de manera significativa a la comprensión de cómo se construyen las representaciones sociales. A pesar de esta limitación, es crucial resaltar la importancia de investigar y comprender cómo la prensa construye y reproduce las representaciones sociales de las primeras damas. En consecuencia, se alienta a futuros investigadores a profundizar en este campo para enriquecer el conocimiento sobre la influencia mediática en la construcción de la imagen pública de las primeras damas.

En Piura, Chávez (2013), en su tesis titulada “Construcción de la Imagen Femenina a través de la Prensa Piurana (1850-1900)”. El objetivo principal de esta investigación fue identificar las noticias en la prensa local donde la figura femenina se destacaba como tema principal durante la segunda mitad del siglo XIX. La metodología empleada fue cualitativa, utilizando como fuente de información material hemerográfico, es decir, periódicos y revistas de la época; su unidad de análisis se centró en los artículos de 29 diarios, entre los que se incluyen La América Opositora, El Bien Público, El País, La Tribuna, La Opinión Pública, La Aurora del Rímac, El Perú Ilustrado, Opinión Nacional, El Bien Social, Católico, La Sociedad, La República, El Correo del Perú, La Patria, El Nacional, El Mercurio, La Época, La América, La Revista de Lima, La Zamacueca Política, El Herald de Lima, El Mensajero, El Burro, El Intérprete del Pueblo, La Semana, El Correo de Lima, El Correo Peruano, El Diablo y el Zurriago. Como resultado, se evidenció que la imagen y rol de la mujer no estaba claramente definida debido a su limitado acceso tanto en el ámbito social como en el político.

Este aspecto ha sido insuficientemente estudiado y se encontraron vacíos significativos en relación con su participación a lo largo de la historia de Piura.

En Lima, Ramos (2019) realizó una tesis titulada “La representación de las personas con discapacidad en cuatro periódicos de Lima: El Comercio, La República, El Peruano y Trome”. El objetivo de esta investigación fue “ubicar y describir las noticias encontradas en los periódicos seleccionados” (p. 10). Acerca de las representaciones de las personas con discapacidad en los medios periodísticos impresos de la ciudad de Lima.

El estudio se basó en una metodología mixta, que combinó enfoques cualitativos y cuantitativos. Se utilizó el análisis semiótico discursivo y el método estadístico para examinar los contenidos de los artículos de los diarios mencionados, considerados como la unidad de análisis en esta investigación.

En conclusión, se observó que la presencia de la discapacidad en los medios de comunicación es perceptible, pero se muestra de manera ocasional y únicamente en relación con eventos específicos, en lugar de abordar de manera más amplia las problemáticas que enfrenta esta población. Además, es importante destacar que la forma en que se representa a las personas con discapacidad no siempre es adecuada y puede dar lugar a la creación de estereotipos negativos.

2.1.3. Antecedentes locales

Dentro de los antecedentes locales se encontró una tesis realizada por Carrasco (2015), titulado “Representación social de las comunidades andinas en el discurso de la prensa ayacuchana, 2014”, que tuvo por objetivo “demostrar que la prensa escrita regional contribuye a legitimar la tendencia de difundir noticias negativas en su discurso sobre el “Otro”

culturalmente diferente al “Nosotros””, con una metodología cualitativa y método hermenéutico; teniendo como unidad de análisis 95 noticias, entre notas informativas y artículos de opinión del diario La Calle que fueron publicado durante el año 2014.

Llegando a la conclusión, el discurso que mantiene el periódico La Calle en relación con las comunidades andinas es que no reconoce ni muestra interés por lo indígena. Sin embargo, es importante mencionar lo planteado por Carrasco:

...En cambio, se asigna exclusivamente la identidad campesina a las comunidades de la región. La representación de lo indígena queda oculta, ya que solo se presenta de forma ocasional y periférica en informaciones relacionadas con eventos históricos. En estas raras ocasiones, son retratados como minorías, reservados, poco civilizados e ignorantes. (p.90)

Por otro lado, el diario La Calle representó a las comunidades de manera simplista, sin mayor análisis de los contextos; es decir, “no existe una imagen propositiva de las comunidades para equilibrar la información difundida”.

2.2. Bases teóricas y enfoques

La presente investigación adopta un enfoque crítico para analizar cómo los diarios El Comercio, La República y El Peruano construyeron las representaciones sociales sobre las primeras damas del Perú en sus noticias (notas informativas, columnas de opinión, reportajes y testimonios). El objetivo es identificar los elementos y valores subyacentes en estas representaciones y responder a importantes interrogantes.

En primer lugar, se busca determinar si se les otorga un trato igualitario y respetuoso o si, por el contrario, son retratadas de manera estereotipada y reduccionista. Además, se indaga

sobre cómo estas representaciones reflejan las relaciones de poder y las estructuras sociales de género presentes en la sociedad.

Asimismo, examina si las primeras damas reciben una voz y agencia significativas en la construcción de su imagen pública o; por el contrario, son retratadas principalmente como acompañantes del presidente, carentes de autonomía y protagonismo propio.

En definitiva, esta investigación se adentra en el análisis crítico de las representaciones mediáticas sobre las primeras damas, con el objetivo de comprender cómo estas construcciones discursivas pueden influir en la percepción y el rol que se les atribuye en la esfera pública.

A través del enfoque crítico, también se identificó los intereses y agendas ocultas detrás de las representaciones en los diarios mencionados, así como las formas en que el lenguaje y la comunicación son utilizados para perpetuar la desigualdad e injusticia.

El enfoque crítico es una herramienta valiosa para identificar y desafiar las formas de discriminación y opresión que existen en la sociedad y en los medios de información.

La investigación está fundamentada bajo las siguientes teorías:

El primer fundamento, con la teórica de las representaciones sociales, abordado por Serge Moscovici, en su texto “Psicología Social I. Influencias y cambios de actitudes. Individuos y grupos”; asimismo, y con mayor realce, en el texto “El psicoanálisis, su imagen y su público”, con un enfoque que analiza cómo las personas construyen y comparten conocimientos y significados sobre el mundo social que les rodea, a través de las representaciones sociales.

El segundo fundamento se basó en la integración de diversas teorías con el fin de comprender el proceso de construcción de las representaciones sociales por parte de la prensa.

Se exploraron varias perspectivas teóricas para abordar diferentes aspectos de este proceso. Para comprender el ámbito político, se recurrió a la teoría de Pierre Bourdieu, así como a las ideas de Michel Foucault, que se alineaban con esa dirección. En relación al componente cultural, se consideraron las contribuciones de Néstor García Canclini y Martín Barbero. Además, para abordar la cuestión de la ideología y el contenido del mensaje, se recurrió a las teorías propuestas por Teun Van Dijk.

El tercer fundamento, con la teoría del proceso de los medios de comunicación, planteado por Martín Barbero en su texto “De los Medios a las Mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía”, con un enfoque que, examina la relación entre los medios de comunicación y la hegemonía cultural, argumentando que los medios no son neutrales y que su papel en la construcción de significados culturales a menudo refleja y refuerza las relaciones de poder existentes en la sociedad.

Además, con el planteamiento de Teun A. Van Dijk con su enfoque el análisis crítico del discurso de las noticias. Se centra en analizar críticamente la forma en que los medios de comunicación construyen y presentan las noticias, y cómo esto puede influir en la percepción y el comportamiento de las personas. Al mismo tiempo, con los textos de Juan Gargurevich “Nuevo Manual del Periodismo” y de Sonia Parratt con su texto “Géneros Periodísticos en Prensa”, para entender cuál es el procedimiento, los tipos y formatos que presenta la prensa.

2.2.1. Teoría de las representaciones sociales

La Teoría de las Representaciones Sociales proviene de los estudios de la psicología social y la sociología, que ofrece un valioso aporte a la investigación en ciencias sociales al explorar cómo las personas construyen y comparten significados en relación con diversos

fenómenos sociales, culturales y políticos. Esta teoría fue desarrollada por el psicólogo francés, Serge Moscovici en 1961 al presentar su tesis doctoral, titulado “La Psychoanalyse, son image et son public” (El Psicoanálisis, su imagen y su público), en este texto Moscovici aplica el concepto de representación social al estudio de la percepción pública del psicoanálisis en la sociedad francesa. Utiliza métodos de análisis de contenido para examinar cómo el psicoanálisis era representado en la prensa y cómo era discutido en entrevistas con diferentes grupos sociales.

Además, explora cómo las representaciones sociales del psicoanálisis se construyen y transmiten a través de la comunicación mediática y la interacción social. Analiza cómo los medios de información influyen en la forma en que el público en general ve al psicoanálisis, así como las diferentes capas de la sociedad interpretan y responden a esta cuestión.

Fue la base sustancial para que otros investigadores, tales como: Jodelet, Abric, Banch, entre otros, quienes también centraron su estudio de cómo las personas organizan y comprenden la realidad a través de procesos de comunicación, interacción y construcción social.

En esencia, la Teoría de las Representaciones Sociales reconoce que las personas no solo absorben pasivamente la información de su entorno, sino que la interpretan y reelaboran en función de sus experiencias, valores, creencias y contexto social. Estas representaciones son construcciones mentales compartidas que ayudan a las personas a dar sentido al mundo que les rodea y a interactuar de manera significativa.

2.2.1.1. Representación social. Para Moscovici (1984), la representación social se refiere a cómo un grupo o sociedad percibe, interpreta y da significado a la realidad;

asimismo, son construcciones colectivas que se comparten y transmiten a través de la cultura y la comunicación y que son influyentes “en la forma en que las personas ven y entienden el mundo”. La representación social puede ser vista como una forma de conocimiento social que permite a un grupo dar sentido a su experiencia y entorno.

Según, Jodelet (1984), la representación social se define por su contenido; tales son “informaciones, imágenes, opiniones, actitudes, etc.” Donde estos contenidos se relacionan con un objeto; es decir, “un trabajo a realizar, un acontecimiento económico, un personaje social, etc.” (p.475). En este argumento Jodelet da entender que, una representación social es un proceso dinámico donde infieren elementos sustanciales para su construcción en base a la relación de estos contenidos con los objetos, que se forma alrededor de cómo las personas ven y entienden.

Además, otro de los conceptos que tratan de definir las representaciones sociales es:

...la manera cómo nosotros, sujetos sociales, aprehendemos los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro medio ambiente, las informaciones que en él circulan, a las personas de nuestro entorno próximo o lejano. En pocas palabras el conocimiento “espontáneo”, ingenuo (...) que habitualmente se denomina conocimiento de sentido común o bien pensamiento natural, por oposición al pensamiento científico. Este conocimiento se constituye a partir de nuestras experiencias, pero también de las informaciones, conocimientos y modelos de pensamiento que recibimos y transmitimos a través de la tradición, la educación y la comunicación social. (Jodelet, 1984, p. 473).

Del apartado, Jodelet se refieren a cómo las personas que forman parte de una sociedad captan y comprenden los acontecimientos cotidianos, las características del entorno

en el que viven, la información que circula a su alrededor y las personas que están en su círculo cercano o lejano. En esencia, se trata del conocimiento que se adquiere de manera “espontánea” y sin un análisis profundo, en contraposición al enfoque científico. Este entendimiento se origina en nuestras vivencias personales, pero también se enriquece con la información, los saberes y los enfoques mentales que adquirimos y compartimos mediante la tradición, la enseñanza y la interacción con otros individuos de la sociedad. De esta manera, se trata de un conocimiento que se desarrolla de forma colectiva y social.

En diversas situaciones, estas representaciones sociales buscan principalmente entender y tener control sobre nuestro entorno, dar explicaciones a los hechos y conceptos que conforman nuestra realidad y surgen en ella, interactuar con otras personas, definir nuestras relaciones con ellos, dar respuesta a las preguntas que el mundo nos plantea, y comprender el significado de los avances científicos y los eventos históricos en nuestra vida cotidiana; es decir, las representaciones sociales tienen una amplia gama de aspectos y funciones, y desempeñan un papel esencial en cómo nos relacionamos con el mundo que nos rodea.

Moscovici (1971), en su libro “El psicoanálisis, su imagen y su público” considera que la representación social es:

Una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos; además, es la representación social es un Corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo. o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación. (p.17 - 18)

Es decir, la representación social se refiere a una forma específica de conocimiento que cumple varias funciones en la interacción y comunicación entre individuos. Es una herramienta que las personas utilizan para dar forma a sus comportamientos y para establecer vínculos con su entorno social y físico.

Moscovici también concibe la representación social como un conjunto organizado de conocimientos, una especie de sistema de ideas y creencias compartidas que las personas utilizan para comprender el mundo en el que viven. Estos conocimientos organizados no solo abarcan la realidad física, sino también la dimensión social de la vida, ayudando a las personas a integrarse en grupos y a establecer relaciones de intercambio en su vida cotidiana.

Además, Moscovici plantea que la representación social es una actividad psíquica fundamental. Es a través de estas representaciones que las personas hacen que la realidad, tanto física como social, sea inteligible y significativa. También destaca el papel de la imaginación en las representaciones sociales, ya que permiten a las personas liberar sus capacidades creativas y conceptuales para comprender y dar sentido a su mundo.

Por otro lado, tenemos a Banchs (1986), quien denota que “las representaciones sociales poseen un doble carácter, entendida como contenido y proceso” ; es decir, una forma de conocimiento, pero también una forma de estrategia al momento de adquirir y comunicar el mismo conocimiento; entonces, se considera una forma de “reconstrucción mental de la realidad, generada en el intercambio de informaciones entre sujetos” (p.7-8).

Además, Banchs citado por Mora (2002), elabora una interpretación sobre las representaciones sociales, dando a conocer como una forma del “conocimiento de sentido común que caracteriza a las sociedades modernas “bombardeadas” de manera constante por la información que los medios de comunicación divulgan” (Martínez, 2016, p.17).

Según Moscovici (1985), existen tres tipos de representaciones sociales; tales son: emancipadas, polémicas y hegemónicas.

Las representaciones emancipadas no alcanzan el mismo nivel macro que las hegemónicas. Estas son características de grupos que emergen con perspectivas y criterios renovados del mundo, portando el potencial para un cambio futuro. Fundamentalmente, estas representaciones son altamente adaptables y cambiantes. Con el tiempo, ocasionalmente, pueden transformarse gradual y pacíficamente en representaciones hegemónicas.

Moscovici citado por Páez (1987) menciona que las representaciones sociales surgen por determinadas condiciones; tales como: de momentos de crisis y conflictos. Las representaciones sociales son formas de conocimiento que las personas utilizan para comprender y dar sentido al mundo que les rodea. Estas representaciones se forman en determinadas condiciones, como momentos de crisis y conflictos. Durante estos períodos de agitación, las personas buscan formas de entender lo que está sucediendo y cómo afecta a su entorno. Del mismo modo, Tajfel considera que las representaciones sociales responden a 3 necesidades: “a) clasificar y comprender acontecimientos complejos y dolorosos; b) justificar acciones planeadas o cometidas contra otros grupos; y c) para diferenciar un grupo respecto de los demás existentes” (Mora, 2002, p.8)

Estas ideas resaltan cómo las representaciones sociales desempeñan un papel crucial en la forma en que las personas interpretan e interactúan con su entorno social.

De acuerdo con Hall (1997), el lenguaje y la representación desempeñan un papel esencial en la construcción de la realidad social y en la manera en que las figuras políticas son percibidas. En otras palabras, cómo se habla y se representan los hechos y personajes políticos influye en la forma en que la sociedad los entiende y valora.

En este contexto, los medios de comunicación, especialmente la prensa, tienen un papel significativo en la creación y propagación de estas representaciones. La forma en que los medios eligen describir y presentar a las figuras políticas puede moldear la percepción pública sobre ellos y afectar su imagen y reputación.

Por otro lado, Páez (1987), citado por Mora (2002), brinda una caracterización de las representaciones sociales de manera sintética donde menciona las funciones; tales son:

- “Privilegiar, seleccionar y retener algunos aspectos significativos del discurso ideológico relacionados con la interacción del sujeto, es decir, descontextualizar ciertos elementos de este discurso” .
- “Descomponer este conjunto de elementos en categorías simples, naturalizando y objetivando los conceptos del discurso ideológico en relación con el sujeto en grupo” .
- “Construir un mini-modelo o teoría implícita, que es explicativa y evaluativa, del entorno basado en el discurso ideológico que rodea al sujeto” .

Este proceso de reconstrucción y reproducción de la realidad le otorga un significado y proporciona una guía práctica para la vida social, para abordar problemas y conflictos (p. 316-317).

Las representaciones sociales desempeñan un papel esencial al seleccionar, simplificar y transformar elementos del discurso ideológico en categorías comprensibles, permitiendo a las personas construir una teoría implícita para interpretar su entorno y brindar una guía práctica para la vida social. Estas representaciones sociales influyen en cómo los individuos perciben, comprenden y se relacionan con su mundo, facilitando su navegación en la complejidad de la vida cotidiana.

2.2.1.2.1. Funciones de las representaciones sociales. Las representaciones sociales juegan un rol crucial en las acciones y en la forma en que se desarrollan las interacciones sociales, ya que cumplen diversas funciones. Según Abric (2001) las representaciones sociales responden a cuatro funciones esenciales; tales son:

a. Funciones de saber: permiten entender y explicar la realidad

Moscovici (1981) citado por Abric (2001) considera que el “saber práctico de sentido común, tal como le atribuye Moscovici permite a los actores sociales adquirir conocimientos que desean integrarlos en un marco asimilable y comprensible en función cognitivo” (p.4)

El “saber práctico de sentido común”, se refiere al conocimiento que las personas adquieren a través de sus experiencias cotidianas y observaciones en su entorno. Este tipo de conocimiento les permite a los individuos no solo obtener información, sino también incorporarla en un contexto que sea “comprensible y coherente” con su forma de pensar y sus valores personales. En otras palabras, este saber práctico les ayuda a entender el mundo que la rodea de una manera que se ajusta a su mente y a sus creencias.

Además, el “saber práctico de sentido común” desempeña un papel crucial en la comunicación social. Actúa como un punto de referencia común que permite a las personas interactuar y compartir información de manera efectiva. Al tener una base de conocimiento compartido, las personas pueden intercambiar ideas, transmitir información y difundir este conocimiento “ingenuo” a lo largo de la sociedad. Esta comunicación social se vuelve posible y significativa debido a la presencia de un conjunto de conceptos y creencias comunes.

Moscovici sostiene que esta interacción constante entre entender y comunicar es lo que constituye la esencia misma de la cognición social. En otras palabras, la capacidad del ser humano para comprender el mundo que lo rodea y expresar ese entendimiento a través de la

comunicación es fundamental en la forma en que las personas interactúan y se relacionan en sociedad. Esta interacción constante entre adquirir conocimiento, entenderlo y compartirlo es lo que impulsa la cognición social y contribuye a la formación de la comprensión colectiva.

b. Funciones identitarias: definen a la identidad y permiten la salvaguarda de la especificidad de los grupos.

Mugny y Canigati (1985) citado por Abric menciona que, además de la función cognitiva de entender y explicar, las “representaciones tienen también la función de situar a los individuos y a los grupos en el campo social...[permiten] elaborar una identidad social y personal gratificante; es decir, compatible con los sistemas de normas y valores social e históricamente determinados” (p.183).

Las representaciones sociales no solo cumplen una función cognitiva de entender y explicar la realidad, sino que también desempeñan un rol esencial al posicionar a individuos y grupos dentro del contexto social. Estas representaciones permiten a las personas formar una identidad que es coherente con las normas y valores que son determinados por la sociedad y la historia.

La formación de una identidad social y personal satisfactoria es un proceso en el que las representaciones juegan un papel crucial. Estas representaciones se fusionan con la identidad, otorgándoles un lugar importante en los procesos de comparación social. Investigaciones presentadas por Doise (1973) en relación a las relaciones intergrupales demuestran cómo las representaciones de los propios grupos a menudo sobrevaloran ciertas características o logros, con el propósito de mantener una imagen positiva del grupo al que pertenecen.

Estas representaciones también tienen un impacto en el control social ejercido por la sociedad sobre sus miembros. Las representaciones que definen la identidad de un grupo influyen en los procesos de socialización, en los cuales la colectividad guía y establece normas para los individuos.

c. Funciones de orientación: conducen los comportamientos y las prácticas

En esta función las representaciones sociales presentan tres factores esenciales; es decir, las representaciones sociales “interviene directamente en la definición de la finalidad de la situación”. Por otro lado, la representación produce un “sistema de anticipaciones y expectativas”, este hecho permite la selección y filtro de las informaciones con el objeto de volver a la realidad de acuerdo a las representaciones; finalmente, “la representación prescriptiva de comportamientos o prácticas obligadas.

Investigaciones realizadas por Abric (1971) y Codol (1969) han demostrado que estas representaciones sociales tienen un impacto directo en la forma en que los grupos adoptan gestiones cognitivas y toman decisiones, independientemente de la realidad "objetiva" de la situación. Además, se destaca que otras representaciones, como la percepción de uno mismo, la percepción del grupo propio o del otro grupo, también desempeñan un papel similar en la determinación del comportamiento. La representación social tiene la capacidad de generar un sistema de anticipación y expectativas en la mente de las personas. Es un proceso activo que influye en la realidad de diversas maneras: seleccionando y filtrando la información disponible, interpretando los acontecimientos de manera que se ajusten a la representación preexistente. La representación no simplemente sigue la evolución de las interacciones, sino que la antecede y la moldea.

Además, la representación social no solo refleja las reglas y los lazos sociales, sino que también puede prescribir comportamientos o prácticas que se consideran obligados en un contexto social específico. En otras palabras, la representación puede definir lo que se considera permitido, tolerable o inaceptable en una determinada sociedad. Establece normas y límites en función de las normas y valores compartidos.

d. Funciones justificadoras: permiten justificar a posteriori las posturas y los comportamientos

Abrić considera que las representaciones sociales no solo influyen antes de que ocurra una acción, sino que también tienen un papel importante después de que la acción haya tenido lugar. Estas representaciones permiten a las personas explicar y justificar sus comportamientos en una situación particular, especialmente cuando se trata de sus interacciones con colegas o grupos.

En el contexto de las relaciones entre grupos, se ha observado que las representaciones intergrupales desempeñan un papel esencial en la justificación de los comportamientos adoptados hacia otros grupos.

Tomando los aportes de otros investigadores como Avigdor (1953), Wilson y Kayatam (1968), citados por Doise (1973), quienes han demostrado que las representaciones intergrupales evolucionan en función de la naturaleza de las relaciones y su desarrollo con otro grupo; es decir, en situaciones de competencia, las representaciones del grupo contrario pueden desarrollarse de manera progresiva, atribuyendo características que justifiquen actitudes hostiles hacia ese grupo.

Este proceso revela una conexión dinámica entre representaciones y prácticas, donde las representaciones son influenciadas por las interacciones y las relaciones reales entre

grupos. Desde esta perspectiva, las representaciones cumplen un nuevo papel: contribuyen a la persistencia y refuerzo de la posición social de un grupo en particular. Las representaciones tienen la función de mantener y justificar la diferenciación social entre grupos. En algunos casos, estas representaciones pueden incluso pretender la discriminación o mantener una distancia social deliberada entre los grupos respectivos, de manera similar a los estereotipos.

2.2.1.2.2. Representaciones sociales y otros conceptos cognitivos. Autores que se preocuparon por estudiar las representaciones sociales también abordaron conceptos que se relacionan a las representaciones sociales; tales son:

a. Ideologías

Según Araya (2002), apoyándose en algunos autores, como Robert y Faugeron, quienes consideran que existe una estrecha relación entre las representaciones sociales y las ideologías poseen una estrecha relación, es decir, las representaciones sociales son la “manifestación concreta y objetivada de las ideologías que las engendran” (p.43). Esto significa que las representaciones sociales pueden ser vistas como la forma en que las ideologías se manifiestan cuando se enfrentan a objetos sociales específicos. En otras palabras, las representaciones sociales son la manera en que las ideologías se plasman en la percepción y comprensión de la realidad social.

Moscovici citado por Araya (op.cit) sostiene que las representaciones sociales y las ideologías están en una relación de inclusión. Esto significa que una ideología se compone de un conjunto de representaciones sociales. En esta perspectiva, una ideología es un sistema que se forma a partir de las representaciones sociales que las personas comparten en un contexto social particular.

Entonces, se llega a la conclusión que “las ideologías al igual que las vivencias, la ubicación de las personas en la estructura social, es una condición para la producción de las representaciones sociales” (p.43).

b. Las creencias

Rokeach citado por Araya, sostiene que “las creencias son proposiciones simples, conscientes o inconscientes” (p.44). Es decir, pueden inferir de lo que las personas dicen o hacen. Estas proposiciones pueden comenzar con la frase “Yo creo que...”, menciona el autor. Son declaraciones sobre cómo una persona percibe la realidad o entiende ciertos aspectos del mundo. El contenido de una creencia puede abordar distintos aspectos:

- Describir si algo es verdadero o falso, correcto o incorrecto
- Emitir un juicio sobre si algo es bueno o malo
- Proponer un curso de acción o estado de existencia deseable o indeseable (p.44).

Aunque las creencias y las representaciones sociales están relacionadas, no son idénticas ni se confunden entre sí. Las representaciones sociales son formas más amplias de conocimiento socialmente compartido que incluyen no solo creencias, sino también valores, normas, imágenes y actitudes. Aunque el concepto de creencia es parte del campo de representación, no todos los estudios sobre creencias son necesariamente estudios sobre representaciones sociales; ya que, abarcan un espectro más amplio de elementos que influyen en cómo las personas comprenden y se relacionan con la realidad social.

c. La percepción

Gilly citado por Banch (1986), señala que “toda percepción es social y que en rigor el término percepción solo debería utilizarse cuando el objeto o persona perciba y este en el campo sensorial y si las respuestas solicitadas tratan de características físicas definibles” (p.

31). La percepción se refiere al proceso mediante el cual los individuos organizan y dan sentido a la información sensorial que reciben del entorno. Esto incluye la categorización de personas y objetos, es decir, clasificar y etiquetar a las personas u objetos en grupos o categorías basadas en características perceptuales. La percepción social se centra en cómo las personas perciben y categorizan a otras personas en función de rasgos físicos, sociales y psicológicos.

Aunque la percepción y las representaciones sociales pueden parecer similares al tratar con la categorización, se diferencian en sus enfoques y objetivos. Los estudios de percepción social se centran en los mecanismos de cómo las personas perciben y categorizan a otros, así como en cómo esta percepción afecta las respuestas sociales y el procesamiento de información. Por otro lado, los estudios de representaciones sociales se adentran en los modos de conocimiento compartido y en los procesos simbólicos que influyen en cómo las personas construyen su visión del mundo y actúan en la sociedad.

d. Los estereotipos

Según Banch (1986), los “estereotipos son categorías de atributos específicos a un grupo o género que se caracterizan por su rigidez” mientras que, las representaciones sociales “se caracterizan por su dinamismo y se enriquece y modifica en el diario comunicar e interactuar” (p.31).

Es decir, los estereotipos son creencias o ideas generalizadas y simplificadas sobre un grupo de personas basadas en características percibidas comunes a ese grupo. Estos estereotipos pueden ser positivos o negativos, pero tienden a ser rígidos en su naturaleza, lo que significa que pueden resistir el cambio y persistir incluso cuando no se ajustan a la realidad individual de las personas pertenecientes al grupo.

Los estereotipos y las RS tienen funciones diferentes en el proceso de categorización social. Los estereotipos pueden ser considerados como el primer paso en la formación de una RS. Cuando las personas obtienen información sobre un grupo o situación, pueden aplicar estereotipos preexistentes para categorizar esa información de manera rápida y "económica" en términos cognitivos. Los estereotipos son como atajos mentales que ayudan a las personas a procesar rápidamente la información social.

e. La opinión

Moscovici citado por Banch sostiene que “la opinión es una fórmula a través del cual el individuo fija su posición frente a objetos sociales cuyo interés es compartido por el grupo” (p. 31); mientras que las representaciones sociales se expresan de manera más amplia, complejo y dinámico.

Aunque la opinión y las representaciones sociales están relacionadas, se distinguen en varios aspectos. La opinión puede involucrar el uso de conceptos, pero estos conceptos no se originan directamente en la opinión misma. En cambio, los significados subyacentes que dan origen a estos conceptos provienen de las representaciones sociales; ya que, se forman a través de la comunicación y la divergencia en un contexto social, y proporcionan el contexto, los criterios de juicio y los conceptos subyacentes en la formación de opiniones.

f. La imagen

Banch menciona que con frecuencia se suele confundir la representación social con imagen, pero una representación “no es un puro reflejo del mundo exterior, una huella impresa mecánicamente y anclada en la mente. No es una producción pasiva de un exterior en un interior” (p. 32).

La imagen y la representación social se utilizan a menudo como conceptos intercambiables, pero hay diferencias importantes entre ellos. Ambos hacen referencia a contenidos mentales relacionados con objetos supuestamente reales. La imagen se considera una reproducción pasiva de un objeto exterior en la mente, asociada principalmente con mecanismos perceptivos. Por otro lado, la representación social no es simplemente una copia especular del mundo exterior; es un proceso de construcción mental de un objeto cuya existencia depende en parte del proceso de representación; ya que, se caracteriza por contener marcaje social y cumplir una función en la interacción social.

Entonces, la representación social es un proceso activo y socialmente macado de construcción mental de objetos, mientras que la imagen se refiere a la reproducción pasiva de objetos en la mente.

2.2.1.2.2. Dimensiones de la representación social. Las representaciones sociales son sistemas de conocimiento compartidos por un grupo social que se utilizan para interpretar y entender el mundo que los rodea. Moscovici (1979), en su libro “El psicoanálisis, su imagen y su público” plantea con fines didácticos y empíricos tres dimensiones que están relacionadas entre sí; tales son: la información, el campo de representación y la actitud.

a. La información

Según Araya (2002), tomando en cuenta el planteamiento de Moscovici sostiene que la información “Concierne a la organización de los conocimientos que tiene una persona o grupo social sobre un objeto o situación social determinada. Esta dimensión conduce, a la riqueza de datos o explicaciones que sobre la realidad se forman las personas en sus relaciones cotidianas.” (p.40). Es decir, la información no es simplemente una colección de datos

aislados, sino que está organizada en forma de representaciones mentales que ayudan a entender y dar sentido al mundo que nos rodea.

Es importante destacar que la información no solo se trata de la cantidad de conocimiento disponible, sino también de su calidad. Esto implica cómo está estructurada la información y si está influenciada por estereotipos o prejuicios. La presencia de estereotipos o prejuicios en la información revela la influencia de las actitudes en cómo se percibe y se presenta la realidad.

Esta dimensión de la información es fundamental ya que tiene un impacto directo en cómo las personas construyen sus explicaciones sobre la realidad en sus interacciones diarias.

No obstante, es importante tener en cuenta que la cantidad y precisión de la información disponible no son factores aislados. Están mediados por las pertenencias grupales y las ubicaciones sociales de las personas. Esto significa que las afiliaciones a grupos específicos y la posición social de una persona pueden influir en la cantidad de información a la que tienen acceso y en cómo interpretan esa información. Las diferencias en experiencias, antecedentes culturales y contexto social pueden dar lugar a perspectivas variadas y enriquecedoras sobre la realidad.

En el caso de las primeras damas del Perú, la información se refiere a quiénes son, cuál es su papel y cuáles son sus acciones.

b. Campo de representación

Según Mora (2002), el campo de representación “expresa la organización del contenido de la representación en forma jerarquizada, variando de grupo a grupo e inclusive al interior del mismo grupo”. Asimismo, sostiene que “permite visualizar el carácter del

contenido, las propiedades cualitativas o imaginativas, en un campo que integra informaciones en un nuevo nivel de organización en relación a sus fuentes inmediatas” (p.10).

Interpretando el texto anterior, el campo de representación abarca la disposición y jerarquización de los diferentes componentes que integran una representación social. Estos componentes pueden incluir actitudes, opiniones, imágenes, creencias, vivencias y valores que se asocian con un objeto o situación en particular. En esencia, es el espacio mental donde se interrelacionan y se dan forma a las diferentes dimensiones de una representación.

Esta organización interna es crucial, ya que determina cómo los elementos se integran y relacionan entre sí dentro de la representación. Por ejemplo, las creencias y actitudes pueden influir en cómo se interpretan las imágenes y las opiniones pueden dar forma a las vivencias individuales y colectivas. La forma en que estos elementos se organizan contribuye a la comprensión general de la representación.

Banch (1984) y Herzlich (1979), citados por Mora, basándose en la definición desarrollada por Moscovici sobre las representaciones sociales, agregan un matiz importante al enfoque de análisis, donde destacan que, para comprender una representación social en toda su complejidad, no se debe limitar el análisis a una sola frase o párrafo aislado relacionado con un objeto o tema específico. Por lo contrario, se debe considerar y examinar la totalidad del discurso que rodea ese objeto o tema dentro del contexto de la representación social.

El énfasis de Banch en la “totalidad del discurso” subraya la idea de que una representación social se construye a partir de una interacción compleja de múltiples componentes, como actitudes, opiniones, creencias y valores, mencionadas líneas arriba. Estos componentes no pueden ser completamente comprendidos si se los examina de manera

fragmentada. Por lo tanto, se necesita un análisis global para capturar cómo estos elementos interactúan y dan forma al significado de la representación.

Por otro lado, Herzlich aporta otra perspectiva importante al enfocar la atención en los “factores ideológicos” en la estructuración del campo de representación. La ideología, que consiste en un conjunto de “creencias, valores y principios compartidos”, tiene un papel influyente en cómo las personas organizan y dan sentido a la información en una representación social. Los factores ideológicos pueden dar forma a las interpretaciones y jerarquías de elementos en el campo de representación, lo que a su vez influye en cómo se percibe y se comprende la realidad social.

El campo de representación se destaca como la dimensión más intrigante y desafiante de captar. Esto se debe a su naturaleza dinámica y a menudo subyacente, ya que abarca las complejas interacciones entre creencias, valores y experiencias de las personas.

En el caso de las primeras damas, el campo de representación incluye la cultura política y las relaciones de poder que caracterizan al país.

c. La actitud

Moscovici sostiene que la actitud es la más frecuente de las tres dimensiones y, quizá, primera desde el punto de vista genético. En consecuencia, es razonable concluir que nos informamos y nos representamos una cosa únicamente después de haber tomado posición y en función de la posición tomada. (1979, p. 49).

En la dimensión de la actitud se refiere a una disposición u orientación general que las personas tienen hacia un objeto, situación o concepto particular. Es una evaluación subjetiva que puede ser positiva o negativa, y que influye en cómo las personas reaccionan y se comportan en relación con el objeto o tema. Araya afirma que esta dimensión expresa “el

aspecto más efectivo de la representación, por ser la reacción emocional acerca del objeto o del hecho” (p. 40).

En una representación social, la actitud es una característica esencial. Esta dimensión expresa el aspecto afectivo y emocional de cómo las personas perciben el objeto en cuestión; es decir, es la reacción emocional que experimentan en relación con la representación, lo que puede ser favorable o desfavorable.

La identificación de la actitud en el discurso no suele ser complicada, ya que las categorías lingüísticas utilizadas para describir el objeto o situación en la representación suelen llevar consigo un valor emocional reconocido socialmente, ya sea positivo o negativo. Por ejemplo, las palabras y frases utilizadas pueden reflejar aprobación, simpatía, entusiasmo o, por otro lado, desaprobación, disgusto o aversión

En el caso de las primeras damas en el Perú, la actitud puede ser positiva o negativa, y puede incluir creencias, valores y emociones.

Entonces, las dimensiones que plante Moscovici son interdependientes y están conectadas entre sí en la estructura de una representación social. Sin embargo, en el análisis conceptual, es posible separarlas para comprender mejor cada una de ellas.

2.2.2. Construcción de las representaciones sociales

La construcción de representaciones sociales se refiere al proceso mediante el cual las personas y la sociedad en general crean, elaboran y comparten significados, conceptos e imágenes sobre objetos, fenómenos, grupos sociales o de manera individual. Estas representaciones son productos colectivos y simbólicos que influyen en cómo percibimos y entendemos el mundo. Las representaciones sociales se forman a través de la interacción entre

individuos, grupos y contextos culturales, sociales y políticos que se reflejan en la comunicación, la cultura, los medios de comunicación y otros aspectos de la vida cotidiana.

Es decir, la construcción de representaciones sociales implica la creación de imágenes mentales, interpretaciones y conceptos compartidos que ayudan a las personas a dar sentido a su entorno. Estas representaciones no son simplemente reflejos objetivos de la realidad, sino que están moldeadas por factores culturales, políticos históricos, sociales e individuales.

Moscovici (1979) citado por Villarroel (2007) considera que “una representación no es simplemente una imagen, una huella que la realidad o el objeto imprimen, dejan en el sujeto” (p. 442). Todo lo contrario, “siempre un proceso de reconstrucción, un contexto de acciones e interacciones que modifica y recrea activamente el objeto” (p.442).

En suma, las representaciones sociales se muestran en actos culturales, ideas preconcebidas o arquetipos que se arraigan en la conciencia colectiva y se transmiten a través de la comunicación y la interacción.

Moscovici (1979) citado por Mora (2002), plantea dos procesos básicos que explican “como lo social transforma un conocimiento en representación colectiva y cómo esta misma modifica lo social” (p. 11). Tales son: la objetivación y el anclaje.

2.2.2.1. Proceso de construcción de las representaciones sociales.

2.2.2.1.1. Objetivación. Según Araya (2002) sostiene que “el proceso de objetivación se refiere a la transformación de conceptos abstractos extraños en experiencias o materializaciones concretas” (p.35). En otras palabras, implica convertir un esquema conceptual en algo real y comprensible al construir un cuerpo de conocimiento que se relaciona con dicho objeto.

Este proceso de objetivación involucra la transformación de lenguaje y conceptos científicos en términos y formas que pueden ser entendidos por el lenguaje común o cotidiano, menciona Villarroel. En términos más sencillos es como traducir la jerga científica en palabras y conceptos que las personas en general pueden entender y asimilar más fácilmente.

Al llevar a cabo la objetivación de un contenido científico, la sociedad ya no se relaciona simplemente con ese contenido en sí mismo, sino que establece una conexión con una serie de fenómenos que han sido llevados al ámbito de la observación directa de las personas en la sociedad, entendiéndolo a Villarroel, quien toma planteamientos de Moscovici. En otros términos, estos fenómenos científicos complejos se convierten en algo que las personas pueden ver y experimentar directamente en su entorno, lo que facilita su comprensión y aceptación en la sociedad en general.

Villarroel (2007) sostiene que:

se trata de procesos, conceptos o ideas abstractas, con los cuales lidiamos en nuestras interacciones diarias: la política, la economía y las relaciones de mercado, el aprendizaje y la educación. Para hacer concretas estas realidades abstractas nos valemos del dispositivo de objetivación. (p.444 – 445).

Este proceso de objetivación implica ajustar las clasificaciones y conceptos en algo familiar y concreto, lo que facilita la comprensión y el acceso a la información compleja.

Según Martínez (2016), Jodelet (1988) “amplía la explicación de Moscovici en el proceso de objetivación en tres fases” (p.24). Que explican el proceso de objetivación de las representaciones sociales.

a. Selección y descontextualización

Se refiere al proceso en el cual la información es seleccionada y separada de su contexto original de acuerdo con los criterios y normas que surgen de una cultura específica. “Dicha selección se da junto a un proceso de descontextualización del discurso y se realiza en función de criterios culturales y normativos” (Araya, 2002, p.35). En este proceso, la información se filtra y se desprende del entorno o ámbito en el que se generó, permitiendo que un grupo social pueda adquirirla y asumirla como parte de su propia realidad. Esto les permite convertir esa información en hechos o conocimientos que se ajustan y se integran a su propio mundo, lo que a su vez les otorga la capacidad de controlar y comprender esa información.

En esencia, esta descripción sugiere que las personas o grupos sociales toman selectivamente fragmentos de información y los separan de su contexto original. Luego, reinterpretan o adaptan esta información según las normas y creencias de su propia cultura, lo que les permite asimilarla y utilizarla para sus propios propósitos. Al llevar a cabo este proceso, el grupo puede sentir que tiene el control sobre la información, ya que la ha ajustado para que encaje dentro de su perspectiva y marco de referencia.

b. El esquema figurativo

Esta es la segunda fase “se procede a constituir el núcleo figurativo de la representación. Es decir, una estructura de imagen que producirá en forma manifiesta una estructura conceptual” (Villarreal, 2007, 445). Lo que significa que se construye una estructura de imágenes que reflejará de manera evidente una estructura conceptual profundo. En este proceso, los conceptos abstractos y teóricos se convierten en un conjunto de imágenes gráficas interconectadas de manera coherente, lo que facilita su comprensión tanto individualmente como en relación entre sí.

Esta fase se trata de traducir la abstracción conceptual en algo concreto y visualmente comprensible. Los conceptos teóricos, que pueden ser complejos y difíciles de entender por sí mismos, son transformados en una representación visual que muestra cómo están relacionados y cómo se organizan. Esta representación gráfica se convierte en una herramienta para la comprensión, ya que permite a las personas visualizar y explorar los conceptos en un formato más accesible. Según Araya en esta fase:

La simplificación en la imagen es lo que les permite a las personas conversar y también comprender de forma más sencilla las cosas, a los demás y a ellas mismas y a través de su uso, en diferentes circunstancias, se convierte en un hecho natural. (p.35). En esencia, el objetivo de esta fase es crear un conjunto de imágenes que encapsule los conceptos teóricos de una manera coherente y lógica.

c. Naturalización

En este tercer proceso, la naturalización consiste en “la transformación de un concepto en una imagen pierde su carácter simbólico arbitrario y se convierte en una realidad con existencia autónoma” (Araya, p.36). Es decir, el proceso de separación entre lo que está siendo representado y el objeto representado desaparece, de manera que las imágenes llegan a reemplazar la percepción de la realidad misma. En lugar de percibir las informaciones o datos sobre los objetos, lo que prevalece es la imagen que se ha convertido en una extensión natural de lo que se percibe.

Cuando se sustituyen conceptos abstractos por imágenes concretas, se lleva a cabo una reconstrucción de los objetos representados. Estas imágenes se moldean de tal manera que parecen ser naturales y adecuadas para comprender, explicar y relacionarse con dichos objetos

en la vida cotidiana. En este sentido, las imágenes se convierten en las representaciones dominantes que constituyen la realidad experimentada en el día a día.

2.2.3.1.2. Anclaje. El anclaje es el segundo proceso para la construcción de las representaciones sociales, que hace referencia al enraizamiento social de la representación y su objeto, sostiene Moscovici; es decir, “el anclaje permite incorporar el objeto social en las redes de significaciones y categorías preexistentes en una sociedad, al tiempo que sostiene la inserción del objeto representado en las prácticas comunicativas de los grupos sociales” (p.445).

El proceso de anclaje es un mecanismo que opera en la dirección opuesta al proceso de objetivación, pero con un propósito similar: transformar lo desconocido o extraño en algo familiar y comprensible. A diferencia de la objetivación, que busca reducir la incertidumbre al transformar simbólica e imaginariamente los objetos, el proceso de anclaje tiene la función de incorporar lo que es ajeno o problemático en una red de categorías y significados ya existentes en la cultura o en el contexto social.

Según Aguirre (2002) citado por Rodríguez, Gonzáles, et al. (2017), dentro del anclaje se encuentra la Significación que:

...mediante el cual la RS se configura como una red de significaciones, como un conjunto de elementos de la realidad derivados del sistema de valores producidos y aceptados por la sociedad, lo que le permite al individuo hacer explícita su pertenencia a un determinado grupo cultural. (p.198).

Entonces, el concepto de “Significación” en el contexto del anclaje se refiere a cómo las Representaciones Sociales (RS) se organizan y estructuran como una “red de

significaciones”. Esto significa que las RS no son simplemente un conjunto de ideas aisladas, sino que están interconectadas y forman un entramado de elementos de la realidad que se derivan del sistema de valores de la sociedad en la que se producen y aceptan.

En otras palabras, las RS no existen en un vacío, sino que están enraizadas en un conjunto de creencias, valores y normas que caracterizan a un grupo cultural o a la sociedad en su conjunto. Estos valores y creencias influyen en cómo se organizan y se dan forma a las RS, dando lugar a una red de significaciones que reflejan la forma en que un grupo de personas entiende y da sentido a su entorno.

Esta “red de significaciones” no solo está compuesta por ideas y conceptos aislados, sino que también abarca las relaciones entre ellos. Las RS se conectan y se influyen mutuamente, y esta interconexión contribuye a la construcción de un marco coherente y comprensible para comprender la realidad desde la perspectiva de un grupo cultural específico.

2.2.3. Representación social en la prensa

Moscovici (1986) citado por Ricardo (2014), sostiene que “La representación es siempre representación de algo para alguien” (p.113). Lo anterior resalta la idea fundamental de que cualquier forma de representación, ya sea en el arte, la comunicación, la prensa, la cultura o cualquier otro ámbito, siempre tiene un propósito y un público en mente. Esta afirmación sugiere que toda representación simbólica o comunicativa está dirigida hacia alguien específico y tiene la intención de transmitir un significado o mensaje acerca de algo en particular, en palabras de Moscovici sería:

...toda realidad es representada, es decir, apropiada por el individuo o el grupo, reconstruida en su sistema cognoscitivo, integrado en su sistema de valores dependientes de su historia y el contexto social e ideológico que lo rodea. Y es esta realidad apropiada y reestructurada la que constituye para el individuo o el grupo la realidad misma. (p.12)

La idea central aquí es que cada persona o grupo interpreta y asimila la realidad a través de sus propias lentes cognitivas y valorativas. La realidad tal como la experimentamos es procesada y “apropiada” por nuestra mente, lo que implica que, lo que entendemos y damos significado será en función de nuestra comprensión única. Este proceso de apropiación implica que filtramos la realidad a través de nuestras experiencias, creencias, emociones y conocimientos previos.

La noción de “reconstrucción” sugiere que incluso cuando percibimos la misma realidad, la interpretamos y la organizamos de manera diferente según nuestras perspectivas y marcos cognitivos. Esto también se relaciona con nuestras experiencias previas y nuestra historia personal influyen en cómo vemos y entendemos el mundo que nos rodea.

La afirmación también resalta cómo la realidad percibida es "integrada" en nuestro sistema de valores, lo que significa que nuestras creencias y principios moldean cómo evaluamos y comprendemos lo que nos rodea. Nuestros valores influyen en qué aspectos de la realidad consideramos importantes, relevantes o significativos.

Ponte (1999), citado por Ensuncho (2021), señala que:

La prensa es una fuente documental, pero no objetiva, sino un espacio donde se encuentran las diferentes argumentaciones de las representaciones sociales, ya que en ella se expresan las opiniones de distintos sectores de la sociedad en los ámbitos

público y privado, donde la mujer y su rol en la sociedad tenían un espacio en los periódicos. (p.20)

En este contexto, la prensa no solo informa sobre hechos y eventos, sino que también refleja y expone las opiniones y puntos de vista de diferentes sectores de la sociedad. Estas opiniones pueden provenir de diversos ámbitos, tanto públicos como privados, y pueden abordar una variedad de temas, incluyendo el rol de las primeras damas en la sociedad.

La mención de que “la mujer y su rol en la sociedad tenían un espacio en los periódicos” subraya cómo la prensa históricamente ha sido un medio a través del cual se han expresado y debatido cuestiones relacionadas con el género y la posición de la mujer en la sociedad, como también el de las primeras damas.

Por otro lado, Guerra (1993), citado por Ensuncho, considera que “la prensa se convierte en un vehículo de pedagogía política y social, a lo que atribuye Anderson (2000), una comunidad política imaginada, la cual comparte valores, ideas, narrativas históricas y memoria” (p. 23-25). En la misma cuestión Ensuncho añade que “esa condición hegemónica de la prensa, se pueden “lee entre líneas” singularidades históricas que posibilitan acceder a otro tipo de representaciones sociales alternas” (p.20).

Anderson utiliza el término “comunidad política imaginada” para describir cómo los individuos de una nación se sienten conectados y pertenecientes a una comunidad más amplia, a pesar de no conocer personalmente a todos los miembros. La prensa ayuda a fortalecer esta sensación de comunidad al proporcionar información y relatos que unen a las personas en torno a un sentido compartido de identidad y pertenencia.

Aunque la prensa a menudo tiene una posición dominante y hegemónica en la sociedad, es decir, tiene una influencia significativa en la conformación de la opinión pública

y en la difusión de ciertas perspectivas, también es posible encontrar "singularidades históricas" o detalles particulares en la cobertura mediática que permiten acceder a representaciones sociales alternativas.

La prensa nacional, como medio de comunicación masivo, tiene un papel importante en la formación de las opiniones y las percepciones sociales sobre los personajes públicos, en este caso el de las primeras damas.

Entonces, la prensa es un elemento clave para la formación de opiniones y la creación de consensos en una sociedad y, por lo tanto, juega un papel importante en la construcción de la realidad social. Para otros, la prensa es un medio que puede ser utilizado para manipular la opinión pública y ejercer influencias políticas y económicas.

2.2.3.1. Construcción de las representaciones sociales en la prensa. La

construcción de representaciones sociales por la prensa se refiere al proceso mediante el cual los medios de comunicación, como periódicos, revistas, televisión, radio y medios en línea, crean y difunden imágenes, narrativas y conceptos compartidos sobre ciertos temas, que es de interés social. La prensa desempeña un papel fundamental en la creación y difusión de estas representaciones, ya que tiene el poder de influir en la percepción y el entendimiento de la realidad por parte del público.

Asimismo, es el proceso mediante el cual los medios forman y comunican significados, imágenes y conceptos colectivos sobre diversos asuntos sociales, políticos, culturales y humanos. Estas representaciones pueden ser imágenes culturales, narrativas, enfoques temáticos o interpretaciones que influyen en cómo el público percibe, entiende y se relaciona con los temas tratados por los medios.

En otras palabras, la prensa no solo informa sobre eventos y temas, sino que también juega un papel activo en la construcción de cómo estos eventos y temas son entendidos por la sociedad en general. La forma en que se presentan las noticias, se seleccionan las historias, se utilizan ciertos términos y se enfoca en determinados aspectos.

La construcción de representaciones sociales por la prensa implica una interacción compleja entre la agenda mediática, las perspectivas ideológicas y las normas culturales. Los medios pueden amplificar ciertos aspectos y minimizar otros, resaltando lo que consideran relevante o interesante para su audiencia. Esto puede influir en la forma en que el público entiende y se relaciona con temas específicos y con las personas y grupos involucrados en ellos.

A lo largo de la historia de la humanidad, la prensa ha tenido un papel activo en la construcción de las representaciones sociales de algo o alguien. Es decir, la construcción de las representaciones sociales es un proceso social y político que se nutre de la interacción entre los actores sociales y que tiene una influencia fundamental en la construcción de la identidad y la memoria colectiva.

Por otro lado, la importancia de analizar cómo los medios de comunicación influyen en la construcción de las representaciones sociales. Hall (1997) argumenta que la prensa tiene un papel activo en la construcción de las representaciones, ya que selecciona, interpreta y presenta información a su audiencia.

Además, Villarroel (2007), explica que la construcción de las representaciones sociales se centra en la importancia de comprender cómo se construyen y transmiten los significados y valores en una sociedad. Asimismo, sostiene que, la construcción de las representaciones sociales es un proceso dinámico y colectivo que involucra la interacción y negociación entre

individuos y grupos sociales. También, destaca la importancia de considerar la influencia de factores externos, como los medios de comunicación y la política, en la construcción de las representaciones sociales, que se nutre de la interacción entre los actores sociales y que tiene una influencia fundamental en la construcción de la realidad social.

Por otro lado, Abric (2001), sostiene que, en el proceso de construcción de las representaciones sociales, se establecen las conexiones y se elaboran las interpretaciones que permiten a los individuos interactuar y comunicarse dentro de su entorno social. Asimismo, resalta que dentro de la construcción de las representaciones sociales se encuentra la construcción de la identidad individual y colectiva.

La identidad se refiere a cómo las personas se perciben a sí mismas en relación con grupos sociales, roles y características específicas. Las representaciones sociales desempeñan un papel esencial en la formación de la identidad, ya que los individuos se relacionan con ciertos objetos, conceptos o temas en función de cómo estos se presentan en la sociedad. Estas interacciones influyen en cómo las personas se ven a sí mismas y cómo se definen en relación con su entorno social.

Además, Abric destaca la importancia de las representaciones sociales en la “memoria colectiva”. La “memoria colectiva” comprende el conjunto de recuerdos y narrativas históricas compartidas en una comunidad o sociedad, y lo que la prensa hace uso para su construcción. Las representaciones sociales contribuyen a esta memoria al influir en cómo se recuerdan y se interpretan eventos pasados. Estas representaciones moldean la forma en que se presenta y se entiende la historia, lo que a su vez influye en cómo las generaciones posteriores acceden a esa memoria colectiva.

También enfatiza la influencia de las representaciones sociales en el comportamiento individual y en las relaciones interpersonales. Según él, las representaciones sociales pueden influir en la percepción y comportamiento de las personas, y pueden ser utilizadas como un medio de regulación social.

Por otra parte, Jodelet (2011) menciona que, la construcción de las representaciones sociales es un proceso complejo que involucra la interacción entre los individuos y los grupos sociales, así como la influencia de factores externos como los medios de comunicación y la cultura. También, destaca la importancia de considerar la diversidad y la pluralidad de perspectivas en la construcción de las representaciones sociales. Ella argumenta que las representaciones sociales no son un reflejo objetivo de la realidad, sino que están mediadas por diferentes perspectivas y sesgos.

Además, enfatiza en la importancia de comprender cómo las representaciones sociales influyen en el comportamiento individual y en las relaciones interpersonales; es decir, las representaciones sociales pueden ser utilizadas como un medio de regulación social, y pueden tener un impacto significativo en la forma en que las personas perciben y actúan en el mundo.

Entonces, la prensa juega un papel crucial en la construcción de las representaciones de las primeras damas, algunos destacando el papel en la promoción de causas sociales y en la representación del país en el extranjero, mientras que otros cuestionado su influencia en la toma de decisiones políticas y su capacidad para desempeñar una función relevante en la gestión del país.

2.2.1.4. Proceso de construcción de las representaciones sociales en la prensa.

2.2.1.4.1. Desde el ámbito cultural. La construcción de las representaciones sociales por parte de la prensa, tomando en cuenta la cultura, es un proceso complejo que refleja cómo los medios de comunicación influyen en la forma en que percibimos y comprendemos la realidad social. La cultura desempeña un papel fundamental en este proceso al influir en las percepciones, los valores y los marcos de referencia que los medios utilizan para construir y transmitir representaciones sociales.

La cultura proporciona un marco de referencia a través del cual los medios interpretan y representan los eventos y a las personas. Las percepciones culturales, las creencias y los valores influyen en cómo se seleccionan, se presentan y se enfatizan ciertos temas en las noticias; en este caso el de las primeras damas. Por otro lado, se sugiere que los medios sean sensibles a las diferencias culturales para evitar estereotipos y distorsiones en las representaciones sociales; es decir, comprender las particularidades culturales y las diversas formas en que las personas se relacionan con ciertos temas es esencial para construir representaciones más precisas y respetuosas. Sin embargo, la realidad es distinta; ya que la prensa nacional al tener diversas percepciones no cuenta con aquella bondad de sensibilización. Entonces, los medios de comunicación actúan como espacios de negociación cultural, donde diferentes perspectivas y valores pueden colisionar o converger.

La interacción entre culturas en el ámbito mediático puede dar lugar a la construcción de representaciones sociales complejas y matizadas. La audiencia también desempeña un papel en la construcción de representaciones sociales; es decir, las personas no son pasivas

frente a los mensajes mediáticos; más bien, se apropian y reinterpretan las representaciones a través de sus propias experiencias culturales y contextos personales.

La construcción de representaciones sociales en la prensa puede ser una oportunidad para el diálogo intercultural. Los medios pueden facilitar la comprensión mutua y la exploración de diferentes perspectivas culturales al presentar una variedad de voces y puntos de vista, en este caso el de las primeras damas en los eventos culturales.

En definitiva, la construcción de representaciones sociales por parte de la prensa implica la interacción dinámica entre la cultura y los medios. La cultura afecta tanto la forma en que los medios seleccionan y presentan información como la manera en que la audiencia interpreta y responde a esas representaciones. Para una representación social más completa y precisa, es fundamental tener en cuenta la diversidad cultural que conforma nuestra sociedad. Asimismo, comprender qué es la cultura. Según García (1989), define la cultura como “el conjunto de procesos donde se elabora la significación de las estructuras sociales, se la reproduce y transforma mediante operaciones simbólicas” (p. 25). Esta definición resalta la naturaleza dinámica y compleja de la cultura, y cómo está intrínsecamente ligada a la creación de significado en relación con las estructuras sociales en un contexto determinado.

La cultura desempeña un papel esencial en el proceso de dar significado a las estructuras sociales que configuran una sociedad. Estas estructuras sociales pueden abarcar desde instituciones hasta normas, valores y prácticas compartidas. La cultura actúa como una lente a través de la cual las personas interpretan y comprenden estas estructuras, permitiéndoles atribuirles significado y sentido dentro del contexto cultural y social en el que se encuentran.

La cultura no es estática, sino que se reproduce a lo largo del tiempo. Esto significa que las formas de vida, los valores y las prácticas culturales se transmiten de generación en generación, lo que asegura la continuidad y la persistencia de ciertos aspectos culturales. La reproducción cultural implica mantener y reforzar las representaciones y los significados compartidos en una sociedad.

García (1989), sostiene que “Los comunicólogos ven la cultura popular contemporánea constituida a partir de los medios electrónicos, no como resultado de diferencias locales, sino de la acción difusora e integradora de la industria cultural” (p. 241). Es decir, la noción de la cultura popular contemporánea en relación con los medios electrónicos y la influencia de la industria cultural. Según la perspectiva de Canclini, los comunicólogos ven que esta cultura no surge principalmente de diferencias locales, sino más bien de la acción difusora e integradora de la industria cultural, en particular los medios de comunicación electrónicos. En este contexto, Canclini destaca dos aspectos importantes; tales son:

Medios electrónicos como agentes de difusión e integración; en este ámbito, Canclini sostiene que los medios electrónicos, como la televisión, la radio, el cine y, más recientemente, las plataformas digitales en línea, juegan un papel fundamental en la creación de la cultura popular contemporánea. Estos medios tienen un alcance amplio y la capacidad de llegar a audiencias masivas en diferentes lugares, lo que les permite difundir contenidos culturales de manera efectiva.

Y el segundo aspecto es la homogeneización cultural y globalización. Canclini sugiere que esta difusión mediática a través de los medios electrónicos puede contribuir a la homogeneización de la cultura popular. A medida que las audiencias de diferentes lugares

consumen contenidos mediáticos similares, se pueden generar tendencias culturales compartidas, lo que puede llevar a una sensación de convergencia cultural en ciertos aspectos.

Canclini enfatiza que la cultura no solo se reproduce, sino que también se transforma. Esta transformación ocurre a través de lo que él llama “operaciones simbólicas”. Estas operaciones incluyen procesos de reinterpretación, apropiación y adaptación de símbolos, signos y prácticas culturales. A medida que las personas interactúan con su entorno y se relacionan con otras culturas, introducen cambios y matices en la cultura existente. Según Canclini, la relación entre cultura, comunicación y prensa es intrínseca y compleja, y se inscribe en su enfoque de “Culturas híbridas” y en su comprensión de la cultura como un proceso en constante cambio y transformación; es decir, Canclini explora cómo la comunicación y, específicamente, la prensa, juegan un papel crucial en la creación, difusión y transformación de significados culturales en un mundo globalizado.

“La industria cultural le interesa construir y renovar el contacto simultáneo entre emisores y receptores. También le incomoda la palabra “pueblo”, evocadora de violencias e insurrecciones” (p. 241). Canclini observa que la industria cultural busca establecer y mantener un contacto inmediato y simultáneo entre aquellos que producen contenidos culturales (emisores) y aquellos que los consumen (receptores). Esto se logra a través de los medios de comunicación y las tecnologías que permiten la transmisión instantánea de información y entretenimiento. La industria cultural se interesa en mantener esta conexión constante para atraer y mantener la atención del público, lo que a menudo se traduce en un mayor consumo de productos y contenidos culturales.

Por otro lado, Canclini señala que la industria cultural a menudo evita el uso de la palabra “pueblo” debido a sus connotaciones históricas y políticas. La palabra “pueblo” puede

evocar imágenes de resistencia, insurrección y movimientos sociales, lo que podría generar una percepción negativa o conflictiva en ciertos contextos. La industria cultural tiende a preferir términos más neutros o comerciales que no tengan estas connotaciones políticas y que sean más alineados con su objetivo de atraer a una audiencia amplia y diversa.

No basta admitir que los discursos son recibidos de distintas maneras, que no existe una relación lineal ni monosémica en la circulación del sentido. Si la intersección del discurso “massmediático” con otros mediadores sociales genera un campo de efectos, y ese campo no es definible sólo desde la producción, conocer la acción de las industrias culturales requiere explorar los procesos de mediatización, las reglas que rigen las transformaciones entre un discurso y sus efectos. (p. 244)

Canclini aborda la complejidad de cómo se reciben y se interpretan los discursos en la sociedad, especialmente en el contexto de los medios de comunicación y las industrias culturales; es decir, que no se puede asumir que los discursos transmitidos por los medios de comunicación sean recibidos de manera única y predecible. En lugar de una relación lineal y monosémica (una sola interpretación), los discursos pueden ser interpretados de diversas maneras por diferentes audiencias debido a sus experiencias, contextos y puntos de vista individuales.

Por otro lado, resalta cómo los discursos mediáticos no operan en un vacío, sino que interactúan con otros mediadores sociales, como la familia, la comunidad y las redes sociales. Esta intersección crea un “campo de efectos”, es decir, una variedad de impactos y respuestas en la sociedad que no pueden ser completamente comprendidos solo desde la perspectiva de la producción de los discursos.

Además, sostiene que para comprender plenamente la acción de las industrias culturales y cómo sus discursos afectan a la sociedad, es necesario explorar los procesos de mediatización. Esto implica analizar cómo los discursos mediáticos son transformados y reinterpretados a medida que interactúan con otros mediadores sociales. Estas transformaciones son influenciadas por las reglas y normas que rigen las interpretaciones y adaptaciones de los discursos.

Entonces, se subraya que la recepción de discursos mediáticos es un proceso complejo y diverso, y que las industrias culturales no solo pueden ser comprendidas desde la producción de contenidos. Para entender cómo los discursos impactan en la sociedad, es esencial explorar cómo se mediatizan, cómo interactúan con otros mediadores sociales y cómo se transforman en su trayectoria desde la producción hasta sus efectos en la cultura y la sociedad.

La misma sociedad que genera la desigualdad en la fábrica, la reproduce en la escuela, la vida urbana, la comunicación masiva y el acceso general a la cultura. Como la misma clase recibe lugares subordinados en todos esos espacios, la cultura popular puede ser entendida como resultado de la apropiación desigual de los bienes económicos y simbólicos por parte de los sectores subalternos. (p. 253-254)

Es así que, Canclini aborda la relación entre desigualdad, sociedad y cultura popular al observar cómo las estructuras de desigualdad presentes en distintos ámbitos sociales contribuyen a la formación de la cultura popular. La cita destaca cómo esta desigualdad es reproducida y manifestada en diferentes esferas de la vida social y cultural.

Canclini sostiene que la misma sociedad que origina desigualdades económicas y sociales en contextos como “la fábrica, la escuela, la vida urbana y la comunicación masiva”, también reproduce estas desigualdades en todos estos ámbitos. Esto implica que las

inequidades y jerarquías presentes en la estructura social se reflejan y se perpetúan en diversos aspectos de la vida cotidiana y cultural.

Del mismo modo, señala que los diferentes espacios sociales están interconectados y tienen un impacto mutuo en la generación y la reproducción de desigualdades. Por ejemplo, las desigualdades presentes en la educación pueden influir en las oportunidades laborales y en la forma en que las personas interactúan en la vida urbana. Asimismo, las representaciones en los medios de comunicación pueden reforzar las dinámicas de desigualdad existentes en la sociedad.

Por otra parte, Canclini afirma que la cultura popular puede entenderse como un resultado de la apropiación desigual de bienes económicos y simbólicos por parte de los sectores subalternos. Esto significa que los grupos sociales en posiciones subordinadas tienen un acceso diferencial a recursos económicos y símbolos culturales. La cultura popular, en este contexto, emerge como una expresión de la adaptación y apropiación de elementos culturales disponibles, a menudo en circunstancias desfavorecidas.

Canclini en su texto “Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad” reconoce a la prensa como un medio de comunicación masiva que desempeña un papel importante en la transmisión de significados culturales. La prensa no solo informa sobre eventos y noticias, sino que también construye narrativas y representa visiones específicas del mundo. A través de sus discursos, la prensa contribuye a la configuración de percepciones culturales y sociales.

La prensa es un medio de comunicación que facilita la circulación de elementos culturales diversos. Entonces, Canclini sostiene que la prensa, al presentar información de

diversas fuentes y contextos, contribuye a la hibridación cultural al permitir la interacción y la mezcla de ideas y prácticas de diferentes partes del mundo.

En consonancia con su enfoque sobre la cultura como proceso de apropiación y recontextualización, Canclini sugiere que la prensa también es susceptible a ser apropiada y reinterpretada por las audiencias. Las personas interactúan con los contenidos de la prensa y los integran en sus propias perspectivas culturales y contextos locales, lo que a su vez influye en cómo se interpretan los mensajes mediáticos.

Por otro lado, argumenta que los medios de comunicación, incluida la prensa, participan activamente en la construcción de identidades culturales. A través de la selección de temas, el enfoque editorial y la presentación de ciertos puntos de vista, los medios influyen en la forma en que las personas se ven a sí mismas y a los demás en relación con la cultura y la sociedad; en este caso el de las primeras damas.

La cultura de una sociedad influye en los valores y roles que se asocian a las primeras damas. Dependiendo de la cultura, estas figuras pueden ser percibidas como íconos de elegancia y sofisticación, o bien como defensoras de causas sociales y políticas. Las expectativas culturales sobre el papel de la mujer y su relación con el liderazgo pueden influir en cómo se presentan y se interpretan las acciones y el comportamiento de las primeras damas.

Según Álvarez (2023), considera que “existen dos tipos generales de roles para las primeras damas”; tales son:

Elder y Frederick (2019) citados por Álvarez, mencionan que, “en primer lugar, se encuentran los roles tradicionales en los cuales las mujeres cumplen funciones protocolares, más que tener injerencia en órganos públicos”, pero “algunos conceptualizan este rol como

escolta, debido a que ellas solo aparecen en eventos públicos a un costado de sus esposos sin una función independiente” (p. 274).

Por otro lado, Ayee et al., (2019), citado por Álvarez considera que:

Otra actividad dentro del rol tradicional es el abanderar causas benéficas y de voluntariado. Por ejemplo, entregar despensas a familias de escasos recursos, visitar escuelas, así como asistir a lugares de refugio para personas vulneradas, como es el caso de migrantes, adultos mayores, pueblos originarios, ciudadanos con diversidad funcional, entre otros. (p.274)

Esta cita resalta cómo algunas figuras públicas como las primeras damas incorporan la responsabilidad social en su rol tradicional, utilizando su influencia para apoyar causas humanitarias y ayudar a comunidades en situaciones desfavorecidas.

La cultura también juega un papel en la construcción de la identidad de las primeras damas. Su origen étnico, su historia personal y su conexión con ciertos grupos culturales, enfatizan en las representaciones mediáticas. Estos aspectos pueden ser moldeados por los estereotipos culturales existentes o, por el contrario, pueden desafiarlos.

La cultura también influye en las normas de belleza y estilo que se valoran en una sociedad. Las primeras damas a menudo son objeto de atención por su apariencia y vestimenta. La cultura local y global puede determinar qué se considera apropiado y qué se espera de ellas en términos de imagen y presentación pública.

Además, la prensa puede reflejar tanto la tradición cultural arraigada como los cambios en las percepciones culturales. Las representaciones de las primeras damas pueden ser influenciadas por la historia cultural de la sociedad, así como por los cambios más

recientes en la forma en que se entiende el liderazgo, el género y el papel de la pareja presidencial.

En el contexto de las primeras damas de diferentes países, como es el caso de Eliane Karp, la prensa aborda cómo se cruzan y entrelazan diferentes culturas. Si una primera dama proviene de un país con una cultura distinta, la prensa explora cómo integra y representa esa cultura en su nuevo rol.

Ensuncho (2021), también considera que la cultura es fundamental para comprender cómo la prensa construye las representaciones sociales de cualquier índole, mencionando así que, “permite reflexionar sobre la relación entre mujeres, cultura y poder, lo cual nos lleva a ubicar a las luchas feministas en los estudios culturales” (p. 17).

Stuart Hall (2014), citado por Ensuncho, conocido por su trabajo en estudios culturales y la teoría de la recepción. Reflexiona sobre cómo las representaciones sociales de lo femenino están inextricablemente vinculadas a conceptos más amplios de cultura y poder. Las representaciones sociales de género no son simplemente un reflejo pasivo de la realidad, sino que están moldeadas por dinámicas de poder en la sociedad. Hall analiza cómo estas representaciones son utilizadas para mantener ciertas estructuras de poder y cómo influyen en las percepciones y las relaciones entre mujeres y hombres.

Según Ensuncho los estudios culturales consideran que las prácticas culturales (o discursivas) importan porque son cruciales para la construcción de los contextos específicos y las formas de vida humana y de la realidad que habitamos. Los seres humanos viven en un mundo que es, al menos en parte, creado por sí mismos, y ese mundo se ha construido mediante prácticas que construyen y transforman las realidades discursivas y no discursivas (ambos materiales) en forma simultánea e íntimamente interconectada. (p. 13)

Es decir, la importancia de los estudios culturales al reconocer que las prácticas culturales tienen un papel fundamental en la creación de contextos específicos y en la configuración de la vida humana y la realidad que experimentamos. La perspectiva sostenida por los estudios culturales sostiene que los seres humanos no solo interactúan con el mundo, sino que también contribuyen activamente a su construcción, siendo partícipes en la generación y transformación de las realidades discursivas y materiales que componen su entorno.

Una premisa clave es que las prácticas culturales no solo influyen en la interpretación y significado de los eventos humanos, sino que también están profundamente arraigadas en la producción continua de la realidad. Esto significa que las prácticas culturales no solo articulan o reflejan las acciones y eventos, sino que también son esenciales para la creación constante de la realidad en sí misma. A menudo, estas prácticas culturales contribuyen a la configuración de la realidad de manera involuntaria, más allá de las intenciones individuales.

La naturaleza interdisciplinaria de los estudios culturales se enfatiza porque la cultura es inherentemente compleja y no se puede analizar efectivamente dentro de límites disciplinarios estrechos. En lugar de abordar la vida social desde un solo enfoque disciplinario, se busca entenderla desde una perspectiva holística y múltiple. Esto significa que, para comprender completamente las formaciones culturales específicas, es necesario examinar las relaciones entre la cultura en todas sus dimensiones, incluyendo las implicaciones sociales, históricas, lingüísticas, psicológicas y más.

Por otro lado, Barbero (1991) considera que:

Una cultura que en vez de ser el lugar donde se marcan las diferencias sociales pasa a ser el lugar donde esas diferencias se encubren, son negadas. Y ello no por una

estratagema de los dominadores, sino como elemento constitutivo del nuevo modo de funcionamiento de la hegemonía burguesa, "como parte integral de la ideología dominante y de la conciencia popular". (p.134).

La cita resalta un cambio en la función de la cultura en relación con las diferencias sociales y cómo esto se relaciona con la noción de hegemonía burguesa.

Según Barbero, se observa un cambio en la forma en que la cultura opera en la sociedad. En lugar de ser un espacio donde se destacan y reconocen las diferencias sociales entre distintos grupos, la cultura está tomando un papel diferente. En este nuevo contexto, la cultura actúa como un lugar donde esas diferencias sociales se ocultan y niegan. Es decir, esta cultura está actuando para encubrir o negar las diferencias sociales existentes en la sociedad. En lugar de ser un espacio donde las diferencias son visibles y debatidas, la cultura contribuye a esconderlas, lo que puede tener implicaciones en cómo se percibe y se aborda la desigualdad y la diversidad.

Además, el fragmento también se refiere a la idea de hegemonía burguesa. Esto implica que este cambio en la función de la cultura no es simplemente el resultado de una estratagema de los grupos dominantes, sino que es parte integral de cómo funciona la ideología dominante en la sociedad, particularmente la ideología burguesa. Esta nueva forma de funcionamiento de la hegemonía burguesa se convierte en un elemento central tanto en la ideología que domina como en la conciencia de la población en general.

Por otra parte, Bourdieu (1979), en su libro "La Distinción: Criterios y bases sociales del gusto" explora en profundidad cómo las clases sociales y las estructuras de poder influyen en la forma en que las personas perciben, evalúan y juzgan las diferentes formas de cultura, como el arte, la música, la literatura y la moda.

Bourdieu argumenta que, en las sociedades modernas, las personas tienden a buscar la diferenciación social a través de sus elecciones culturales y de consumo. Esto significa que las personas buscan adquirir y apreciar las formas culturales que son valoradas por su clase social dominante o por las élites culturales, mientras que al mismo tiempo evitan las formas culturales asociadas con clases sociales inferiores.

Además, Bourdieu introduce la noción de “capital cultural” y cómo este capital se acumula de manera desigual en la sociedad. El capital cultural se refiere a los conocimientos, habilidades y gustos que una persona posee, y según él, se convierte en un factor clave en la forma en que las personas se distinguen y se relacionan en una sociedad. Aquellos con más capital cultural tienden a tener más acceso a ciertas esferas de la vida cultural y social, lo que refuerza aún más las divisiones de clase.

Del mismo modo, Bourdieu emplea un enfoque interdisciplinario que combina la sociología, la teoría cultural y la antropología para analizar cómo se forman las preferencias culturales y cómo estas preferencias están arraigadas en la estructura social. Asimismo, explora cómo las instituciones culturales, como la educación y los medios de comunicación, influyen en la formación de los gustos culturales.

2.2.1.4.2. Desde el ámbito político. La construcción de las representaciones sociales de las primeras damas por parte de la prensa, en el ámbito político, se consideró pertinente analizar tomando en cuenta los planteamientos de Pierre Bourdieu y Michel Foucault sobre el poder, las dinámicas sociales y la construcción de los discursos.

Blanco (2012), interpretando a Bourdieu, sostiene que “los campos son estructuras de relaciones entre agentes sociales que se expresan en espacios determinados y cuya

característica determinante la constituye el grado de capital y el conjunto de privilegios, poderes y prerrogativas conseguidos por los distintos agentes” (p. 97). Interpretando la cita anterior, los “campos” son conceptos que se refieren a estructuras sociales en las que los agentes interactúan y compiten por recursos y posiciones dentro de un espacio específico. Estos campos pueden abarcar diversos ámbitos de la sociedad, como el campo político, el campo cultural, el campo económico, entre otros. En este contexto, el fragmento se refiere a cómo Bourdieu entiende y define los campos.

Un campo se configura a partir de las relaciones sociales entre diversos agentes, los cuales pueden ser individuos, grupos, instituciones u organizaciones. Estos actores participan activamente en el campo y se encuentran inmersos en una dinámica de competencia por la obtención de recursos, reconocimiento y posición dentro de dicho ámbito. En el contexto que nos ocupa, nos adentramos en el campo político, específicamente enfocándonos en las primeras damas del Perú.

Los campos se manifiestan en espacios sociales específicos, como la política, la cultura, la educación, la economía, etc. Cada campo tiene sus propias reglas, dinámicas y actores relevantes que definen cómo se lleva a cabo la competencia y la interacción en ese ámbito particular; entonces se puede decir que, la característica central que define un campo es el grado de capital acumulado por los diferentes agentes en luchas anteriores dentro de ese espacio. Este capital puede ser de diversos tipos, como capital económico (recursos financieros), capital social (redes y conexiones sociales), capital cultural (conocimientos y habilidades) y otros. Los agentes que han acumulado capital previo tienen ventajas y recursos para competir y avanzar en el campo.

En base al capital acumulado, los agentes adquieren privilegios, poderes y prerrogativas que les confieren la capacidad de moldear las dinámicas y los desenlaces dentro del campo. La prensa se apoya en esta premisa para tejer las representaciones en torno a las primeras damas del Perú. Estos beneficios engloban desde ventajas en la toma de decisiones hasta acceso a recursos, reconocimiento social e influencia sobre la dirección del campo. Cabe destacar que las primeras damas presentan una diversidad de características, como posición económica y educación, que aportan variabilidad a este escenario.

Según Bourdieu (1988), citado por Blanco (2012), sostiene que “en cualquier campo encontraremos una lucha cuyas formas específicas habrá que buscar cada vez, entre el recién llegado que trata de romper los cerrojos del derecho de entrada y el dominante que trata de defender su monopolio y de excluir a la competencia” (p. 135). A partir de la cita, se deduce que, en cualquier campo, hay dos tipos principales de agentes, el “recién llegado” y el “dominante”. El recién llegado es aquel individuo, grupo o entidad que busca entrar y establecerse en el campo, es decir, busca obtener un lugar y posición dentro del mismo. Por otro lado, el dominante es aquel agente que ya ocupa una posición privilegiada en el campo y tiene un cierto grado de poder y control sobre los recursos y las reglas del campo.

Por otro lado, la lucha que describe Bourdieu se refiere a la competencia entre estos dos tipos de agentes. El recién llegado busca romper las barreras que limitan su entrada al campo, lo cual implica superar obstáculos como la falta de reconocimiento, la competencia con otros agentes y la necesidad de acumular capital para ganarse un lugar. Por otro lado, el dominante busca mantener su posición, es decir, mantener el control sobre los recursos y el poder en el campo. Esto implica defenderse de los intentos de los recién llegados por desafiar su posición.

Bourdieu (2000), citado por Blanco, explica que existen tres tipos fundamentales de capital; económico, cultural y social.

El capital económico, Bourdieu señala que este capital es aquel que se puede convertir directa e inmediatamente en dinero. Este tipo de capital está relacionado con los recursos financieros, posesiones materiales y propiedades. Esto puede ser fácilmente utilizado en transacciones comerciales y está estrechamente vinculado a la riqueza material y la propiedad.

Capital cultural, este capital se refiere a los conocimientos, habilidades y competencias que una persona posee. Puede convertirse en capital económico en ciertas circunstancias. Por ejemplo, las personas con educación formal y habilidades especializadas pueden acceder a trabajos mejor remunerados, lo que convierte su capital cultural en un recurso económico. Bourdieu sugiere que el capital cultural también se puede institucionalizar en forma de títulos académicos, lo que otorga un reconocimiento social y puede influir en las oportunidades y el estatus.

Y el capital social, este capital se relaciona con los vínculos sociales; es decir, las conexiones y las redes que una persona tiene en su entorno. Este tipo de capital puede ser convertido en capital económico bajo ciertas condiciones. Por ejemplo, las conexiones y las relaciones pueden abrir puertas a oportunidades laborales o de negocios. Bourdieu menciona que el capital social se puede institucionalizar en forma de títulos nobiliarios, lo que puede conferir un estatus social elevado.

Dentro de la obra de Bourdieu (1988), surge otro concepto fundamental, el “habitus”, al cual otorga un rol esencial. El habitus engloba un conjunto de características que los individuos adquieren y asimilan a través de sus experiencias, conocimientos y saberes, transmitidos socialmente. Estas cualidades confieren a los agentes las aptitudes necesarias

para desenvolverse con mayor o menor destreza y competitividad en campos específicos, tal como aquellos que Bourdieu explora en su análisis. Respecto a las primeras damas, sus habitus son diversos, lo cual la prensa ha aprovechado para tejer las representaciones sociales.

El habitus no se limita únicamente a los aspectos cognitivos, sino que también abarca las disposiciones emocionales, las preferencias y las formas de percepción que son internalizadas a lo largo de la socialización y las interacciones en la sociedad. Esta noción de habitus está profundamente arraigada en las estructuras sociales y en las dinámicas de poder presentes en cada campo.

Dentro del marco de los campos sociales, el habitus ejerce una influencia determinante en las conductas, interacciones y elecciones de los agentes. A partir de sus vivencias y saberes previos, los individuos moldean una especie de “prisma” a través del cual perciben y reaccionan ante las circunstancias. Un ejemplo concreto se halla en el ámbito político, donde el habitus de una primera dama incide en su enfoque para desempeñar su papel. Además, se refleja en sus preferencias hacia ciertos temas y en su abordaje de los desafíos políticos que puedan surgir en su trayectoria.

En otro plano, al adentrarnos en el proceso de construcción de las representaciones sociales de las primeras damas a través de la prensa, los campos sociales se erigen como espacios donde diversos agentes interactúan en busca de recursos y posiciones. En el contexto político, la prensa juega un papel primordial al contribuir a delinear el campo de representación en torno a las primeras damas. Los intereses en disputa abarcan la influencia, la proyección pública y el reconocimiento. De manera significativa, la prensa establece las reglas del juego al resaltar ciertos aspectos de la vida y acciones de las primeras damas, mientras que otros quedan en el olvido.

Además, los agentes inmersos en este campo, como periodistas y políticos, poseen un capital acumulado que se refleja en su experiencia, conexiones y conocimientos. Estos factores ejercen una influencia directa en la construcción de las representaciones al moldear las narrativas y enfoques utilizados para presentar a las primeras damas ante el público.

Desde la perspectiva de Foucault, el poder opera a través de la producción y el control de discursos. Foucault (1990), citado por Blanco (2012), se hace la pregunta de:

¿quién ejerce el poder?, ¿dónde lo ejerce? Actualmente, sabemos aproximadamente quién explota, hacia dónde va el beneficio, por qué manos pasa y dónde se vuelve a invertir, mientras que el poder... Sabemos que no son los gobernantes quienes detentan el poder. Sin embargo, la noción de “clase dirigente”, “dirigir”, “gobernar”, “grupo del poder”, “aparato de Estado” etc., aquí hay todo un conjunto de nociones que piden ser analizadas. Asimismo, sería preciso saber hasta dónde se ejerce el poder mediante qué relevos y hasta qué instancias, a menudo ínfimas, de jerarquía, de control, vigilancia, prohibiciones, coacciones. En todo lugar donde hay poder el poder se ejerce. (p. 15)

En este fragmento, Foucault plantea un enfoque crítico sobre la concepción tradicional del poder y su ejercicio en la sociedad, en contraposición a la teoría del Estado y el análisis convencional de sus aparatos. Foucault argumenta que la teoría del Estado y el enfoque en sus instituciones no proporcionan una comprensión completa del poder en su totalidad. En cambio, sostiene que el ejercicio del poder es un aspecto complejo y a menudo poco comprendido.

Entonces, en la actualidad el poder es un elemento poco conocido, cuestionando quiénes son los agentes que lo ejercen y en qué lugares específicos se manifiesta. A diferencia de la explotación económica, que puede ser trazada y comprendida hasta cierto punto, el poder

es más difícil de identificar y ubicar con precisión. A pesar de que se asocia comúnmente a los gobernantes, Foucault sostiene que no son los únicos que detentan el poder.

Asimismo, enfatiza que la noción de “clase dirigente”, “gobernar”, “grupo del poder” y otros términos similares deben ser sometidos a un análisis más profundo. También plantea la importancia de comprender cómo se ejerce el poder a través de diversos mecanismos, jerarquías, controles, vigilancia, prohibiciones y coacciones. Aunque no se pueda identificar un único titular del poder, Foucault argumenta que el poder se ejerce en direcciones específicas y a través de diferentes instancias.

Foucault (1979), sostiene que:

...el poder no se construye a partir de «voluntades» (individuales o colectivas), ni tampoco se deriva de intereses. El poder se construye y funciona a partir de poderes, de multitud de cuestiones y de efectos de poder. Es este dominio complejo el que hay que estudiar. Esto no quiere decir que el poder es independiente, y que se podría descifrar sin tener en cuenta el proceso económico y las relaciones de producción. (p. 158)

Es decir, que el poder no se origina simplemente a partir de voluntades individuales o colectivas, ni tampoco se deriva exclusivamente de intereses preestablecidos. En cambio, sostiene que el poder se establece y opera a través de múltiples formas y efectos de poder. Es una red intrincada de poderes que interactúan y se entrecruzan. En este sentido, Foucault aboga por analizar este dominio complejo y dinámico para comprender cómo opera el poder en la sociedad.

Esta perspectiva no implica que el poder sea independiente de otros aspectos sociales, económicos o políticos. Foucault no está sugiriendo que el poder pueda entenderse por completo sin considerar factores como el proceso económico o las relaciones de producción.

Más bien, está enfocándose en la necesidad de examinar la complejidad intrínseca del poder y cómo se manifiesta en una variedad de formas y contextos.

Relacionando esto con la prensa, podemos entender que Foucault invita a considerar cómo el poder se despliega en los medios de comunicación y en la construcción de las representaciones sociales. En este contexto, la prensa no solo refleja voluntades individuales o intereses específicos, sino que también participa en la creación de efectos de poder a través de la selección de qué historias contar, qué enfoques adoptar y qué aspectos destacar u omitir. La manera en que la prensa moldea las narrativas y la manera en que influye en la percepción pública también es parte de este complejo proceso de construcción y funcionamiento del poder. En última instancia, Foucault nos insta a explorar cómo el poder opera en la intersección de múltiples dimensiones, incluida la prensa, para obtener una comprensión más profunda de su naturaleza y dinámica.

La prensa desempeña un papel clave al construir discursos que definen cómo se perciben y se interpretan las primeras damas en el ámbito político. Los medios establecen qué aspectos de sus acciones, palabras y apariencia se destacan y cómo se les atribuye significado. Foucault también señala que el poder está presente en la regulación de la visibilidad y la invisibilidad. La prensa da visibilidad a ciertos aspectos de la vida de las primeras damas mientras oculta otros, lo que afecta la construcción de su imagen pública y política.

Foucault también habla de la resistencia al poder y la posibilidad de construir contra discursos. En el contexto de la prensa, esto implica que existen oportunidades para cuestionar y desafiar las representaciones dominantes de las primeras damas. Algunos medios pueden optar por destacar acciones y posturas que no se alinean con la narrativa prevaleciente, lo que puede generar discursos alternativos y desafiar las dinámicas de poder establecidas.

Además, planteó que el poder no es simplemente algo que se ejerce de manera vertical o represiva desde arriba, sino que está presente en todas las relaciones sociales y en la estructura misma de la sociedad.

Por otro lado, también argumentó que el poder opera a través de los discursos, es decir, a través del conocimiento y las formas en que se construye y se transmite. La prensa, como generadora y difusora de información y narrativas, juega un papel en la creación de discursos que influyen en cómo las personas perciben la realidad y actúan en consecuencia. Esto puede incluir la construcción de discursos que legitiman ciertas formas de poder y excluyen otras.

Además, introdujo el concepto de “biopoder”, que se refiere a cómo las instituciones sociales y políticas regulan y normalizan el comportamiento y la vida de las personas. La prensa desempeña un papel en la difusión de normas y valores sociales, así como en la promoción de ciertos modos de vida y la regulación de otros. Esto influye en la forma en que la sociedad percibe y actúa en relación con el poder.

También habló sobre la importancia de la visibilidad en el ejercicio del poder. La prensa, como medio de comunicación masiva, influye en la visibilidad de ciertos temas, personas y grupos en la sociedad. Los medios de comunicación destacan o invisibilizan a ciertos actores sociales, lo que implica en la distribución y el ejercicio del poder.

Asimismo, habla sobre la resistencia al poder y la posibilidad de construir contra-discursos. En el contexto de la prensa, esto implica que los medios son utilizados para cuestionar y desafiar las narrativas dominantes y las formas de poder. La prensa es un espacio donde se expresen puntos de vista alternativos y se construyen discursos que busquen cambiar las dinámicas de poder existentes.

Bourdieu (2000) manifiesta que “el poder simbólico es en efecto este poder invisible que sólo puede ejercerse con la complicidad de quienes no quieren saber que lo sufren o que incluso lo ejercen” (p. 88). Bourdieu destaca que el poder simbólico es una forma de poder que opera de manera invisible o encubierta, y su efectividad depende en gran medida de la complicidad de aquellos que son afectados por él, así como de aquellos que incluso pueden ejercerlo.

El poder simbólico opera a través de símbolos, representaciones, discursos y narrativas que influyen en cómo las personas perciben el mundo y se comportan en él. A menudo, estas influencias no son obvias o directamente perceptibles, lo que hace que el poder simbólico sea menos aparente que otras formas de poder más tangibles.

La “complicidad” a la que se refiere Bourdieu es la cooperación implícita o inconsciente de aquellos que participan en la reproducción del poder simbólico. Este es el resultado de aceptar ciertas creencias o normas sin cuestionarlas, o de asumir roles y posiciones dentro de una estructura de poder sin cuestionar su base simbólica.

Por ejemplo, en relación con la prensa, el poder simbólico puede manifestarse en cómo ciertos temas son destacados mientras otros se ignoran, cómo se representan ciertos grupos o individuos de manera estereotipada o cómo se establece la agenda mediática. Las personas pueden ser influenciadas por estas representaciones y asumir ciertas perspectivas sin

necesariamente cuestionar su validez u origen. En este sentido, el poder simbólico opera con la complicidad de aquellos que consumen y aceptan estas representaciones sin necesariamente ser conscientes de su influencia.

Por otro lado, Foucault y Bourdieu interpretado por César (2006), ponen de relieve la compleja relación entre la verdad, la mentira y el poder simbólico. En este contexto, la idea es que creer una mentira no se limita a una simple aceptación ingenua, sino que implica la construcción de una verdad en sí misma. Esto tiene una relevancia significativa en el ámbito de los medios de comunicación, como la prensa, donde la representación y manipulación de la información pueden llevar a la creación de “verdades” construidas por el poder simbólico.

Crear la mentira es, de hecho, crear la verdad. El poder simbólico es un juego de verdad y no verdad, la mentira sólo aparece como reflejo, pues lo falso no es, exactamente, la no-verdad. Lo falso está dentro del circuito de la verdad, es decir, la falsedad es con respecto a la verdad. La no verdad, simplemente, está excluida, exiliada en otro mundo simbólico, mundos simbólicos “alternativos” que pueden o no alinearse al poder simbólico. Si lo hacen es porque refuerzan el orden en que se dan las relaciones de fuerza. (César, 2006, p. 7)

El poder simbólico es un juego en el que se definen lo que es considerado “verdad” y lo que no lo es. Las mentiras y falsedades no son simplemente lo opuesto de la verdad, sino que operan dentro del mismo circuito de la verdad, ya que están relacionadas y contrastan con lo que se considera verdadero en un contexto dado. Las falsedades no son simplemente excluidas, sino que pueden coexistir en mundos simbólicos "alternativos" que pueden o no alinearse con el poder simbólico dominante.

En relación con la prensa, esto implica que la construcción y manipulación de la información no solo se trata de presentar lo "falso" frente a lo "verdadero", sino de influir en cómo se establece la verdad en la mente de las personas. Los medios de comunicación dan forma a la percepción pública al seleccionar qué información presentar, cómo presentarla y cuáles aspectos enfatizar. La idea es que la prensa puede contribuir a la creación de narrativas que refuercen el orden establecido por las relaciones de poder y que definan qué se considera "verdad" en una sociedad determinada.

“Así pues, creerse la mentira es crear la verdad y ejercitarla como poder simbólico, poder que circula como un fluido ágil y tiene ida y vuelta” (p.7). este fragmento, se destaca que el acto de creer en una mentira no es simplemente una cuestión de aceptación pasiva, sino que implica la creación activa de una verdad respaldada por el poder simbólico. El poder simbólico opera como un flujo dinámico que circula de manera ágil y constante, influyendo en las relaciones sociales y teniendo un efecto bidireccional. Se describe como un “fluido viscoso” que contribuye a la suavización y estructuración de las relaciones entre individuos y grupos en una sociedad.

Este poder simbólico, al ser ejercido y aceptado, juega un papel fundamental en la conformación del tejido social. En este sentido, el conflicto no necesariamente conlleva la destrucción de los oponentes, ya que la circulación de este poder simbólico permite que las partes involucradas puedan interactuar y competir en un marco donde la verdad y las representaciones son construidas y compartidas.

Se menciona el mito hegeliano de la dialéctica del amo y el esclavo como ejemplo ilustrativo de cómo el poder simbólico puede influir en las relaciones de poder más allá de la mera confrontación física. En este mito, el momento en que uno de los oponentes teme por su

vida establece una relación de poder total de la esclavitud. Esto ejemplifica cómo el poder simbólico, basado en creencias y representaciones moldea relaciones de dominación y sumisión en la sociedad.

El poder simbólico es el continuo reflujo. Reflujo que se interioriza en ambos extremos y consigue su más alto triunfo cuando desaparece la plataforma de lanzamiento, es decir, cuando es borroso o casi invisible el punto desde el que se realizó el primer lanzamiento, desde donde se inventó la Primera Gran Verdad. (p.8)

En esta afirmación se destaca que el poder simbólico opera en un proceso de flujo constante que afecta tanto a quienes ejercen el poder como a quienes están bajo su influencia. Se compara este flujo con un “reflujo”, un movimiento de ida y vuelta que crea un ciclo de retroalimentación en el que las acciones y percepciones se refuerzan mutuamente.

Se plantea que este reflujo del poder simbólico se internaliza en ambos extremos, es decir, tanto en quienes ostentan el poder como en aquellos que están sujetos a él. Esto sugiere que tanto los que ejercen el poder como los que son influenciados por él se vuelven partícipes y actores en la perpetuación de la dinámica del poder simbólico. A medida que las representaciones y las creencias se refuerzan mutuamente, se consolida la influencia del poder simbólico en la sociedad.

Un aspecto relevante que se menciona es cómo el poder simbólico alcanza su punto máximo de éxito cuando se vuelve casi imperceptible o difuso el origen desde el cual se lanzó inicialmente. Esto implica que la “plataforma de lanzamiento”, es decir, el punto en el que se originaron las ideas o narrativas que establecieron las bases de una “Gran Verdad”, se desvanece en el trasfondo. Cuando la fuente de la verdad se vuelve incierta o invisible, las

creencias y las representaciones pueden asumirse como una realidad objetiva e innegable, lo que refuerza aún más el poder simbólico.

Esto no significa que todos tengan la facultad de ejercer el poder simbólico, sino que el poder simbólico es ejercido en todos los lugares del cuerpo social. En otras palabras: el poder simbólico está diseminado en la totalidad del cuerpo social de manera que “oculta” la realidad de las relaciones de fuerza y la forma en que éstas se dan. Permite que los “poderosos” mantengan ese poder y los “despoderados” no aspiren a obtener poder: la frase “así es, fue y será”, esta es la verdad. (p. 8-9)

El fragmento plantea que, si bien no todos poseen la capacidad de ejercer el poder simbólico de manera directa, este poder se manifiesta en todos los rincones de la estructura social. En otras palabras, el poder simbólico está presente y se ejerce en diversos ámbitos y niveles de la sociedad. Esta idea tiene implicaciones importantes en relación con la prensa y su papel en la construcción de representaciones sociales.

El poder simbólico se extiende por todo el tejido social, lo que significa que se encuentra en todas partes, incluso en aquellos lugares donde podría parecer menos evidente. Este poder tiene la capacidad de "ocultar" la realidad de las relaciones de fuerza existentes en la sociedad. En este sentido, puede influir en cómo se presentan y perciben ciertas narrativas y representaciones, lo que puede ocultar o enmascarar las desigualdades y las dinámicas de poder subyacentes.

La relación con la prensa es clara en este contexto. La prensa, como parte del tejido social, también está involucrada en el ejercicio del poder simbólico al seleccionar, enfocar y presentar información al público. A través de la elección de las historias a contar, la forma en que se cuentan y los énfasis que se establecen, la prensa puede contribuir a la difusión de

representaciones que oculten ciertos aspectos de la realidad social y refuercen ciertas estructuras de poder.

La idea de que el poder simbólico permite que los “poderosos” mantengan su posición y que los “despoderados” no aspiren a obtener poder sugiere que las creencias y representaciones construidas por el poder simbólico pueden contribuir a mantener las desigualdades y a perpetuar ciertas jerarquías en la sociedad. Esto puede ser especialmente evidente en cómo la prensa presenta y representa a diferentes grupos y actores sociales, reforzando ciertas percepciones y limitando las posibilidades de cambio.

Es decir, el poder simbólico, tal como se describe en el fragmento, tiene implicaciones en la forma en que la prensa construye y presenta las representaciones sociales. Puede contribuir a ocultar las desigualdades y mantener ciertas estructuras de poder a través de las narrativas y enfoques que promueve.

Bourdieu analiza el campo político como un espacio de lucha por el poder y la influencia en la esfera política. Examina cómo los actores políticos compiten por la legitimidad y cómo el capital político (como el prestigio, la red de contactos y la capacidad de movilización) afecta su posición en el campo.

Bourdieu introduce el concepto de “violencia simbólica” para describir cómo las relaciones de poder se internalizan y se aceptan como naturales por aquellos que están subordinados. Esta violencia se manifiesta a través de estructuras y prácticas que perpetúan la desigualdad y refuerzan la posición de los grupos dominantes.

Entonces, la política y el poder son fenómenos sociales complejos que involucran luchas por el acceso a recursos y la influencia en diferentes campos sociales. El poder se ejerce a través de la acumulación y el intercambio de capital, y las relaciones de poder se

mantienen y reproducen a través de la dominación simbólica y la violencia simbólica. Su enfoque resalta cómo las estructuras de poder influyen en la vida cotidiana y cómo se internalizan las desigualdades en la sociedad.

2.2.1.4.3. Desde el ámbito social. La construcción de las representaciones sociales por parte de la prensa sobre las primeras damas está intrínsecamente relacionada con el ámbito social, ya que la prensa desempeña un papel crucial en la formación y difusión de imágenes, percepciones y valores que influyen en cómo la sociedad percibe y comprende a estas figuras. En este contexto, varios conceptos y enfoques teóricos pueden iluminar cómo la prensa construye estas representaciones desde una perspectiva social.

Las representaciones sociales son productos colectivos y compartidos que reflejan las opiniones, creencias y valores de una sociedad en un momento determinado. La prensa, al seleccionar, enmarcar y presentar historias relacionadas con las primeras damas, contribuye a la construcción de estas representaciones. Por ejemplo, la elección de enfoques positivos o negativos en las noticias, así como la manera en que se describen las acciones y el comportamiento de las primeras damas, influyen en cómo la sociedad percibe su papel y relevancia en la esfera pública.

Los medios de comunicación tienen el poder de influir en la agenda pública al determinar qué temas son considerados importantes por el público. La prensa puede dar prioridad a ciertos aspectos de la vida y actividades de las primeras damas, lo que contribuye a la percepción pública sobre sus roles y contribuciones en la sociedad. Por ejemplo, si la prensa enfatiza más en sus acciones caritativas que en su participación en asuntos políticos, la

percepción pública podría estar sesgada hacia la idea de que su papel principal es benéfico y no político.

La prensa juega un papel en la construcción de estereotipos y estigmatización de las primeras damas al destacar ciertos aspectos de su identidad, apariencia o comportamiento. Estos estereotipos y etiquetas pueden influir en cómo se las ve en la sociedad y cómo se forman juicios sobre ellas. La manera en que la prensa elige retratar a las primeras damas, ya sea como figuras elegantes, líderes carismáticas o simplemente esposas de políticos, afecta la construcción de su identidad pública.

La prensa también contribuye a la construcción de la identidad social de las primeras damas al definir su papel y función en la sociedad. Los relatos mediáticos pueden enfocarse en ciertas cualidades, logros o desafíos, lo que influye en cómo se perciben y se valoran estas mujeres en relación con el contexto social más amplio.

2.2.1.4.4. Desde el ámbito ideológico. La construcción de las representaciones sociales por parte de la prensa sobre las primeras damas está estrechamente ligada al ámbito ideológico de los medios de comunicación. La ideología, entendida como el conjunto de valores, creencias y perspectivas que influyen en la forma en que se presenta y se interpreta la información, desempeña un papel fundamental en la manera en que se construyen y se transmiten estas representaciones.

Las perspectivas ideológicas de los medios influyen en la selección y presentación de noticias relacionadas con las primeras damas. Los valores y creencias de los periodistas y editores pueden influir en qué historias se consideran relevantes y cómo se presentan. Por ejemplo, un diario “X” con una orientación política conservadora podría resaltar logros

tradicionales y papeles más tradicionales de las primeras damas, mientras que otro diario con perspectiva progresista se enfocará en sus esfuerzos en causas sociales y políticas.

Según Van Dijk (1998) sostiene que:

Las ideologías consisten en representaciones sociales que definen la identidad social de un grupo, es decir, sus creencias compartidas acerca de sus condiciones fundamentales y sus modos de existencia y reproducción. Los diferentes tipos de ideologías son definidos por el tipo de grupos que `tienen' una ideología, tales como los movimientos sociales, los partidos políticos, las profesiones, o las iglesias, entre otros. (p. 10)

En el contexto de la prensa y su relación con las ideologías, lo mencionado por Van Dijk apunta a que las ideologías son sistemas de representaciones sociales que juegan un papel fundamental en la definición de la identidad social de diversos grupos. Estas representaciones compartidas por un grupo se relacionan con las creencias que tienen sobre sus condiciones básicas de existencia y cómo buscan mantener y perpetuar su forma de vida.

Cuando se aplica este concepto a la relación entre la prensa y las ideologías, se destaca cómo los medios de comunicación participan en la construcción y difusión de estas representaciones sociales. La prensa influye en la manera en que se formulan y presentan las ideologías de diferentes grupos, ya sean movimientos sociales, partidos políticos, profesiones, iglesias u otros, como las menciona Van Dijk.

“Las ideologías no son cualquier tipo de creencias socialmente compartidas, como el conocimiento sociocultural o las actitudes sociales, sino que son más fundamentales o axiomáticas. Ellas controlan y organizan otras creencias socialmente compartidas” (1998, p. 10). En este contexto, Van Dijk destaca que las ideologías no son simplemente creencias

comunes que se comparten en una sociedad, como el conocimiento general o las actitudes sociales. En cambio, las ideologías tienen un carácter más profundo y fundamental. Además, señala que las ideologías no solo existen como una serie de creencias aisladas, sino que tienen un papel central y axiomático en la forma en que se estructuran y organizan otras creencias compartidas dentro de una comunidad.

En otras palabras, las ideologías actúan como un conjunto de creencias fundamentales que influyen en la interpretación y el sentido que se da a otras creencias y conocimientos dentro de una sociedad. Estas creencias fundamentales actúan como marcos conceptuales que moldean la manera en que se comprenden y se dan significados a los eventos, las relaciones sociales y los fenómenos en general.

Desde la perspectiva de los medios de comunicación y la prensa, este concepto subraya cómo las ideologías ejercen un poderoso impacto en la forma en que se presenta y se interpreta la información en los medios. Las ideologías influyen en la selección de historias, en el enfoque de las narrativas y en la manera en que se presentan ciertos temas. Asimismo, menciona que, las ideologías pueden organizar las creencias compartidas por el público, influyendo en cómo se interpretan y se asimilan las noticias y los discursos mediáticos.

Se han definido las ideologías como creencias fundamentales que subyacen en las representaciones sociales compartidas por tipos específicos de grupos sociales. Estas representaciones son a su vez la base del discurso y de otras prácticas sociales.

También se ha supuesto que las ideologías son principalmente expresadas y adquiridas a través del discurso, esto es, por interacción comunicativa hablada o escrita. (p. 15)

Según Van Dijk, las ideologías se refieren a creencias fundamentales que forman la base de las representaciones sociales compartidas por ciertos grupos sociales. Estas

representaciones sociales no solo influyen en la forma en que se comprende el mundo, sino que también son esenciales para la formación del discurso y otras prácticas sociales. De igual manera, sostiene que las ideologías se expresan y se adquieren principalmente a través del discurso, ya sea en interacciones comunicativas habladas o escritas.

...la relación entre las ideologías y el discurso es compleja y a menudo bastante indirecta. El discurso puede depender tanto de contextos ideológicamente prejuiciados, como de la manera ideológica en que los participantes interpretan los eventos a partir de modelos mentales subjetivos o, más directamente, de creencias generales de grupo que son ideológicamente controladas. (1998, p. 19)

La relación entre las ideologías y el discurso es una interacción compleja y no siempre directa. Esta relación puede manifestarse de varias formas en el contexto de la comunicación mediática, como la prensa y su cobertura de las primeras damas.

En primer lugar, el discurso mediático se ve influenciado por contextos ideológicos prejuiciados. Esto significa que las ideologías preexistentes en la sociedad pueden filtrarse en el discurso de los medios de comunicación, ya que los periodistas y editores pueden tener ciertas predisposiciones o marcos conceptuales arraigados en sus propias creencias y valores. Esto puede afectar cómo se presentan y se interpretan los eventos relacionados con las primeras damas. Por ejemplo, ciertos medios pueden tener un enfoque más crítico o más elogioso dependiendo de su alineación ideológica.

En segundo lugar, el discurso también puede depender de cómo los participantes interpretan los eventos a partir de sus propios modelos mentales subjetivos. Estos modelos mentales son construcciones cognitivas que influyen en cómo las personas perciben y procesan la información. En el caso de la prensa y las primeras damas, los periodistas y

redactores pueden interpretar los acontecimientos en función de sus propias perspectivas ideológicas y presentarlos de manera acorde en sus reportajes.

Además, Van Dijk menciona que el discurso puede ser moldeado por creencias generales de grupo que están ideológicamente controladas. Esto significa que ciertos grupos sociales pueden tener creencias compartidas que están influenciadas por ideologías específicas. En el contexto de las primeras damas, diferentes grupos pueden tener visiones particulares sobre el papel y la importancia de estas figuras en la sociedad, lo que puede afectar la forma en que los medios las representan.

Entonces, en relación con la prensa y los medios de comunicación, esto tiene implicaciones significativas. Los medios no solo reflejan ideologías preexistentes, sino que también participan en su construcción y difusión. La prensa influye en la manera en que se presentan y se articulan las creencias fundamentales de diferentes grupos sociales a través de sus elecciones editoriales, enfoques discursivos y selección de fuentes.

El discurso mediático, ya sea en forma de noticias, opiniones, editoriales u otros géneros, es una herramienta importante para la expresión y la propagación de ideologías. Los medios refuerzan ideologías existentes al promover ciertos puntos de vista y minimizar otros, así como también pueden desafiar o cuestionar las ideologías predominantes al presentar nuevas perspectivas y narrativas.

La prensa, a través de sus elecciones editoriales, enfoques de cobertura y marcos discursivos, puede influir en cómo se presentan y se interpretan las ideologías. Esto puede involucrar destacar ciertos aspectos de una ideología mientras se minimizan otros, seleccionar fuentes y perspectivas que respalden una visión particular, y utilizar un lenguaje que refuerce ciertas creencias y valores.

Por lo tanto, el análisis de cómo la prensa aborda y representa las ideologías de diferentes grupos es esencial para comprender cómo se difunden y se mantienen estas creencias compartidas en la sociedad. La prensa tiene un papel activo en la configuración de las percepciones y comprensiones de las ideologías, lo que a su vez influye en cómo los lectores y espectadores interpretan la realidad social y política en la que están inmersos.

Las posturas ideológicas de la prensa también se reflejan en la forma en que se presentan las acciones y decisiones de las primeras damas. Los medios pueden utilizar un lenguaje valorativo para transmitir aprobación o desaprobación hacia sus acciones. Por ejemplo, la elección de términos como “generosa” o “controvertida” para describir las acciones de una primera dama puede influir en cómo se percibe su papel.

Los artículos editoriales y de opinión publicados por la prensa expresen opiniones. Según la clase y la posición del periódico, estas opiniones pueden variar considerablemente en cuanto a sus supuestos ideológicos. Esta formulación, bastante obvia, parece implicar también que las ideologías de los periodistas influyen de algún modo en sus opiniones, las cuales a su vez influyen en las estructuras discursivas de los artículos de opinión. (Van Dijk, 1996, p. 9)

Van Dijk señala que los artículos editoriales y de opinión publicados en la prensa son espacios donde se expresan opiniones. Sin embargo, estas opiniones no son aisladas ni independientes de contextos más amplios. En cambio, están influenciadas por diversos factores, incluyendo las ideologías que pueden ser sostenidas tanto por los periodistas individuales como por la propia publicación. Esta relación entre ideologías, opiniones y estructuras discursivas es importante para entender cómo se construyen las representaciones sociales en los medios de comunicación.

La variación en las opiniones expresadas en los artículos editoriales y de opinión está influenciada por la clase social y la posición política del periódico. Los diferentes periódicos pueden tener perspectivas ideológicas distintas que afectan la manera en que abordan ciertos temas y eventos. Estas perspectivas ideológicas influyen en las opiniones que se expresan en estos artículos y, a su vez, en cómo se presentan los argumentos y las narrativas en los textos.

Además, sugiere que las ideologías personales de los periodistas también pueden influir en sus opiniones. Las creencias y valores individuales de los periodistas pueden moldear cómo interpretan los hechos y cómo expresan sus puntos de vista en los artículos de opinión. Estas opiniones individuales, cuando se reflejan en el discurso, pueden contribuir a la construcción de representaciones sociales particulares en los medios.

En última instancia, la relación entre ideologías, opiniones y estructuras discursivas en los artículos editoriales y de opinión demuestra que la comunicación mediática es un espacio en el que se entrelazan perspectivas individuales, ideologías institucionales y contextos socio-políticos. Esto influye en la construcción de las representaciones sociales, ya que el contenido expresado en estos textos puede contribuir a la formación y el refuerzo de ciertas interpretaciones y visiones de la realidad.

El enfoque o marco bajo el cual se presenta una historia también puede ser influenciado por la ideología de la prensa. El encuadre determina cómo se entienden y se interpretan los eventos. Por ejemplo, una prensa con una inclinación conservadora podría enmarcar las actividades benéficas de una primera dama como ejemplos de responsabilidad individual y caridad, mientras que una prensa más progresista podría enmarcarlas como parte de un compromiso social y político más amplio, ya mencionado líneas arriba.

La prensa puede construir narrativas ideológicas en torno a las primeras damas al presentar sus acciones en línea con ciertos valores o agendas políticas. Por ejemplo, una prensa que promueva valores feministas podría destacar los esfuerzos de la primera dama por empoderar a las mujeres y promover la igualdad de género.

A veces, los sesgos ideológicos pueden estar presentes de manera más sutil, como en la elección de qué temas se ignoran o minimizan en la cobertura. La prensa puede no otorgar el mismo nivel de atención a ciertas acciones o causas de una primera dama si no se alinean con su orientación ideológica.

Barbero (1991) menciona que “cómo la ideología penetra los mensajes imponiéndole desde ahí a la comunicación la lógica de la dominación” (p.9). En este punto, destaca cómo las ideas y creencias ideológicas se insertan en los mensajes mediáticos y ejercen una influencia en la forma en que se comunica. La referencia a la "lógica de la dominación" sugiere que los medios pueden ser utilizados para perpetuar estructuras de poder y control, donde ciertas ideas o intereses prevalecen sobre otros.

Esta manipulación puede hacer que ciertos discursos sean “soportables” o aceptados por el público, incluso si contienen elementos engañosos o inauténticos. Los medios masivos de comunicación engloban una serie de prácticas cuyo principal objeto es “el significado y los mensajes en la forma de vehículos de signos de una clase específica como cualquier forma de comunicación o lenguaje, a través de las operaciones de códigos dentro de la cadena sintagmática de un discurso” (1980, p. 129).

Según Cajas et al., (2017), “El discurso mediático ha sido considerado como portador de manipulación, resistencias, persuasión, debido a que reproduce la ideología de quienes

tienen el poder de controlar los medios, con la finalidad de impostar sus representaciones y garantizar que la mismas sean ancladas” (Van Dijk, 2006)

El discurso mediático ha sido objeto de atención por su capacidad de influir y moldear la opinión pública y la percepción de la realidad. Se le atribuyen características como la manipulación, la resistencia y la persuasión debido a su papel en la reproducción de ideologías por parte de quienes controlan los medios de comunicación. Estos actores con poder buscan imponer sus representaciones particulares con el fin de asegurarse de que esas representaciones sean internalizadas y aceptadas por la audiencia. Este fenómeno ha sido ampliamente explorado y analizado por investigadores en el campo de la comunicación y los estudios culturales.

Se argumenta que el discurso mediático puede ser manipulado para favorecer ciertas agendas, puntos de vista o intereses. Quienes controlan los medios pueden seleccionar, enmarcar y presentar información de manera sesgada para influir en cómo se perciben ciertos temas. Esta manipulación puede ser sutil o directa, y puede llevar a que la audiencia forme opiniones basadas en información incompleta o distorsionada.

A pesar de la tendencia a la manipulación, el discurso mediático también puede ser un espacio de resistencia. Las voces disidentes, los grupos marginados o las minorías pueden utilizar los medios para desafiar las narrativas dominantes y poner de relieve cuestiones que de otro modo no recibirían atención. A través de este contrapunto, se busca cuestionar y subvertir las representaciones establecidas y plantear nuevas perspectivas.

El discurso mediático tiene el poder de persuadir y convencer a la audiencia adoptar ciertos puntos de vista o comportamientos. A través de la selección de palabras, imágenes y narrativas, los medios pueden influir en la forma en que las personas interpretan la

información y toman decisiones. La persuasión puede ser sutil y subliminal, afectando gradualmente las opiniones y actitudes de la audiencia.

Los medios de comunicación a menudo reflejan la ideología de quienes controlan las plataformas mediáticas. Esto significa que las representaciones presentadas en los medios pueden estar sesgadas en función de las creencias y valores de los propietarios, editores o productores. Esta reproducción ideológica puede tener un impacto en la forma en que se construyen las narrativas y se presentan ciertos grupos, temas o eventos.

2.2.4. El medio

El texto “De los medios a las mediaciones” de Barbero (1991), aborda la importancia de entender los medios de comunicación como mediaciones culturales y sociales en lugar de herramientas técnicas de transmisión de información. El autor argumenta que los medios no solo transmiten información, sino que también producen significados culturales y configuran la forma en que las personas interpretan y experimentan el mundo.

Además, sostiene que los medios son una parte integral de la vida social y que la forma en que se usan y se interpretan está influenciada por la cultura y la historia de una sociedad en particular. Por lo tanto, es importante considerar el contexto cultural y social en el que se utilizan los medios para comprender completamente su impacto.

Asimismo, discute cómo los medios pueden ser utilizados para crear y perpetuar relaciones de poder en una sociedad, así como para resistir y subvertir esas mismas relaciones de poder. También explora la idea de que los medios pueden ser utilizados para construir identidades colectivas y para facilitar la participación ciudadana en la esfera pública.

Por otro lado, Barbero dice que “Durante un tiempo el trabajo consistió en indagar cómo nos manipula ese discurso que a través de los medios masivos nos hacen soportable la impostura” (p. 9). Su investigación se enfoca en relación de cómo los medios de comunicación masiva influyen en la forma en que percibimos y aceptamos ciertas narrativas o discursos, incluso cuando estos pueden ser engañosos o distorsionados. En sus palabras, “el trabajo consistió en indagar cómo nos manipula ese discurso” se refiere a su interés en examinar cómo los mensajes transmitidos a través de los medios de comunicación influyen en nuestra manera de pensar y percibir el mundo.

Sostiene que “Fue así como la comunicación se nos tornó cuestión de mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por tanto, no sólo de conocimientos sino de reconocimiento” (p.10). Es decir, la comunicación se ha convertido en una cuestión más compleja que involucra no solo los medios de comunicación en sí, sino también las mediaciones culturales que influyen en la forma en que percibimos, interpretamos y utilizamos la información que nos llega. La comunicación ya no se trata solo de transmitir información a través de los medios, sino de cómo esa información es mediada y recibida por la cultura y las personas.

Es así que, Barbero sostiene que la comunicación es una cuestión de “mediaciones más que de medios”, lo que significa que no solo se trata de los canales de comunicación en sí, sino de cómo esos canales interactúan con la cultura, los contextos y las perspectivas individuales. La mediación aquí se refiere a la influencia y la interpretación que se ejerce en el proceso de comunicación.

Con el término “reconocimiento”, Barbero hace referencia a un tipo de reconocimiento más profundo y comprensivo, no solo de recibir información, sino de entenderla y darle

sentido. Este reconocimiento implica no solo conocer algo, sino volver a conocerlo en un sentido más completo y contextual. Barbero destaca que este proceso de "reconocimiento" se relaciona con el cambio de perspectiva metodológica en la investigación de la comunicación. En lugar de enfocarse solo en los aspectos de producción de los medios, se centra en la recepción, las resistencias y cómo la audiencia se apropia y utiliza la información. Esta transformación metodológica permite una comprensión más rica de cómo los receptionistas de los mensajes mediáticos interactúan con ellos.

“Pero en un segundo momento, y justamente para que aquel desplazamiento no quede en mera reacción o pasajero cambio teórico, se está transformando en reconocimiento de la historia: reapropiación histórica del tiempo de la modernidad latinoamericana” (p.10). Barbero al menciona “reapropiación histórica del tiempo de la modernidad latinoamericana”, hace referencia a la importancia de comprender cómo la comunicación ha evolucionado a lo largo del tiempo en el contexto específico de América Latina. Este enfoque histórico busca analizar cómo las transformaciones socioculturales han influido en la forma en que se mediatiza y se comprende la comunicación en la región.

Por otro lado, Barbero introduce la perspectiva de Walter Benjamín en relación con la comprensión de la experiencia y su relación con las masas y la tecnología en el contexto histórico. Para Benjamín, resulta fundamental considerar la experiencia como el medio para comprender lo que emerge en la historia en relación con las masas y la tecnología. En este sentido, la experiencia no es solo un aspecto individual, sino que adquiere relevancia en el contexto de la sociedad en su conjunto.

Para Benjamín, pensar la experiencia es el modo de acceder a lo que irrumpe en la historia con las masas y la técnica. No se puede entender lo que pasa culturalmente en

las masas sin atender a su experiencia. Pues a diferencia de lo que pasa en la cultura culta, cuya clave está en la obra, para aquella otra la clave se halla en la percepción y en el uso. (p. 56-57)

La transformación en nuestra percepción de los procesos sociales, abarcando una evolución desde una comprensión anterior que se centraba en una visión conspirativa y externa de la dominación, hasta una perspectiva actual que considera la hegemonía como un paradigma fundamental para desentrañar las intrincadas interacciones entre el poder y la construcción de significado en la sociedad.

El tránsito de lo Popular a lo Masivo, expresado por Barbero, marca un cambio en la orientación del análisis, que transcurre desde la apreciación de lo popular (con raíces culturales y diversidad) hasta lo masivo (la difusión de mensajes a través de medios de comunicación a gran escala). Esta transición reviste una importancia clave para comprender cómo la cultura y la comunicación moldean la sociedad.

En épocas anteriores, solíamos concebir los procesos sociales y culturales como fuerzas externas y conspirativas de poder que subyugaban la cultura popular. Esta perspectiva implicaba una visión pasiva de la audiencia, quien quedaba subyugada ante influencias foráneas. De este modo, Barbero argumenta que:

De lo popular a lo masivo: este simple enunciado puede generar perplejidad. No obstante, esta afirmación señala el cambio de orientación que hoy nos permite evolucionar desde una comprensión de los procesos sociales basada en una visión conspirativa y externa de la dominación, hacia una perspectiva que los examina desde el prisma de la hegemonía por la cual se lucha, aquella que configura las clases y

transforma constantemente las relaciones de poder y significado que tejen la trama de lo social. (p. 113)

Comprender estos procesos desde una perspectiva de hegemonía, donde las relaciones de poder y la lucha por la dirección de las ideas y los significados son esenciales. La hegemonía se refiere al dominio de una ideología o sistema de valores por parte de un grupo social dominante. Desde esta nueva perspectiva, se considera cómo las clases sociales interactúan y cómo se transforman constantemente las relaciones de poder y los significados que conforman el tejido social. Esto implica un enfoque más dinámico y cambiante en la comprensión de la sociedad.

Por otro lado, dice que, pensar la industria cultural, la cultura de masa, desde la hegemonía implica una doble ruptura: con el positivismo tecnologista, que reduce la comunicación a un problema de medios, y con el etnocentrismo culturalista que asimila la cultura de masa al problema de la degradación de la cultura. (p.113)

La industria cultural y la cultura de masas visto desde el marco de la hegemonía es un cambio fundamental; es decir, se aleja del enfoque tecnológico que solo se centra en los medios y del enfoque culturalista que considera la cultura de masas como una degradación de la cultura.

Es así que, Barbero dice que, tenemos un medio que, a diferencia del libro y semejanza del periódico, sale a buscar sus lectores a la calle. Asimismo, tenemos un mercado que funciona con el juego de la oferta y la demanda hasta tal punto que los títulos y resúmenes acaban estereotipándose hasta la fórmula que mejor logra expresar cada género. (p.134)

En el texto *De los medios a las mediaciones*, se exploran las características y la evolución de un medio de comunicación singular, conocido como el "pliego de cordel" que en la actualidad es conocido como los diarios o periódicos que la prensa escrita emite. Este medio se distingue notoriamente tanto de los libros como de los periódicos convencionales. A diferencia de los libros, el pliego de cordel se presenta en las calles en busca de sus lectores, siguiendo un enfoque similar al de los periódicos. Su estructura se ha diseñado meticulosamente con el propósito de cautivar la atención de los lectores: en un principio, arranca con un título provocativo que cumple la función de atraer y seducir, seguido por un resumen que brinda una sinopsis del argumento o la utilidad del contenido, y se complementa con un grabado que aprovecha el poder de la imagen para capturar el interés del público.

Barbero señala que el pliego de cordel opera en un mercado donde la oferta y la demanda influyen en su producción y contenido. Los títulos y resúmenes tienden a estandarizarse para expresar de manera efectiva el contenido de cada género, lo que refleja cómo la dinámica del mercado influye en la presentación y promoción del contenido.

Por otro lado, está la evolución del contenido, es decir, cómo el contenido del "pliego de cordel" ha evolucionado con el tiempo. Inicialmente, el medio se enfocaba en difundir romances, villancicos y canciones. Sin embargo, a medida que avanzaba el tiempo, comenzó a abordar noticias y eventos actuales (sucesos) y almanaques, lo que refleja cómo el contenido se adaptó a los intereses cambiantes de la audiencia.

Dentro de esta evolución, el contenido también está relacionada con cambios en el gusto y las preferencias del público. A medida que se abarataba la impresión de textos y grabados, el contenido se volvió más "sensacionalista" y exagerado en su enfoque, buscando atraer la atención y crear un impacto emocional en los lectores.

Además, al ser un medio de comunicación, el pliego de cordel es descrito como una forma de mediación cultural. Su lenguaje es un híbrido entre el alto y el bajo, reflejando una mezcla de estilos y religiosidades. Esta mezcla es donde reside la blasfemia, ya que desafía las normas tradicionales y establece un espacio comunicativo heterogéneo, dice Martín Barbero.

En este sentido, Barbero continúa explorando cómo el término "masa" cambia en su significado y cómo este cambio está relacionado con la forma en que las clases populares experimentan nuevas condiciones de vida y cómo eso afecta a la cultura popular.

La cultura popular tendía a convertirse en cultura de clase, será esa misma cultura la minada desde dentro y transformada en cultura de masa. Sabemos que esa inversión venía gestándose de tiempo atrás, pero ella no podía hacerse efectiva sino cuando, al transformarse las masas en clase, la cultura cambiara de oficio, y se convirtiera en espacio estratégico de la hegemonía pasando a mediar, esto es, cubrir las diferencias y reconciliar los gustos. (Barbero, 1991, p.153)

El término "masa" adquiere un nuevo significado en un momento de cambio. En lugar de referirse simplemente a una gran cantidad de personas, "masa" empieza a denotar cómo las clases populares perciben y viven las nuevas condiciones de vida. Esto incluye tanto los aspectos de opresión que enfrentan como las demandas y aspiraciones de una mayor democratización social.

Además, Barbero relaciona este cambio en el término "masa" con la cultura popular. En este contexto, "masa" refiere a la cultura que anteriormente se conocía como "popular". La cultura popular estaba en proceso de transformación, ya que estaba evolucionando para representar no solo las características y valores de las clases populares, sino también devenir un espacio para la clase emergente.

Por otra parte, señala que, en este período de cambio, la cultura popular estaba siendo minada desde su interior y estaba siendo transformada en “cultura de masa”. La transformación de la cultura popular a cultura de masa implica que la cultura ya no representaría solo las características y aspiraciones de las clases populares, sino que también mediaría las diferencias entre las clases y reconciliaría los gustos divergentes.

De manera similar, sostiene que la inversión de la cultura popular en cultura de masa se había estado gestando durante un período anterior. Sin embargo, esta transformación completa solo se podría realizar cuando las masas, que anteriormente no tenían una identidad de clase definida, se convirtieran en clases definidas. En este contexto, la cultura cambia su función y se convierte en un espacio estratégico para la hegemonía, que busca mediar entre las diferencias y los gustos de las diferentes de clases.

La relación entre los dispositivos de los medios de comunicación y los cambios en la legitimidad cultural, destaca cómo esta dinámica contribuye a la construcción del imaginario colectivo y al consentimiento activo de los grupos subordinados. Barbero argumenta que:

Los dispositivos de la massmediación se hallan ligados estructuralmente a los movimientos en la legitimidad que articula la cultura: una socialidad que realiza la abstracción de la forma mercantil en la materialidad tecnológica de la fábrica y el periódico, y una mediación que cubre el conflicto entre las clases produciendo su resolución en el imaginario, asegurando así el consentimiento activo de los dominados. Pero esa mediación y ese consentimiento sólo fueron posibles históricamente en la medida en que la cultura de masa se constituye activando y deformando al mismo tiempo señas de identidad de la vieja cultura popular, e integrando al mercado las nuevas demandas de las masas. (p. 135)

Entonces, los dispositivos de los medios de comunicación están estructuralmente vinculados a los cambios en la legitimidad cultural de una sociedad; es decir, la tecnología de fábrica y el periódico, desempeñan un papel importante en la mediación de la cultura, lo que implica cómo se transmiten los mensajes y las representaciones culturales a la sociedad en general. Estos dispositivos también cumplen una función en la mediación de los conflictos entre las clases sociales. En lugar de simplemente reflejar estos conflictos, la mediación de los medios busca resolverlos en el ámbito imaginario, es decir, en la representación simbólica de la sociedad. Esto contribuye a mantener una apariencia de armonía social y a asegurar el consentimiento activo de aquellos que están subordinados en la estructura social.

Barbero sostiene que esta mediación y el consentimiento activo de las clases subordinadas solo pudieron desarrollarse históricamente a medida que la cultura de masa se establecía. La cultura de masa, que refleja los valores y aspiraciones de las clases populares y emergentes, activa y distorsiona al mismo tiempo elementos de identidad de la antigua cultura popular.

Además, la cultura de masa integra las nuevas demandas de las masas en el mercado. Esto significa que los medios de comunicación no solo transmiten ideas y representaciones, sino que también se convierten en un espacio donde se expresan y comercializan las demandas cambiantes de la sociedad en su conjunto.

La cultura de masa no aparece de golpe, como un corte que permita enfrentarla a la popular. Lo masivo se ha gestado lentamente desde lo popular. Sólo un enorme estrabismo histórico, y un potente etnocentrismo de clase que se niega a nombrar lo popular como cultura, ha podido ocultar esa relación hasta el punto de no ver en la

cultura de masa sino un proceso de vulgarización y decadencia de la cultura culta. (p. 135)

En este pasaje, Barbero aborda la evolución gradual de la cultura de masa a partir de la cultura popular, destacando cómo la relación entre ambas ha sido malinterpretada debido a prejuicios históricos y de clase. Enfatiza que la cultura de masa no surge de repente, como un cambio brusco e independiente de la cultura popular.

En cambio, señala que lo que se considera "masivo" ha surgido de manera lenta y progresiva desde el ámbito de lo popular. La cultura de masa es el resultado de una evolución continua que se ha ido gestando a lo largo del tiempo.

La cultura de masa tiene raíces en la cultura popular. Es decir, las características, expresiones y valores que conforman la cultura de masa han evolucionado a partir de elementos presentes en la cultura popular. No son dos entidades completamente separadas, sino que comparten una relación de continuidad.

Por otro lado, Barbero critica la tendencia histórica de observar esta relación entre cultura popular y cultura de masa de manera distorsionada. Utiliza el término "estrabismo histórico" para referirse a la visión sesgada que no ha logrado captar la conexión gradual entre ambas formas culturales. Además, menciona el "etnocentrismo de clase", que es la perspectiva desde la cual la clase dominante desestima la cultura popular al no considerarla como una forma válida de cultura.

Destaca que esta falta de reconocimiento y comprensión ha llevado a una interpretación errónea de la cultura de masa. En lugar de verla como una evolución natural y un resultado del desarrollo cultural, se ha visto como una degradación o decadencia de la cultura culta o dominante.

Por otro lado, Barbero sostiene que:

La incorporación de las clases populares a la cultura hegemónica tiene una larga historia en la que la industria de relatos ocupa un lugar primordial. A mediados del siglo XIX la demanda popular y el desarrollo de las tecnologías de impresión van a hacer de los relatos el espacio de despegue de la producción masiva. El movimiento osmótico nace en la prensa, una prensa que en 1830 ha iniciado el camino que lleva del periodismo político a la empresa comercial. Nace ahí folletín, primer tipo de texto escrito en el formato popular de masa. (p. 135 – 136)

La relación histórica entre las clases populares y la cultura hegemónica, haciendo hincapié en el papel fundamental que desempeñaron los relatos en esta dinámica.

Barbero señala que la inclusión gradual de las clases populares en la cultura dominante o hegemónica tiene una historia extensa. Esta inclusión implica cómo las expresiones culturales y narrativas de las clases populares se integran en la cultura dominante y cómo estas últimas pasan a ocupar un papel central.

El autor destaca que la industria de relatos, es decir, la producción y difusión de narrativas y ficciones, tuvo un rol crucial en esta inclusión. A mediados del siglo XIX, la demanda popular por entretenimiento y el avance de las tecnologías de impresión contribuyeron al crecimiento de esta industria y permitieron la producción masiva de relatos.

Asimismo, resalta que los relatos se convirtieron en el punto de partida para la producción cultural a gran escala dirigida a las clases populares. Estos relatos, que incluían narrativas diversas como novelas por entregas y folletines, se convirtieron en una forma de comunicación de masas que podía llegar a un público amplio y diverso.

Barbero menciona que este movimiento hacia la inclusión de las clases populares en la cultura hegemónica tuvo su origen en la prensa. En la década de 1830, la prensa comenzó a transformarse de un medio enfocado en la política hacia una empresa comercial. Este cambio marcó el inicio de lo que el autor llama "movimiento osmótico", un proceso de intercambio cultural y comunicativo entre diferentes estratos sociales.

En este contexto, el folletín emerge como un tipo de texto escrito que encaja en el formato popular de masas. El folletín, caracterizado por presentar historias en entregas sucesivas, se convierte en una forma literaria que atraía y llegaba a un público amplio, incluyendo a las clases populares. Desde este modo, Barbero menciona que:

Decir “cultura de masa” suele equivaler a nombrar lo que pasa por los medios masivos de comunicación. La perspectiva histórica que estamos esbozando rompe con esa concepción y muestra que lo que sucede en la cultura cuando emergen las masas no es pensable sino en su articulación a las readecuaciones de la hegemonía, que, desde el siglo XIX, hacen de la cultura un espacio estratégico en la reconciliación de las clases y reabsorción de las diferencias sociales. Las invenciones tecnológicas en el campo de la comunicación hallan ahí su forma: el sentido que va a tomar su mediación, la mutación de la materialidad técnica en potencialidad socialmente comunicativa. (p. 153- 154).

Barbero explora el concepto de “cultura de masa” y su relación con los medios masivos de comunicación, pero argumenta que esta concepción tradicional es limitada. El término “cultura de masa” se suele asociar con lo que se difunde a través de los medios masivos de comunicación, como la televisión, la radio y los periódicos. Esta perspectiva se

basa en la idea de que la cultura de masa está determinada por lo que se presenta a través de estos medios.

Es así que, Barbero introduce una perspectiva histórica que va más allá de esta concepción simplista. Argumenta que lo que ocurre en la cultura cuando emergen las masas no se puede entender de manera aislada o independiente de las transformaciones en la hegemonía social. En otras palabras, la cultura de masa está intrínsecamente relacionada con los cambios en la estructura de poder y las relaciones entre clases sociales.

Desde el siglo XIX, se ha observado un fenómeno en el que la cultura se convierte en un espacio estratégico donde se intenta reconciliar las diferencias entre las clases sociales y reabsorber las tensiones sociales. Esto significa que la cultura no solo refleja pasivamente lo que sucede en la sociedad, sino que desempeña un papel activo en la construcción de la identidad y las relaciones sociales.

Barbero resalta que las innovaciones tecnológicas en el campo de la comunicación encuentran su forma en esta dinámica. Los avances tecnológicos influyen en la mediación de la cultura y en la transformación de la materialidad técnica en una potencialidad comunicativa que afecta la forma en que las personas se relacionan, comprenden y se comunican en la sociedad.

Además, enfatiza que vincular los medios de comunicación a este proceso cultural no implica negar la especificidad y el impacto que tienen en la formación de la cultura de masa. Más bien, argumenta que esta conexión proporciona una comprensión más profunda de cómo los medios influyen en la configuración de la cultura en su relación con la hegemonía y las dinámicas sociales.

Estamos afirmando que las modalidades de comunicación que en ellos y con ellos aparecen fueron posibles sólo en la medida en que la tecnología materializó cambios que desde la vida social daban sentido a nuevas relaciones y nuevos usos. Estamos situando los medios en el ámbito de las mediaciones, esto es, en un proceso de transformación cultural que no arranca ni dimana de ellos, pero en el que a partir de un momento —los años veinte— ellos van a tener un papel importante. (p.154)

La relación entre la tecnología y la comunicación, argumentando que las modalidades de comunicación que surgieron con los medios masivos fueron posibles debido a los cambios tecnológicos que coincidieron con nuevas relaciones y usos en la vida social.

Barbero enfatiza que las formas de comunicación que emergieron con los medios masivos de comunicación fueron habilitadas por cambios tecnológicos. Estos cambios tecnológicos influyeron en cómo las personas se relacionaban, accedían a la información y se comunicaban entre sí. Además, sostiene que estos cambios tecnológicos tuvieron un sentido más amplio en el contexto de la vida social. Las nuevas formas de comunicación surgieron en un momento en el que las relaciones sociales estaban experimentando transformaciones, y estos cambios tecnológicos se alinearon con los nuevos usos y necesidades de la sociedad.

Barbero introduce el concepto de “mediaciones”, que se refiere al papel de los medios como agentes de transformación cultural. Los medios no son la fuente inicial de los cambios culturales, sino que actúan como intermediarios o mediadores en un proceso más amplio de transformación cultural que ya está en marcha.

Aunque los cambios culturales no surgieron directamente de los medios, Barbero destaca que, a partir de cierto momento, especialmente en la década de 1920, los medios de comunicación comenzaron a tener un papel importante en este proceso. A medida que la

tecnología avanzaba y la sociedad evolucionaba, los medios desempeñaron un papel clave en dar forma y amplificar estas transformaciones culturales.

La atención a las mediaciones y a los movimientos sociales ha mostrado la necesidad de distinguir dos etapas bien diferentes en el proceso de implantación de los medios y constitución de lo masivo en América Latina. Una primera que va de los años treinta a finales de los cincuenta, en la que tanto la eficacia como el sentido social de los medios hay que buscarlos más que del lado de su organización industrial y sus contenidos ideológicos, en el modo de apropiación y reconocimiento que de ellos y de sí mismas a través de ellos hicieron las masas populares. (p. 178)

La importancia de analizar las mediaciones y los movimientos sociales en el proceso de implementación de los medios y la formación de la cultura de masas en América Latina. Barbero identifica dos etapas distintas en este proceso y enfatiza la primera etapa, que abarca desde los años treinta hasta finales de los cincuenta. Además, resalta la necesidad de considerar las mediaciones, es decir, los procesos intermedios y las interacciones entre diferentes elementos culturales y sociales, así como los movimientos sociales, en el estudio de la implantación de los medios de comunicación y la formación de lo masivo en América Latina.

Del mismo modo, distingue entre dos etapas en el proceso de implementación de los medios y la constitución de la cultura de masas en la región. La primera etapa abarca desde los años treinta hasta finales de los cincuenta, y es la que el fragmento enfoca.

Durante esta primera etapa, Barbero sugiere que la eficacia y el sentido social de los medios no deben atribuirse únicamente a su organización industrial o sus contenidos ideológicos. En lugar de ello, el enfoque debe dirigirse al modo en que las masas populares se

apropiaron de los medios y cómo a través de ellos se reconocieron a sí mismas y a sus propias experiencias en los contenidos mediáticos, lo que tuvo un impacto en la construcción de su identidad y en la forma en que se relacionaban con el mundo que los rodeaba.

Dicho de otro modo, el papel decisivo que los medios masivos juegan en ese período residió en su capacidad de hacerse voceros de la interpelación que desde el populismo convertía a las masas en pueblo y al pueblo en Nación. Interpelación que venía del Estado pero que sólo fue eficaz en la medida en que las masas reconocieron en ella algunas de sus demandas más básicas y la presencia de sus modos de expresión. (p. 178 -179)

Es decir, el papel fundamental que desempeñaron los medios masivos de comunicación en un período específico, explica cómo estos medios se convirtieron en portavoces de una interpelación que tuvo lugar durante el populismo en América Latina.

Barbero destaca que, durante un período particular, los medios masivos de comunicación jugaron un papel central y crucial en la dinámica social y política de la región. Estos medios tuvieron un impacto significativo en la forma en que las masas populares se relacionaron con la política y la sociedad en general. La “interpelación” que se produjo durante el período del populismo, se refiere a la forma en que se dirigían mensajes, demandas y llamados a las masas populares por parte del Estado y otros actores políticos. Durante el populismo, se buscó establecer un vínculo especial entre las masas y el concepto de “pueblo”.

Además, subraya que, en este contexto, los medios masivos se convirtieron en los canales a través de los cuales se transmitía y amplificaba esta interpelación. La idea era transformar a las masas en un concepto más colectivo de “pueblo” y, a su vez, unir este término en un sentido de identidad nacional o “Nación”. El éxito de esta interpelación no se

basó únicamente en la comunicación unidireccional del Estado hacia las masas, sino en el reconocimiento mutuo. Las masas reconocieron en esta interpelación algunos de sus deseos y demandas fundamentales, y se vieron reflejadas en ella.

Por otro lado, resalta que la eficacia de esta interpelación radicó en la presencia de los modos de expresión de las masas en los mensajes mediáticos. En otras palabras, los medios no solo transmitían las demandas y el lenguaje del Estado, sino que también incorporaban los modos de comunicación y expresión que eran familiares y relevantes para las masas.

A partir de los sesenta se inicia otra etapa en la constitución de lo masivo en Latinoamérica. Cuando el modelo de sustitución de importaciones llega a “los límites de su coexistencia con los sectores arcaicos de la sociedad” y el populismo no puede ya sostenerse sin radicalizar las reformas sociales, el mito y las estrategias del desarrollo vendrán a sustituir la “agotada” política por soluciones tecnocráticas y la incitación al consumo. Es entonces cuando, al ser desplazados los medios de su función política, el dispositivo económico se apodera de ellos —pues los Estados mantienen la retórica del "servicio social" de las ondas, tan retórica como la "función social" de la propiedad, pero ceden a los intereses privados el encargo de manejar la educación y la cultura— y la ideología se torna ahora sí vertebradora de un discurso de masa, que tiene por función hacer soñar a los pobres el mismo sueño de los ricos. Como diría Galeano, "el sistema habla un lenguaje surrealista". Pero no sólo cuando convierte la riqueza de la tierra en pobreza del hombre, también cuando transforma las carencias y las aspiraciones más básicas del hombre en deseo consumista. (p. 189)

La transición en la constitución de lo masivo en América Latina a partir de los años sesenta. Explica cómo el cambio en el modelo económico y político de la región, así como la

evolución de los medios de comunicación, contribuyeron a esta nueva etapa. Señala que a partir de los años sesenta, América Latina experimentó cambios significativos en su contexto socioeconómico y político. El modelo de sustitución de importaciones, que había sido central en la política económica, comenzó a enfrentar límites en su coexistencia con sectores más tradicionales de la sociedad. Además, el populismo que había caracterizado ciertas políticas también comenzó a declinar debido a la necesidad de reformas sociales más radicales.

Ante estos cambios, los enfoques de desarrollo y la adopción de estrategias tecnocráticas comenzaron a ganar relevancia. La política tradicional fue reemplazada por soluciones tecnocráticas y se promovió la incitación al consumo como parte del nuevo enfoque económico. Barbero observa que, durante esta etapa, los medios de comunicación, que anteriormente habían tenido un papel político importante, fueron desplazados de su función política. En cambio, el dispositivo económico comenzó a dominarlos, y los Estados dejaron en manos privadas la gestión de la educación y la cultura, aunque mantuvieran retóricamente su “servicio social”.

En este nuevo escenario, la ideología comenzó a desempeñar un papel más central en la formación de un discurso de masa. Este discurso tenía la función de hacer que los sectores menos privilegiados soñaran con el mismo sueño que los sectores más ricos. Barbero cita a Eduardo Galeano, quien sugiere que el sistema habla un “lenguaje surrealista” al transformar la riqueza de la tierra en pobreza humana y convertir las necesidades y aspiraciones básicas en deseos consumistas.

2.2.4.1. La prensa. Barbero explora el papel de los medios de comunicación en el otorgamiento de ciudadanía a las masas urbanas, centrándose en la prensa y su relación con el público no letrado.

Los medios que llevamos estudiados hasta ahora —cine, radio y aún más en el caso de la música— nacieron "populares" precisamente porque eran accesibles a los públicos no letrados. Pero la prensa también ha participado en el otorgamiento de ciudadanía a las masas urbanas. Y lo hizo al producirse el estallido de lo que hacía su unidad, que era la del círculo letrado, y la ruptura con la matriz cultural dominante. (p. 191)

Barbero comienza destacando que los medios de comunicación que ha analizado hasta ese momento, como el cine, la radio y la música, nacieron como medios "populares" debido a su accesibilidad para los públicos que no eran necesariamente alfabetizados. Estos medios eran capaces de llegar a una audiencia más amplia, incluyendo a las personas que no tenían habilidades de lectura y escritura. Por otro lado, dirige su atención hacia la prensa como un medio que también desempeñó un papel en el proceso de otorgar ciudadanía a las masas urbanas. Aquí, "ciudadanía" se refiere a la participación activa de las personas en la vida pública y política de una sociedad.

Además, sostiene que la prensa contribuyó a otorgar ciudadanía a las masas urbanas en un momento en que ocurrió una ruptura en la unidad que sostenía la prensa, es decir, el círculo letrado. La "unidad" se refiere al control y monopolio que el círculo letrado tenía sobre la producción y circulación de información escrita. Sin embargo, esta unidad se rompió cuando la prensa comenzó a alcanzar a públicos más amplios y diversos, lo que a su vez implicó una ruptura con la matriz cultural dominante, es decir, con las normas culturales y literarias que predominaban en la sociedad.

De los medios de comunicación la prensa es el que cuenta con más historia escrita, pero no sólo por ser el más viejo, sino por ser aquel en que se reconocen culturalmente los que escriben historia. Historias de la prensa que obviamente sólo estudian la "prensa seria", y que cuando se asoman a la otra, a la amarilla o sensacionalista, lo hacen en términos casi exclusivamente económicos, en términos de crecimiento de las tiradas y de expansión publicitaria. (p. 194)

Barbero se refiere a la prensa como un medio de comunicación con una rica historia escrita. Destaca que la prensa es uno de los medios de comunicación que cuenta con una historia documentada por escrito. La prensa ha sido registrada y documentada en la forma escrita a lo largo del tiempo. Esto puede atribuirse a su condición de ser uno de los medios de comunicación más antiguos, lo que permite que sus acontecimientos, evoluciones y cambios sean rastreados y documentados en registros históricos.

Del mismo modo, menciona que la prensa es el medio en el que aquellos que escriben historia, en un sentido cultural, encuentran su lugar de reconocimiento. En otras palabras, la prensa ha sido históricamente un espacio en el que los escritores, periodistas y cronistas han registrado y narrado los eventos y acontecimientos de la sociedad, contribuyendo así a la construcción de la historia colectiva. También señala una tendencia en la academia y en los estudios históricos hacia la "prensa seria". Esto implica que la historia escrita de la prensa a menudo se centra en los aspectos más formales y periodísticos del medio. Además, menciona que cuando se aborda la "otra" prensa, como la amarilla o sensacionalista, se suele hacer desde una perspectiva económica, concentrándose en el crecimiento de las tiradas y la expansión publicitaria.

2.2.4.1.1. La prensa en América Latina. En América Latina, cuando la prensa sensacionalista es estudiada lo es para presentarla como ejemplo palpable de la penetración de los modelos norteamericanos que, poniendo el negocio por encima de cualquier otro criterio, vinieron a corromper las serias tradiciones del periodismo autóctono. (p. 195)

Martín Barbero hace referencia a la manera en que se ha abordado el estudio de la prensa sensacionalista en América Latina. Además, comenta que cuando se estudia la prensa sensacionalista en América Latina, se tiende a analizarla desde una perspectiva particular. Según Barbero, uno de los enfoques comunes en el estudio de la prensa sensacionalista en América Latina es presentarla como un ejemplo evidente de cómo los modelos norteamericanos influyeron en la región. En este sentido, se argumenta que la influencia de los modelos norteamericanos, que priorizaban los aspectos comerciales y de negocio por encima de otros criterios, corrompieron las tradiciones más serias del periodismo autóctono de América Latina.

Por otro lado, interpretando a Barbero considera que, la corrupción de las tradiciones periodísticas autóctonas. Se sostiene que esta influencia norteamericana corrompió las tradiciones periodísticas autóctonas de la región. Se asume que la adopción de elementos sensacionalistas y la priorización del negocio sobre la calidad informativa llevaron a una desviación de las prácticas periodísticas tradicionales y más serias que existían en la región.

¿Cuál es el lugar y el papel de los medios masivos en la nueva fase de la modernización en Latinoamérica? O, en otros términos: ¿cuáles son los cambios producidos en la masificación por relación a los medios y en relación a las masas? Para responder hemos de diferenciar lo que pasa en los años de la euforia y "milagros" del desarrollismo —de los inicios de los sesenta, y en algunos países desde un poco antes,

hasta mediados de los setenta—, de lo que sucede en los ochenta con la crisis mundial agudizando en América Latina la contradicción entre el carácter nacional de la estructura política y el carácter trans- nacional de la estructura económica. (p. 194)

Es así que, Barbero plantea una serie de preguntas relacionadas con el papel de los medios masivos en la nueva fase de la modernización en Latinoamérica. Barbero inicia este pasaje cuestionándose sobre el lugar y el papel de los medios masivos en la nueva etapa de la modernización que estaba teniendo lugar en Latinoamérica. Su enfoque está dirigido a analizar cómo los medios y las masas experimentaron cambios en esta fase de la historia.

También, propone que, para responder a estas preguntas, es necesario diferenciar entre dos fases históricas en Latinoamérica. La primera fase es la de "euforia y milagros del desarrollismo", que abarca desde los inicios de la década de 1960 hasta mediados de la década de 1970. Durante esta etapa, varios países de la región experimentaron un optimismo en relación con el desarrollo económico y la modernización.

Del mismo modo sugiere que, durante los años de desarrollismo, los medios masivos y las masas experimentaron cambios significativos. Sin embargo, no proporciona detalles específicos en este fragmento sobre los tipos de cambios que ocurrieron en relación con los medios y las masas. El segundo período que menciona es la década de 1980, una época de crisis mundial que afectó de manera particular a América Latina. Durante esta década, la región se enfrentó a desafíos económicos y políticos, y se intensificó la contradicción entre la estructura política nacional y la estructura económica transnacional.

A diferencia de lo que sucedió durante el populismo, en el que lo masivo designaba ante todo la presencia de las masas en la ciudad con su carga de ambigüedad política, pero con su explosiva carga de realidad social, en "los años del desarrollo" lo masivo

pasa a designar únicamente los medios de homogeneización y control de las masas. La masificación se sentirá incluso allí donde no hay masas. Y de mediadores, a su manera, entre el Estado y las masas, entre lo rural y lo urbano, entre las tradiciones y la modernidad, los medios tenderán cada día más a constituirse en el lugar de la simulación y la desactivación de esas relaciones. Y aunque los medios seguirán "mediando", y aunque la simulación estaba ya en el origen de su puesta en escena, algo va a cambiar como tendencia en ellos. Y no en abstracto, no en el sentido de que ellos se conviertan en mensaje, sino en el mismo sentido que tomará el desarrollo: el del crecimiento esquizoide de una sociedad cuya objetivación no corresponde a sus demandas. Sólo entonces la comunicación podrá ser medida en número de ejemplares de periódicos y de aparatos de radio o de televisión, y en esa "medida" convertida en piedra de toque del desarrollo. (p. 195)

En este fragmento, Barbero explora un cambio fundamental en la percepción y función de lo masivo en América Latina, especialmente durante lo que él llama "los años del desarrollo", un período en el que la región experimentó transformaciones económicas, políticas y sociales. Señala una diferencia entre el concepto de "lo masivo" durante el populismo y en los "años del desarrollo". Durante el populismo, lo masivo estaba vinculado a la presencia real y ambigua de las masas en la ciudad, con connotaciones políticas y sociales intensas. Sin embargo, en la fase del desarrollo, lo masivo se asocia principalmente con los medios de comunicación y su función de homogeneizar y controlar a las masas.

Barbero argumenta que, durante esta época, la masificación se convierte en un fenómeno que se siente en diversos ámbitos, incluso donde no hay una verdadera presencia de masas en el sentido tradicional. Los medios de comunicación asumen un papel mediador entre

distintas esferas, como el Estado y las masas, lo rural y lo urbano, y las tradiciones y la modernidad. Sin embargo, esta mediación tiende cada vez más a convertirse en simulación y desactivación de esas relaciones originales.

Además, sostiene que, algo está cambiando en los medios de comunicación en esta etapa. Aunque los medios continúan ejerciendo su función de mediadores, la simulación y la desactivación empiezan a prevalecer sobre su capacidad de reflejar relaciones reales y auténticas. Además, estos cambios no se dan de manera abstracta, sino en relación con la realidad concreta de la sociedad en crecimiento.

También, plantea que, durante este período de desarrollo, la comunicación se empieza a medir en términos de la cantidad de ejemplares de periódicos, radios y televisores. Esta "medida" se convierte en un indicador clave del progreso y desarrollo de la sociedad.

“Aún masificada, la prensa reflejó siempre diferencias culturales y políticas, y ello no sólo por necesidad de "distinción", sino por corresponder al modelo liberal y su búsqueda de expresión para la pluralidad de que está hecha la sociedad civil” (p. 196). Barbero aborda el concepto de masificación en relación con la prensa y cómo esta, a pesar de ser parte del proceso de masificación, continúa reflejando diferencias culturales y políticas en la sociedad.

Además, menciona que, a pesar de la masificación que caracteriza a los medios de comunicación en la época que describe, en particular la prensa, estas plataformas no se vuelven homogéneas o uniformes en su contenido. En lugar de eso, aún dentro de la masificación, la prensa sigue reflejando la diversidad de opiniones, perspectivas y características culturales y políticas presentes en la sociedad.

El autor resalta que esta persistencia de diferencias en el contenido de la prensa no ocurre solo por una cuestión de buscar “distinción” entre los medios. Más allá de cualquier

intención de destacarse, las diferencias culturales y políticas se mantienen presentes en los medios, en este caso, en la prensa. Esto se debe en gran medida a la naturaleza de la sociedad en sí misma, que es plural y diversa en términos culturales, políticos y sociales.

También menciona el modelo liberal y su enfoque en la sociedad civil. El liberalismo valora la pluralidad de opiniones y la expresión de distintas voces en la esfera pública. La prensa, como parte fundamental de la esfera pública, sigue siendo un medio a través del cual se busca dar voz a una variedad de puntos de vista y perspectivas, lo que contribuye a la representación de las diferencias existentes en la sociedad.

2.2.4.1. Rol del medio de comunicación. Ricardo (2014), sostiene que, en este contexto, la prensa, como fuente, adquirió un triple carácter: primero, como lugar de argumentación de las distintas representaciones sociales vigentes; segundo: como lugar de lucha de las representaciones sociales en conflicto y tercero: como arma de lucha política entre las distintas fracciones políticas en pugna. (p. 115)

Es decir, la prensa se convirtió en un espacio donde las diferentes visiones y opiniones de la sociedad eran presentadas y discutidas. La prensa actúa como una plataforma donde se pueden exponer y debatir las ideas, valores y perspectivas que prevalecen en la sociedad en ese momento. A través de los artículos, editoriales y reportajes, las distintas voces y enfoques pueden ser expresados y considerados.

La prensa no solo es un lugar para presentar diferentes puntos de vista, sino también un campo de batalla donde las representaciones sociales que están en conflicto pueden chocar. La prensa puede convertirse en un espacio donde diferentes grupos y sectores de la sociedad buscan promover sus propias perspectivas y desafiar las de otros. A menudo, los debates y

confrontaciones sobre temas sociales, políticos y culturales tienen lugar en las páginas de los medios de comunicación.

La prensa no solo refleja la lucha política, sino que también se convierte en una herramienta activa utilizada por diferentes grupos políticos en competencia. Los partidos y fracciones políticas pueden utilizar los medios de comunicación para promover sus agendas, criticar a sus oponentes y ganar el apoyo público. La prensa se convierte en un instrumento estratégico en la lucha política y puede influir en la opinión pública.

A fines del siglo XIX e inicios del siglo XX, los textos periodísticos desempeñaron un papel crucial como medios de representación social y desempeñaron diversas funciones en la creación y conformación del entendimiento compartido de la realidad de la época. Estos textos no solo informaban, sino que también moldeaban las percepciones y los discursos públicos, influyendo en la construcción de un universo consensual y en la configuración de una compleja red de discursos y representaciones que reflejaban la realidad social y material de ese período. (p.120)

Los medios de comunicación, en particular la prensa, funcionaron como espacios donde las distintas representaciones sociales existentes en la sociedad encontraron una plataforma para expresarse y argumentar. Los valores, creencias y perspectivas compartidas en ese momento se presentaron y reforzaron a través de artículos, editoriales y reportajes, ayudando a establecer un consenso sobre cómo se veían y se entendían ciertos aspectos de la realidad. Esto contribuyó a definir la cultura y la mentalidad de la época al amplificar y consolidar ciertos puntos de vista.

La prensa no solo reflejaba las representaciones sociales existentes, sino que también era el escenario donde las representaciones en conflicto se enfrentaban y competían. En este

sentido, los textos periodísticos a menudo expresaban diferentes puntos de vista, ideologías y perspectivas en disputa. La prensa proporcionaba un espacio donde diferentes grupos sociales podían debatir y argumentar sus visiones sobre cuestiones culturales, sociales y políticas, lo que a su vez generaba un contrapunto y un enriquecimiento del discurso público.

Además de su función en la representación social y la lucha de ideas, la prensa también se convirtió en un arma de lucha política en el contexto de fracciones políticas en competencia. Los diferentes grupos políticos y partidos utilizaban los medios de comunicación para promover sus agendas, criticar a sus oponentes y movilizar a la opinión pública a favor de sus posiciones. La prensa se convirtió en un medio de influencia política, en el cual la retórica y la persuasión desempeñaban un papel crucial.

En conjunto, durante el período mencionado, los textos periodísticos operaron como agentes activos en la conformación de la representación social y la construcción de la realidad compartida. A través de su capacidad para promover argumentos, reflejar conflictos y servir como herramienta política, la prensa influyó en la forma en que las personas percibían su entorno social y político. Además, sentó las bases para la formación de consensos, la articulación de diferencias y la promoción de agendas políticas y sociales.

La prensa despliega las argumentaciones presentes en la esfera pública y ofrece una vía de acceso al discurso político y social que se manifiesta a través de los diarios de la época. En esta capacidad, se convierte en un medio altamente adecuado para realizar diversas interpretaciones del contenido periodístico, el cual funciona como testimonio de los conflictos urbanos, las polémicas ciudadanas, los valores y las prácticas sociales asociadas al modernismo de la época.

Los medios de comunicación, como la prensa, actúan como intermediarios esenciales entre los eventos, discursos y acontecimientos de la sociedad y su audiencia. Los diarios de la época capturan y presentan argumentos, debates y opiniones que abarcan una variedad de cuestiones políticas y sociales. A través de la prensa, las personas tienen acceso a las voces y las perspectivas que influyen en la formación de la opinión pública y la toma de decisiones.

Los diarios históricos representan un archivo valioso de los conflictos urbanos y las controversias ciudadanas que caracterizaron la época en la que se publicaron. Al proporcionar información detallada sobre debates y enfrentamientos en la sociedad, la prensa actúa como un testigo histórico y una fuente primaria para comprender cómo se abordaban y se debatían los problemas sociales, políticos y culturales en ese momento.

La prensa de esa época también ofrece una ventana hacia los valores y las prácticas sociales asociadas al modernismo. A través de sus artículos, editoriales y reportajes, la prensa captura las ideas emergentes, los cambios en las costumbres y las actitudes de la sociedad en evolución. Esto permite a los investigadores y a aquellos interesados en la historia analizar cómo se desarrollaban y se manifestaban las tendencias modernistas en la cultura y la vida cotidiana.

En última instancia, la prensa histórica se convierte en un recurso fundamental para comprender la dinámica cultural y social de un período determinado. Proporciona una visión multifacética de las discusiones y los debates que configuraron la sociedad de esa época, y permite una interpretación profunda de los valores, las tensiones y las transformaciones que marcaron su desarrollo. En este sentido, los diarios de la época actúan como un puente entre el pasado y el presente, ofreciendo una visión de las complejidades y los matices de la vida y la cultura en ese momento histórico.

Ricardo (2014) afirma que:

El periodismo era, desde la perspectiva modernista, el ámbito por excelencia donde se expresaban los promocionados valores modernos de lo volátil, lo fugaz, lo efímero, lo transitorio. Según expresa un dicho popular: “nada hay más viejo que el diario de ayer”. También el diarismo es el ámbito que nos permite advertir cómo los distintos actores sociales se representaban a sí mismos y a los demás. (p. 116)

Desde la perspectiva modernista, el periodismo se convirtió en el espacio ideal para expresar los valores promovidos por la época, como la volatilidad, la fugacidad, la efimeridad y lo transitorio. Esta visión encajaba perfectamente con la naturaleza misma del periodismo, que se caracteriza por su inmediatez y su enfoque en los eventos y temas actuales. El famoso dicho popular de “nada hay más viejo que el diario de ayer” encapsula este concepto: el contenido de un periódico se vuelve obsoleto muy rápidamente debido a la constante evolución de la información y los acontecimientos.

Además, el diarismo (la actividad de llevar un diario personal) se convierte en un medio a través del cual es posible observar cómo diversos actores sociales se auto representaban y representaban a los demás. Los diarios personales ofrecen una ventana a los pensamientos, emociones y perspectivas de las personas de la época, lo que permite obtener una comprensión más íntima y subjetiva de su vida cotidiana, sus preocupaciones y su relación con la sociedad en la que vivían.

En este contexto, la utilización de la prensa como producto y motor de la incipiente modernidad es especialmente relevante. La prensa no solo reflejaba los valores efímeros y cambiantes del modernismo, sino que también contribuía a difundirlos y consolidarlos en la

sociedad. La prensa servía como una ventana hacia las tendencias, los debates y los eventos en constante cambio que caracterizaban la vida moderna.

En relación con el estudio de las primeras damas u otros actores sociales, la prensa se presenta como una herramienta valiosa. A través de los artículos, editoriales y reportajes de la prensa de la época, es posible examinar cómo se representaban y cómo eran percibidas las figuras públicas, como las primeras damas. Estos análisis ofrecen una perspectiva única sobre cómo estas figuras contribuían a la imagen pública de la incipiente modernidad y cómo se relacionaban con los valores y las expectativas de la sociedad en ese momento.

En el ámbito del periodismo, se centra la atención en la noticia, considerándola como un discurso periodístico. Esta perspectiva va más allá de la simple noción de la noticia como algo novedoso, ya que incorpora la idea de que el discurso periodístico no solo se refiere a algo nuevo, sino que también tiene en cuenta la relación entre el texto, el tiempo y el contexto en el que se presenta. Esta visión tiene como objetivo proporcionar al lector un informe detallado sobre algo que quizás desconoce.

La noticia, en este sentido, se concibe como un texto que no solo comunica información, sino que también la enmarca en un contexto más amplio. Esto significa que, además de presentar los hechos o eventos, se proporciona el contexto necesario para comprender plenamente su significado y relevancia. El lector no solo se entera de lo que está sucediendo, sino que también se le brinda el contexto histórico, social o cultural necesario para apreciar el impacto y las implicaciones de los acontecimientos.

Este enfoque resalta que la noticia como texto es el resultado de un proceso de descontextualización y recontextualización de significados. Los hechos o eventos originales, que ocurren en un contexto específico, son extraídos de ese contexto y presentados de manera

aislada en el discurso periodístico. Luego, se recontextualizan al incorporarlos en un nuevo contexto: el contexto del medio de comunicación y de las audiencias que consumen la noticia. Este proceso de descontextualización y recontextualización puede afectar cómo se perciben y comprenden los hechos, ya que los aspectos del contexto original pueden ser omitidos o enfatizados de manera selectiva.

2.2.4.2. Construcción de la noticia. La prensa juega un papel importante en la construcción de las representaciones sociales. A través de la selección y presentación de noticias y opiniones, la prensa puede moldear la percepción pública sobre ciertos temas y personas, y puede establecer los términos de un debate público. Además, la prensa puede influir en la construcción de las representaciones sociales a través de la cobertura mediática de eventos y sucesos, así como de la presentación de estereotipos culturales.

Es importante tener en cuenta que la prensa puede ser influenciada por intereses políticos y comerciales, y que la cobertura mediática puede ser sesgada y distorsionada. Por lo tanto, es importante evaluar críticamente la información que se recibe a través de los medios de comunicación y considerar múltiples perspectivas y fuentes de información.

2.2.4.3. Estructura de la noticia. Para Van Dijk (1990), una noticia es un relato que presenta información nueva y relevante sobre un evento o tema particular. La noticia tiene como objetivo informar a los lectores sobre lo que está sucediendo en el mundo y proporcionar contexto y análisis sobre los eventos.

Además, destaca que la noticia es un discurso que se construye de manera específica y se presenta a través de diferentes medios de comunicación. Esto significa que la forma en que

se presenta la información en una noticia varía dependiendo del medio en el que se publique, como un periódico, una revista, la televisión o en línea.

Por otro lado, enfatiza que las noticias no son simplemente una colección de hechos, sino que son relatos que se construyen a través de la selección y presentación de información. Esto significa que los periodistas y los medios de comunicación pueden influir en la percepción pública de los eventos al seleccionar qué información incluir en una noticia y cómo presentarla.

Van Dijk plantea principios para el análisis del discurso periodístico, quien considera que el discurso “es un concepto ambiguo” (p.44). En este sentido, Van Dijk sostiene que “el objetivo del análisis del discurso, consiste en producir descripciones explícitas y sistemáticas de unidades del uso del lenguaje” (p.45).

Por otro lado, Van Dijk (1990) describe dos dimensiones principales para el análisis del discurso. Estas dimensiones permiten la comprensión y el análisis de cómo se construye y se interpreta el discurso.

La dimensión textual; estas dimensiones se refieren a las estructuras del discurso en diferentes niveles de descripción. En otras palabras, se trata de cómo se organiza y estructura el lenguaje en un discurso. Esto incluye aspectos como la gramática, la sintaxis, la elección de palabras, la coherencia y la cohesión textual. El análisis de las dimensiones textuales se centra en cómo se construye el discurso a nivel de la superficie, es decir, cómo se organizan las palabras y las oraciones para comunicar un mensaje.

Además, la dimensión contextual, esta dimensión se relaciona con la forma en que las descripciones estructurales del discurso se conectan con diferentes propiedades del contexto. Aquí, el contexto se entiende en un sentido amplio y puede abarcar aspectos como los

procesos cognitivos (cómo se procesa y se interpreta la información), las representaciones mentales (las imágenes mentales que creamos al escuchar o leer), así como factores socioculturales (las influencias sociales y culturales que influyen en la comprensión del discurso). En otras palabras, las dimensiones contextuales analizan cómo el discurso se conecta con la mente del receptor y con el entorno social y cultural en el que se produce y se interpreta.

“El discurso no es sólo texto, sino también una forma de interacción.” (Van Dijk, 1990, p.52). El análisis del discurso va más allá de simplemente describir las estructuras textuales que componen un mensaje, se refiere a cómo el lenguaje se utiliza en contextos reales, implica la acción y la intención detrás de las palabras. Lo mismo ocurre cuando se analizan las estructuras de diálogos, ya que el discurso no se limita a ser solo un conjunto de palabras escritas o habladas, sino que también es una forma de interacción.

Esto significa que el análisis del discurso considera no solo las palabras y las oraciones en sí, sino también cómo se utilizan en la comunicación. Se presta atención a la intención del hablante o escritor, así como a cómo estas palabras afectan a los receptores y cómo estos últimos responden. El discurso es una herramienta fundamental para la interacción humana, y a través de él, las personas no solo transmiten información, sino que también expresan emociones, persuaden, negocian, y realizan una variedad de acciones comunicativas.

2.2.4.4. Producción de la noticia. Según Van Dijk (1990), la producción de la noticia es un proceso complejo y social que involucra una serie de decisiones y etapas, desde la identificación de un evento noticioso hasta la publicación o emisión de la noticia en los medios de comunicación. Este proceso implica la selección, interpretación y presentación de

la información por parte de los periodistas, lo que implica una jerarquización y valoración de la relevancia de los hechos, la evaluación de la credibilidad de las fuentes y la elección de las palabras y los términos adecuados.

“La producción de noticias también implica la adopción de un punto de vista editorial y la interpretación de los hechos de acuerdo con las orientaciones políticas o ideológicas del medio o del periodista” (Van Dijk, 1990, p.48). Se refiere a un aspecto más crucial en la producción de noticias y en el periodismo en general. La idea central es que la producción de noticias no es un proceso neutro, sino que implica la incorporación de un punto de vista editorial y la interpretación de los hechos de acuerdo con las orientaciones políticas o ideológicas del medio de comunicación o incluso del propio periodista.

Cada medio de comunicación tiene una perspectiva editorial, que puede ser influenciada por sus propias creencias, valores y orientaciones políticas. Esto se refleja en cómo se seleccionan, se presentan y se contextualizan las noticias. Por otro lado, la interpretación de los hechos no es un proceso objetivo y unívoco; es decir, los periodistas y editores toman decisiones sobre cómo presentar y contextualizar las noticias, lo que puede influir en cómo se perciben los eventos por parte del público. La elección de palabras, imágenes, el énfasis en ciertos aspectos y la omisión de otros pueden dar forma a la manera en que se comprenden los hechos.

Además de las orientaciones editoriales de los medios, también existen las orientaciones políticas o ideológicas de los periodistas individuales. Los periodistas pueden tener sus propias creencias y perspectivas, y estas pueden influir en la forma en que seleccionan, redactan y presentan las noticias.

2.2.4.5. Comprensión de la noticia. Para Van Dijk (1990), sostiene que la comprensión de las noticias debe basarse en un enfoque que considera la estructura, el proceso y las funciones sociales involucradas: abordando tanto el contenido como la forma en que las noticias son presentadas y cómo el público las interpreta. De esta manera, Van Dijk propone un marco teórico que combina varios aspectos para analizar y comprender las noticias:

- Estructuras del texto: Van Dijk propone analizar la estructura del texto, considerando aspectos como la gramática, el estilo, la organización y otros elementos que pueden influir en la interpretación y comprensión de las noticias.

- Cognición: Van Dijk sugiere estudiar el proceso mental de la comprensión de la noticia, es decir, cómo los individuos entienden, interpretan y procesan información. Este enfoque considera los conocimientos previos, creencias y expectativas del lector que pueden afectar la interpretación de las noticias.

- Interacción y contexto social: Van Dijk sostiene que la comprensión de las noticias no solo es un proceso cognitivo, sino también social e interactivo. La comunicación mediática y las noticias en sí mismas están enmarcadas en un contexto social, donde factores como el poder, las ideologías y las relaciones sociales influyen en la producción, presentación y percepción de las noticias.

2.2.4.6. Formatos de la noticia. Según Gargurevich, citado por Parratt (2008), sostiene que “los géneros periodísticos son formas que busca el periodista para expresarse, debiendo hacerlo de modo diferente, según la circunstancia de la noticia, su interés y, sobre todo, el objetivo de su publicación” (p.15). Es decir, los géneros periodísticos son herramientas que los periodistas utilizan para adaptar su narrativa a la naturaleza de la noticia,

el interés de la audiencia y el propósito de la publicación. Esta adaptabilidad permite a los periodistas comunicar de manera adecuada en diferentes situaciones y con diversos objetivos en el campo del periodismo.

Según Parratt (2008) sostiene que, para comprender los géneros periodísticos en el contexto, se debe tomar en cuenta las funciones principales de un periódico: “informar sobre hechos y opinar sobre esos hechos” (p. 17).

La función informativa, implica proporcionar hechos objetivos y noticias a la audiencia. La segunda es la función de opinión, que se relaciona con la capacidad del periódico para expresar puntos de vista, análisis y valoraciones sobre los hechos.

Los géneros periodísticos son categorías o tipos de narrativa que se utilizan para comunicar información de manera efectiva. Estos géneros son aplicados de acuerdo con las funciones del periódico. Por ejemplo, los géneros informativos, como noticias o reportajes, se utilizan para informar sobre hechos de manera objetiva. Los géneros de opinión, como los editoriales o las columnas, se emplean para expresar puntos de vista y análisis.

Asimismo, el fragmento resalta que, aunque el periódico es principalmente un medio informativo que se enfoca en la divulgación de hechos y noticias, también tiene la capacidad y el deber de actuar como canalizador de ideas. Esto significa que los medios de comunicación pueden influir en la percepción pública y en la formación de opiniones al expresar puntos de vista, análisis y juicios sobre los hechos.

En el periodismo, existen diferentes formatos de noticias que se utilizan para presentar la información al público. A continuación, se describen algunos de los formatos más comunes, según Parratt (2008):

- a. La información o también conocida como la nota informativa

Este es el formato más utilizado en el periodismo. En el contexto periodístico, “información” se refiere a un género específico de texto que tiene el propósito de transmitir de manera concisa y objetiva los hechos más relevantes. Este género sigue normas universales de redacción informativa para garantizar la claridad y la precisión en la presentación de los hechos. La información periodística es el núcleo fundamental del periodismo, ya que comunica noticias de manera directa y descriptiva.

La información periodística no siempre ha sido tan escueta y aséptica como la entendemos en la actualidad. A lo largo de la historia del periodismo, el enfoque y el estilo de la información han experimentado cambios, menciona Parratt, y en algunas épocas, la información fue subjetiva.

La noticia se presenta en un orden jerárquico, comenzando por la información más relevante o impactante y continuando con detalles adicionales en orden descendente de importancia. Este formato se utiliza para permitir que los lectores obtengan rápidamente la información más importante de la noticia.

b. Entrevista

Las entrevistas pueden ser parte de una noticia más amplia o pueden ser la noticia en sí misma. Este formato implica hacer preguntas a una persona para obtener información y opiniones sobre un tema específico.

c. Reportaje

Este formato implica una investigación más profunda y detallada de un tema, en el que se presentan múltiples perspectivas y se incluyen datos y estadísticas. El reportaje puede ser un único artículo o una serie de artículos que aborden diferentes aspectos del mismo tema.

d. Crónica

Este formato se utiliza para contar historias, generalmente con un enfoque en las emociones y las experiencias personales de los protagonistas. Las crónicas suelen ser más largas que las noticias y a menudo incluyen descripciones detalladas de los personajes y los lugares.

e. Opinión

Este formato se utiliza para presentar la opinión de un autor o columnista sobre un tema específico. Las columnas de opinión suelen ser más subjetivas que otros formatos de noticias y pueden incluir comentarios personales y anécdotas. (p.111 – 153).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Enfoque de la investigación

La investigación tuvo un enfoque cualitativo. Este enfoque implica el estudio de fenómenos sociales mediante la observación y la interpretación de datos no numéricos.

Según Martínez (2006), menciona que la investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones. De aquí, que lo cualitativo (que es el todo integrado) no se opone a lo cuantitativo (que es sólo un aspecto), sino que lo implica e integra, especialmente donde sea importante. (p.128)

Por otro lado, Vargas (2011) la metodología cualitativa es:

...aquella cuyos métodos, observables, técnicas, estrategias e instrumentos concretos se encuentran en lógica de observar necesariamente de manera objetiva algún aspecto de la realidad. Su unidad de análisis fundamental es la cualidad (o característica), de ahí su nombre: cualitativa. Esta metodología produce como resultados categorías (patrones, nodos, ejes, etc.)

y una relación estructural y/o sistémica entre las partes y el todo de la realidad estudiada.

(p.21)

En este enfoque de investigación se buscó comprender el significado detrás de las acciones y las expresiones, y se utilizaron herramientas cualitativas. El enfoque cualitativo en la investigación orientó en la comprensión profunda y detallada de los fenómenos sociales.

Según autores como Creswell (2018), el enfoque cualitativo busca comprender el significado detrás de las acciones y las expresiones de las personas, utilizando diversas herramientas.

Es decir, el enfoque cualitativo fue apropiado para esta investigación ya que buscó comprender el significado detrás de las acciones y las expresiones relacionadas con las representaciones sociales de las primeras damas en la prensa peruana, a través del análisis de contenido y el estudio de discurso utilizado en los diarios (El Comercio, La República y El Peruano).

3.2. Diseño de investigación

En el presente estudio tuvo en cuenta el diseño hermenéutico, que se basa en la interpretación de textos y significados culturales para comprender la realidad social y los procesos culturales. En este enfoque, se utilizó una combinación de técnicas interpretativas y analíticas para analizar textos y materiales culturales para comprender las perspectivas, opiniones, creencias y valores subyacentes.

Para Gadamer (1998), citado por Rodríguez la hermenéutica es la herramienta de acceso al fenómeno de la comprensión y de la correcta interpretación de lo comprendido ...

comprender e interpretar textos no es sólo una instancia científica, sino que pertenece con toda evidencia a la experiencia humana en el mundo. (p.23)

Luego, los datos recopilados se analizaron utilizando la técnica de análisis de contenido hermenéutico, este análisis crítico del discurso fue fundamental para identificar patrones y tendencias en la representación de las primeras damas.

3.3. Método de investigación

El método utilizado en la investigación fue el enfoque hermenéutico, un enfoque comúnmente empleado en investigaciones cualitativas para comprender y analizar textos, discursos y otros fenómenos simbólicos. Martínez (2006) considera que el método hermenéutico, en un sentido más amplio, es utilizado por todo investigador y en todo momento; ya que, de manera consciente o inconsciente es utilizado; ya que, la mente humana es, por su propia naturaleza, interpretativa, es decir, hermenéutica: trata de observar algo y buscarle significado.

Por otro lado, Vargas (2011), considera que, la forma como se trabaja en este método es la siguiente:

1) se cuenta con un texto a interpretar, se lee y se analiza a partir de lo que el texto en sí mismo expresa; pero, 2) tomando en cuenta el con-texto en que el escrito ha sido elaborado, y 3) se llega a alguna conclusión. (p.31)

Es así que, el método hermenéutico se basa en la comprensión del significado detrás de los textos o discursos a través de la interpretación y la reflexión crítica.

En la investigación “Construcción de las representaciones sociales por la prensa nacional sobre las primeras damas del Perú, 1990 – 2022” fue importante el uso del método

hermenéutico, ya que se buscó entender cómo se construyeron las representaciones sociales de las primeras damas en la prensa peruana. El método hermenéutico permitió analizar y comprender el significado detrás del discurso utilizado y su relación con el contexto en el que se produjo. El objetivo del método hermenéutico fue comprender la significancia y el significado de los textos, discursos y fenómenos simbólicos, y su relación con el contexto en el que se producen.

3.3. Unidad de análisis

Las unidades de análisis de la presente investigación se constituyeron en los artículos impresos o digitales de los diarios *El Comercio*, *La República* y *El Peruano*, que fueron analizados de acuerdo a la explicación de la siguiente tabla:

Tabla 1

Cuadro de la unidad de análisis

Informantes	Informantes
27 artículos comprendidos entre 1990 a 1994 de los diarios <i>El Comercio</i> , <i>La República</i> y <i>El Peruano</i> de la primera dama Susana Higuchi	Guía de análisis hermenéutico.
10 artículos comprendidos entre 1994 a 2000 de los diarios <i>El Comercio</i> , <i>La República</i> y <i>El Peruano</i> de la primera dama Keiko Fujimori	Guía de análisis hermenéutico.
17 artículos comprendidos entre 2001 a 2006 de los diarios <i>El Comercio</i> , <i>La República</i> y <i>El Peruano</i> de la primera dama Eliane Karp	Guía de análisis hermenéutico.

13 artículos comprendidos entre 2011 a 2016 de los diarios <i>El Comercio</i> , <i>La República</i> y <i>El Peruano</i> de la primera dama Nadine Heredia	Guía de análisis hermenéutico
---	-------------------------------

12 artículos comprendidos entre 2021 a 2022 de los diarios <i>El Comercio</i> , <i>La República</i> y <i>El Peruano</i> de la primera dama Lilia Paredes	Guía de análisis hermenéutico
--	-------------------------------

Nota. Elaboración propia.

3.4. Criterios de elegibilidad

En cuanto a los criterios de elegibilidad sobre la unidad de análisis se consideró a los tres diarios porque poseen mayor cobertura en temas políticos y haciendo una previa investigación son los que más hablan de las primeras damas y sus entornos, antes, durante y después que sean primeras damas.

Por otro lado, se escogió a estos diarios por el factor lectoría y la cantidad de producción de noticias. De acuerdo con un estudio de lectoría realizado en 2016, *El Comercio* y *La República* son dos de los periódicos más leídos en Lima Metropolitana, con *El Comercio* en el tercer puesto y *La República* en el noveno lugar. Ambos diarios también son comúnmente encontrados entre los diez periódicos más leídos en otras ciudades del país, como Arequipa, Cajamarca, Cusco, Ayacucho y Huaraz. Debido a esto, sus noticias tienen un impacto significativo en la opinión pública en estas áreas. Por otro lado, *El Peruano*, un periódico con un enfoque en normas y temas políticos, es comprador por los ciudadanos.

Otros factores que se tuvieron en cuenta fue la antigüedad de los diarios y su disponibilidad actual, siendo *El Peruano* el más antiguo, con una fecha de fundación en 1825, seguido por *El Comercio* en 1839 y *La República* en 1981.

3.5. Procedimientos

El procedimiento que se utilizó para aplicar el método fue el círculo hermenéutico. Según Sánchez (2004), el círculo hermenéutico es un concepto desarrollado por el filósofo alemán Paul Ricoeur y se refiere a la idea de que la comprensión de un texto o un signo es un proceso circular en el que la interpretación influye en la comprensión y viceversa.

Además, Gadamer (1998), citado por Rodríguez, considera que la hermenéutica es: la herramienta de acceso al fenómeno de la comprensión y de la correcta interpretación de lo comprendido ... comprender e interpretar textos no es sólo una instancia científica, sino que pertenece con toda evidencia a la experiencia humana en el mundo. (p.2)

Es decir, fue una herramienta sustancial para interpretar y comprender en profundidad, la construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú en los artículos de los diarios: El Comercio, La República y El Peruano.

Gadamer (1998) y Habermas (1984), citados por Rodríguez, consideran que, el círculo hermenéutico se compone de tres fases:

Comprensión, en esta primera fase, se buscará comprender el texto o signo en su sentido literal o evidente, sin interpretaciones previas o supuestos. Para Habermas la comprensión es “es explicación semántica del sentido superficialmente supuesto, la cual aprehende los hechos sociales descriptivamente” (p.178)

La otra, es la interpretación, en esta segunda fase, se utiliza el conocimiento previo y la experiencia para dar sentido al texto o signo. Aquí es donde se aplican los contextos culturales, históricos, sociales y personales para interpretar el significado profundo del texto sobre las primeras damas del Perú por el diario El Comercio, La República y El Peruano.

Finalmente, la aplicación; en esta fase final, se evalúa la interpretación contra el texto o signo original para determinar su validez.

Si la interpretación se alinea con el sentido literal y la intención del autor, se considera válida y se integra en la comprensión general del texto.

3.6. Aplicación del método hermenéutico

La aplicación del método hermenéutico en dicha investigación se realizó a través del círculo hermenéutico, que consta de tres fases, según Gadamer (1998) y Habermas (1984); tales son: Comprensión, interpretación y aplicación.

Según los mismos autores existen niveles de análisis en el círculo hermenéutico; tales como: el análisis formal, semántico y socio-cultural.

3.7. Categorías preliminares a estudiar

Construcción de las representaciones sociales por la prensa peruana (El Comercio, La República y El Peruano) de las primeras damas (Susana Higuchi, Keiko Fujimori, Eliane Karp, Nadine Heredia y Lilia Paredes)

3.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el análisis de datos, se usó el análisis hermenéutico que según Cárcamo (2005) el análisis hermenéutico se enmarca en el paradigma interpretativo comprensivo; lo que supone un rescate de los elementos del sujeto por sobre aquellos hechos externos a él. En este sentido, debe destacarse que dicho análisis toma como eje fundamental el proceso de interpretación. (p.211)

Por otro lado, se también se usó la técnica de análisis de contenido cualitativo, esta técnica se utiliza para examinar el contenido de un texto, discurso o cualquier otro tipo de material con el objetivo de comprender los mensajes subyacentes y su significado. La perspectiva crítica del análisis cualitativo de contenido se enfoca en identificar y cuestionar los supuestos, valores y poder en el material analizado.

El análisis cualitativo de contenido se define a sí mismo dentro de este marco de trabajo como una aproximación empírica, de análisis metodológicamente controlado de textos al interior de sus contextos de comunicación, siguiendo reglas analíticas de contenido y modelos paso a paso, sin cuantificación de por medio” (Mayring, 2000).

Los instrumentos que se usaron fueron la guía de análisis hermenéutico y la guía de análisis de contenido cualitativo.

Según Martínez (2006), una guía de análisis hermenéutico y una guía de análisis de contenido cualitativo, son instrumentos utilizados para orientar y estructurar el análisis de materiales, ya sea un texto, un discurso o cualquier otro tipo de material. Estas guías ayudan a los investigadores a identificar y analizar de manera sistemática los aspectos relevantes del material y a reflexionar sobre ellos de manera crítica.

3.9. Procedimiento

3.9.1. Aplicación del método hermenéutico

El procedimiento que se utilizó para aplicar el método fue el círculo hermenéutico. Según Sánchez (2004), el círculo hermenéutico es un concepto desarrollado por el filósofo alemán Paul Ricoeur y se refiere a la idea de que la comprensión de un texto o un signo es un proceso circular en el que la interpretación influye en la comprensión y viceversa.

Sánchez cita a Gadamer (1998), quien considera que, el círculo hermenéutico se compone de tres fases:

a. Primera fase: La comprensión

En esta primera fase, se buscó comprender el texto o signo en su sentido literal o evidente, sin interpretaciones previas o supuestos.

b. Segunda fase: La interpretación

En esta segunda fase, se utilizó el conocimiento previo y la experiencia para dar sentido al texto o signo. Aquí es donde se aplicaron los contextos culturales, históricos, sociales y personales para interpretar el significado profundo del texto sobre las primeras damas del Perú por el diario El Comercio, La República y El Peruano.

c. Tercera fase: La aplicación

En esta fase final, se evaluó la interpretación contra el texto o signo original para determinar su validez. Si la interpretación se alinea con el sentido literal y la intención del autor, se considera válida y se integra en la comprensión general del texto.

3.10. Rigor científico

Tabla 2

Matriz de confiabilidad

Objetivo	Categoría/Subcategoría	Fuente de recolección de datos	Hallazgos
Entender cómo se construyó las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, 1990 -2022 (Susana Higuchi, Keiko Fujimori, Eliane Karp, Nadine Heredia y Lilia Paredes) por el diario El Comercio, La República y El Peruano.	Construcción de las representaciones de las primeras damas del Perú por la prensa nacional.	El Comercio, La República y El Peruano	Las representaciones sociales se construyeron a través de la cobertura mediática de eventos, declaraciones públicas y acciones de las primeras damas en el contexto político y social de cada período presidencial. Los enfoques editoriales y agendas políticas de los diarios también influyeron en estas representaciones, lo que resultó en una variedad de perspectivas, desde la aprobación hasta la crítica, dependiendo de los momentos políticos y los enfoques de cada medio de comunicación.
Analizar cómo se presentó el rol de las primeras damas del Perú en los diarios El Comercio, La República y El Peruano.	Construcción de las representaciones de las primeras damas del Perú por la prensa nacional.	El Comercio, La República y El Peruano	La presentación del rol de las primeras damas del Perú en estos diarios varió desde una cobertura positiva hasta una crítica, dependiendo del momento político y de la relación con el presidente en funciones. Cada diario reflejó su propia perspectiva editorial y

			agenda política en la representación de estas figuras públicas.
<p>Debelar de qué manera se describe a las primeras damas del Perú en los diarios, El Comercio, La República y El Peruano.</p>	<p>Construcción de las representaciones de las primeras damas del Perú por la prensa nacional.</p>	<p>El Comercio, La República y El Peruano</p>	<p>La descripción de las primeras damas en estos diarios reflejó la dinámica política y la relación con el gobierno de turno. Algunas se presentaron de manera positiva, mientras que otras fueron objeto de crítica y controversia, dependiendo de la perspectiva editorial de cada medio y del contexto político.</p>
<p>Identificar qué factores influyeron en la representación de las primeras damas del Perú, por el diario El Comercio, La República y El Peruano.</p>	<p>Construcción de las representaciones de las primeras damas del Perú por la prensa nacional.</p>	<p>El Comercio, La República y El Peruano</p>	<p>La construcción de las representaciones sociales de las primeras damas estuvo influida por una serie de factores clave. Entre los más destacados se encuentran la afiliación política y el rol desempeñado por las damas en el gobierno, las acciones y proyectos que llevaron a cabo, sus relaciones con los medios de comunicación, el contexto social en el que se desarrollaron y la cultura propia de cada una de ellas, así como la del medio periodístico en el que se dieron a conocer. Estos factores, en conjunto, contribuyeron de manera significativa a la manera en que fueron representadas en los medios de comunicación.</p>

<p>Analizar el contenido de mensaje sobre la construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por el diario El Comercio, La República y el El Peruano.</p>	<p>Construcción de las representaciones de las primeras damas del Perú por la prensa nacional.</p>	<p>El Comercio, La República y El Peruano</p>	<p>El contenido de los mensajes sobre las primeras damas fue muy diverso, variando significativamente para cada una de ellas. Mientras que algunas fueron elogiadas y resaltadas por su rol y acciones, otras fueron objeto de críticas y minimizadas debido a sus circunstancias personales. En la construcción de estas representaciones, se tuvieron en cuenta las percepciones y opiniones de expertos y analistas políticos, quienes evaluaron su desempeño y su impacto en la sociedad peruana.</p> <p>Es importante destacar que cada diario adoptó su propia perspectiva y enfoque al representar a estas mujeres, lo que resultó en una diversidad de narrativas y evaluaciones en la cobertura mediática.</p>
---	--	---	---

Nota: *Elaboración propia.*

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados

Con el fin de comprender adecuadamente el objeto de estudio de esta investigación, se ha tomado en cuenta el análisis de las publicaciones periodísticas de tres medios de comunicación destacados en el Perú: El Comercio, El Peruano y La República. Estas publicaciones centraron temas relacionados con las primeras damas del Perú, específicamente, aquellas que ocuparon dicho cargo en diferentes periodos de tiempo, tales son: Susana Higuchi (1990-1994), Keiko Fujimori (1994 – 2000), Eliane Karp (2002 – 2006), Nadine Heredia (2011 – 2016), y Lilia Paredes (2021 – 2022). Todas estas figuras estuvieron involucradas en diversas controversias y desempeñaron roles destacados en el ámbito político peruano. Este análisis permitió profundizar el entendimiento sobre el proceso de construcción y la representación sociales de las primeras damas a lo largo del tiempo.

A continuación, se presenta un análisis de contenido de las informaciones publicadas en los diarios, tanto en sus ediciones físicas como virtuales, previamente

mencionados. Este análisis se ha realizado utilizando una guía hermenéutica que sigue los procesos del círculo hermenéutico.

4.1.1. Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú por la prensa peruana

4.1.1.1. Susana Higuchi

4.1.1.1.1. La República

Figura 1

Título: Vuelo en Primera



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Su amor comenzó en una vulcanizadora y terminó en palacio. Los Fujimori, un cambio de estilo.

Género periodístico: Opinión

Sección: Política

Fecha de publicación: 3 de agosto de 1990.

Imagen que acompaña la nota: El presidente y la primera dama celebrando su triunfo; y a lado izquierdo, Susana Higuchi, luciendo una vestimenta elegante y sosteniendo en la mano la revista "Hola", y una foto familiar.

Autora: Fernanda Gucci.

Contexto histórico y social: Elecciones de 1990, crisis política y económica, conflicto armado interno, descontento político y elecciones inesperadas.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

En esta columna de opinión escrita por Andrea Gucci, se destaca la profunda transformación que experimentó la familia Fujimori al asumir la presidencia. La imagen incluida captura el emotivo momento de triunfo de Alberto Fujimori junto a su esposa, lo que insinúa que Susana desempeñó un papel crucial en las exitosas campañas presidenciales.

La columna pone en foco la figura de Susana Higuchi, que se le representa como las celebridades europeas, conocidas como “jet setters”. Esto implica que su fama y reconocimiento son comparables a los de personas influyentes y de alto perfil en Europa. Esta notoriedad sugiere que su presencia y visibilidad en la sociedad son destacadas; ya que, Higuchi ha cautivado a la audiencia “gracias a su estilo versátil y su personalidad vibrante”. Además, Gucci sostiene que “no es una simple dama de...”, a través de esta afirmación se destaca que Higuchi no se limita a un rol pasivo o superficial como primera dama, sino que su personalidad e influencia trascienden las expectativas convencionales asociadas con su posición. En otras palabras, se construye una imagen de una primera dama empoderada y destacada para la sociedad peruana.

El estilo y la personalidad de Higuchi parecen haber dejado una impresión perdurable en la sociedad, y su versatilidad en cuanto al vestuario, que oscila entre lo llamativo y lo discreto, demuestra su habilidad para adaptarse a diferentes ocasiones, contribuyendo así a su notoriedad en actividades en las está presente.

Por otro lado, el artículo enfatiza que Higuchi no se limita a cumplir un papel tradicional de primera dama de manera pasiva. Por el contrario, posee una personalidad energética y carismática que va más allá de las expectativas. Es conocida por “seducir con

sus respuestas”, lo que implica su capacidad para cautivar a quienes la entrevistan, lo que la destaca como una de las grandes oradoras de aquel tiempo.

También, el artículo destaca que Higuchi no es una “limeñita cautelosa”, lo que significa que no se conforma con ser una figura discreta de la sociedad limeña, sino que demuestra ser una mujer de decisiones a tomar. El artículo ofrece detalles sobre su historia personal, incluyendo su matrimonio con Alberto Fujimori y su exitosa carrera como Ingeniera Civil, así como información sobre los miembros de su familia; lo que implica que la construcción de las representaciones sociales de la primera está enfocada en su personalidad y su vida privada.

Finalmente, en el artículo resalta el impecable aspecto de la primera dama durante las ceremonias de juramentación, donde luce “espléndida”, incluso la comparan el estilo de la anterior primera dama, Pilar Nores, sugiriendo que en el Palacio de Gobierno se está imponiendo la moda y la elegancia.

Figura 2

Título: Fujimori le hablará al país dentro de los próximos días



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Primera dama inauguró taller “Los niños de la calle”.

Género periodístico: Informativo

Sección: Social

Imagen que acompaña la nota: La primera dama junto a los jóvenes en la inauguración del taller “Los niños abandonados”.

Contexto histórico y social: El contexto político y social en Perú en ese momento estaba marcado por una mezcla de desafíos y cambios significativos en la política y la sociedad del país.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La representación social de Susana Higuchi en la inauguración del taller “Por los niños de la calle” por parte del diario La República muestra una dinámica de colaboración y apoyo hacia la figura presidencial de su esposo.

Por otro lado, en la nota se enfatiza que la voz de Alberto Fujimori estaba por encima de la de la primera dama al mencionar “Más que mi palabra el pueblo quiere escuchar la palabra de mi esposo”, lo que se interpreta como una sumisión a la autoridad en lugar de una colaboración igualitaria en la toma de decisiones. Esto suscita dudas sobre su independencia.

Durante este evento, se observó un cambio significativo en la actitud de la primera dama, ya que optó por no responder a las preguntas de la prensa, lo que marcó un contraste notable con su comportamiento durante la campaña electoral, cuando se mostraba “elocuente y comunicativa”. Esta discrepancia ha generado interrogantes sobre la autenticidad y sinceridad de la imagen que solía proyectar durante las campañas políticas.

Además, en nota se resalta que lo que Higuchi describe sobre el gobierno como

“técnico, moralista y humanista”, intentando destacar los valores y principios que compartían ella y su esposo en su gestión; generando así un intento de moldear la percepción pública sobre el gobierno y sus intenciones.

Figura 3

Título: Invoca a políticos empresarios y sindicalistas... “Susana Higuchi pide trabajar por programa en favor de la niñez



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Diferencia entre países ricos y pobres plantea necesidad de “una premisa índole moral” dijo.

Género periodístico: Opinión

Sección: Local

Fecha de publicación: Lima, domingo 12 de septiembre de 1990.

Imagen que acompaña la nota: Se muestra a la primera dama bailando junto al alcalde de Arequipa.

Autora: Doris Hinojosa

Contexto histórico y social: Elecciones de 1990, crisis política y económica, conflicto armado interno, descontento político y elecciones inesperadas.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú por la prensa peruana.

El artículo de opinión de Doris Hinojosa en el diario La República construye una representación social muy favorable de la primera dama, Susana Higuchi. Enfatiza su dedicación al bienestar de los niños, destacando su papel como una de las primeras damas más comprometidas con esta causa. El llamado abierto a políticos, empresarios y sindicalistas para unirse a esta noble acción la presenta como una líder que busca la colaboración de diversos sectores en pro del cuidado infantil.

Además, Hinojosa resalta la valentía de Higuchi al abordar cuestiones morales y éticas, al señalar la disparidad entre países ricos y pobres en cuanto a las necesidades de los niños. Esto fortalece la imagen de Higuchi como una defensora apasionada de los derechos infantiles y como una persona con una sólida brújula moral.

La alusión a la unidad en el gobierno, mencionando al presidente, también contribuye a una imagen positiva de Higuchi, insinuando una colaboración armoniosa entre ella y su esposo en la gestión gubernamental.

Figura 4

Título: “Se ha iniciado una nueva era, más técnica y menos politiquería”



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Presidente electo propone pacto social para alcanzar desarrollo.

Género periodístico: Nota informativa.

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, lunes 11 de julio de 1990

Imagen que acompaña la nota: Se presentan tres imágenes, siendo la más destacada aquella tomada en la terraza del Hotel “Crillón”, donde se muestra al presidente y la primera dama, tomados de la mano en un gesto simbólico de victoria, mientras la población celebra su triunfo.

Contexto histórico y social: Elecciones de 1990, crisis política y económica, conflicto armado interno, descontento político y elecciones inesperadas.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú por la prensa peruana.

La nota informativa del diario La República construye la representación social de la primera dama, Susana Higuchi, como una figura política e influyente en la clave del éxito del partido Cambio 90 en las elecciones. Su papel durante el evento de victoria, tomando el megáfono y dirigiéndose a la población, muestra que no solo es la esposa del presidente, sino que también desempeña un papel activo en la política y tiene la capacidad de movilizar y conectar con la sociedad.

Por otro lado, la nota resalta el compromiso de Higuchi con la dignificación de la mujer y la revalorización del papel de las madres. Esto la presenta como una defensora de los derechos de las mujeres y como alguien que aboga por la igualdad de género y el reconocimiento de las mujeres en la sociedad.

La insistencia de la población para que Higuchi tome la palabra y su apoyo entusiasta durante su discurso sugieren que ella tiene un poder de movilización y carisma que la convierte en una figura influyente. Su capacidad para hacer un llamado a la sociedad y recibir una respuesta positiva muestra que tiene un poder político y social significativo en ese contexto.

Figura 5

Título: Susana Higuchi al ser declarada "huésped ilustre" de Ciudad Blanca. "Arequipa lucha por afirmación nacional y por derrotar la crisis"



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Susana Higuchi al ser declarada "huésped ilustre" de Ciudad Blanca

Género periodístico: Nota informativa

Sección: Local/Social

Fecha de publicación: 2 de octubre de 1990

Imagen que acompaña la nota: En el centro de la nota informativa se encuentra una fotografía de Susana Higuchi, de perfil, respondiendo a los medios de comunicación, mientras es rodeada por las cámaras de los fotógrafos.

Contexto histórico y social: Elecciones de 1990, crisis política y económica, conflicto armado interno, descontento político y elecciones inesperadas.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

En esta nota informativa de La República, la construcción de la representación social de la primera dama, Susana Higuchi se basó en su destacado papel en el desarrollo de la región y su preocupación por los problemas económicos y sociales que afectan a la zona, lo que proyecta una imagen de compromiso social y responsabilidad.

En el evento al que asistió, se le otorgó un diploma de honor y se la declaró

“huésped ilustre de la ciudad”, lo que refuerza su imagen como una figura de importancia en el ámbito social y político. Este reconocimiento institucional contribuye a la construcción de su imagen como una líder destacada en su esfuerzo por mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Además, La República destacó su deseo de liderar el Programa de Asistencia Directa (PAD) y expresó su insatisfacción con la dirección actual del programa. Esto la presenta como una mujer empoderada y dispuesta a asumir roles de liderazgo para contribuir al desarrollo y la innovación en el país, subrayando su interés en promover la participación activa de las mujeres en la sociedad.

Otra faceta de la representación de Higuchi se relaciona con su preocupación por la educación y el bienestar de los jóvenes de bajos recursos económicos. Su compromiso en abordar estas preocupaciones y su llamado a la valentía y la inteligencia en la lucha por un mejor futuro enfatizan su enfoque en cuidar y apoyar a las generaciones jóvenes.

Figura 6

Título: Primera dama anuncia en Puno obras para dotar de agua y luz a pobladores



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Primera dama anuncia en Puno obras para dotar de agua y luz a poblados.

Género periodístico: Artículo informativo

Sección: Local/ Social

Fecha de publicación: 8 de septiembre de 1990

Imagen que acompaña la nota: En el centro de la nota informativa se encuentra dos fotografías, la primera nos muestra a Higuchi, entre la juventud, rodeada de niños mientras realiza un saludo a la multitud; en la segunda fotografía vemos a Higuchi, entre los locales de la comunidad de Puno, estrechando la mano de un miembro de la comunidad, de forma optimista, con una gratitud que se percibe en el ambiente.

Autora: Ana Cecilia del Castillo

Contexto histórico y social: Elecciones de 1990, crisis política y económica, conflicto armado interno, descontento político y elecciones inesperadas.

Categoría: Elecciones de 1990, crisis política y económica, conflicto armado interno, descontento político y elecciones inesperadas.

El diario La República representa a la primera dama, Susana Higuchi, desde una perspectiva política, destacando el papel de Higuchi en la promoción de planes y programas para el desarrollo del trapezio andino. La narrativa sugiere que ella no solo es una figura protocolaria, sino que desempeña un papel activo en la planificación y supervisión de iniciativas de desarrollo regional. Esto la representa como una primera dama comprometida con asuntos políticos y de desarrollo, lo que contribuye a su representación como una figura política influyente.

Por otro lado, el artículo también muestra a Higuchi como alguien dispuesta a señalar y criticar las deficiencias en la gestión de las autoridades locales. Su preocupación por el abandono de comunidades y la situación precaria en instituciones que atienden a adultos mayores e infantiles resalta su interés en cuestiones sociales y su disposición para abogar por un cambio. Esta postura se interpreta como un intento de influir en las políticas y la administración gubernamental.

Además, la representación social de Higuchi también incluye su énfasis en la importancia de las familias y su declaración de que su compromiso con el Perú se hace

cada vez mayor. Esto sugiere que su papel como primera dama no la aleja de su familia, sino que refuerza la unión de su núcleo familiar.

Figura 7

Título: Susana dice que sabe de irregularidades que "involucra al premier Goldenberg"



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Asegura que sigue siendo la primera dama y pide dejar a sus hijos al margen de los problemas que tiene con su esposo.

Género periodístico: Nota informativa.

Sección: Política

Fecha de publicación: Sábado, 27 de agosto de 1994.

Imagen que acompaña la nota: Se le muestra a Susana Higuchi sentada con una sonrisa.

Contexto histórico y social: Crisis política, separación de conyugal, destitución de la función de primera dama, develación de actos de corrupción.

Categoría: Elecciones de 1990, crisis política y económica, conflicto armado interno, descontento político y elecciones inesperadas.

Susana Higuchi es presentada como una figura política que denuncia actos de corrupción dentro del gobierno. Esto la muestra como una persona dispuesta a desafiar a

las instituciones y a otros políticos, lo que le atribuirse a un cierto nivel de poder y valentía. Su denuncia involucra al congresista Efraín Goldenberg y la electrificación del

Asentamiento Humano "Mi Perú". Esta revelación pone en tela de juicio la integridad de otros políticos y se considera un intento de desestabilizar a ciertos actores dentro del poder.

Por otro lado, la imagen de Higuchi se muestra como una mujer fuerte y decidida, a pesar de enfrentar encarcelamientos y presiones dentro del Palacio de Gobierno, ella continúa con su denuncia. Esto se interpreta como un acto de empoderamiento, ya que está dispuesta a enfrentar a aquellos que intentan silenciarla. Además, el respaldo que recibe de la población puede verse como un indicativo de su influencia y apoyo público.

La confrontación con el congresista Rafael Rey Rey muestra que Susana Higuchi no teme expresar sus opiniones y confrontar a quienes la critican y hablan demás. Esto se considera como un acto de poder, ya que demuestra que está dispuesta a defender su posición en el ámbito político.

La afirmación de que el cargo de primera dama le corresponde a la esposa del presidente de la república se relaciona con la representación de género en la política. Higuchi se enfrenta a esta percepción tradicional al mantener que sigue siendo la primera dama, a pesar de su destitución oficial. Esto se interpreta como un desafío a las normas de género y al papel tradicional de la primera dama.

Figura 8

Título: *Susana Higuchi pide modificar artículo de la Ley Electoral por "nulo y punible"*



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Norma cuestionada prohíbe postular a la Presidencia o Vicepresidencia al conyuge o a los parientes de que ejerce a la Presidencia.

Género periodístico: Informativo

Sección: Político

Fecha de publicación: Jueves, 4 de agosto de 1994.

Imagen que acompaña la nota: Se le muestra a Susan Higuchi rodeada por la prensa.

Contexto histórico y social: Crisis en el patrimonio de la pareja presidencial.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La nota informativa de La República sobre Susana Higuchi ofrece una visión interesante de su figura y su influencia en la arena política.

La exigencia de Susana Higuchi de modificar el artículo de la Ley Electoral que prohíbe a cónyuges y parientes consanguíneos postularse a la presidencia o vicepresidencia demuestra su determinación y voluntad política. Está dispuesta a enfrentar y desafiar las leyes establecidas para abrir el camino a su posible candidatura.

Esto sugiere que ella se ve a sí misma como una competidora política viable.

A través de su acción, Higuchi también es vista como una figura empoderada en el ámbito político. Ella no solo exige cambios en la ley, sino que también argumenta con fundamento jurídico su posición. Esto puede interpretarse como un acto de empoderamiento, ya que está luchando por su derecho a postularse, desafiando posibles barreras de género y nepotismo.

El hecho de que su exigencia haya llevado a los congresistas a convocar una reunión de urgencia para discutir el tema demuestra su capacidad para movilizar la política y poner su agenda en el centro de atención. Esto sugiere que su influencia en la política peruana no debe subestimarse.

La comparación que hace Susana Higuchi entre la Ley Electoral y diferentes constituciones anteriores muestra su conocimiento de la historia constitucional de Perú y su habilidad para argumentar desde una base legal.

Figura 9

Título: "Ganan poco, pero suspenden huelga por humanidad hacia los enfermos"



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Primera dama se presentó en el programa que conduce Gisela Valcárcel.

Género periodístico: Informativo

Sección: Local

Fecha de publicación: Lima, martes 23 de abril de 1991.

Imagen que acompaña la nota: La imagen se muestra en plano general, donde muestra a Susana Higuchi que recibe el saludo de un niño muy sonriente, y al otro extremo a la conductora que aplaude aquel gesto.

Contexto histórico y social: Principios del gobierno de Alberto Fujimori y de Susana Higuchi.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La nota informativa de La República sobre Susana Higuchi presenta una imagen multifacética de la primera dama.

En el aspecto político, se destaca su papel como una figura que se preocupa por las poblaciones vulnerables y los enfermos. Su participación en campañas de salud y su compromiso con Aldeas Infantiles demuestran su interés en abordar problemas de importancia nacional, como el cólera. Su afirmación de que “somos un equipo que ha priorizado el trabajo” resalta su enfoque en la acción y el compromiso en lugar de la retórica política vacía.

Por otro lado, la nota presenta a Susana Higuchi como una mujer decidida y empoderada. Su respuesta de “No se gana, pero se goza” ante la pregunta sobre su trabajo como primera dama sugiere que estuvo dispuesta a enfrentar los desafíos de su papel con determinación y pasión. Esta declaración desafía la idea de que el trabajo de primera dama no es meramente simbólico o decorativo, mostrando la capacidad y el compromiso con la causa.

Asimismo, a Higuchi se le representa como una figura que tiene la capacidad de influir en la decisión de los trabajadores de la salud de suspender la huelga por razones humanitarias. Su llamado a la humanidad y su reconocimiento de las dificultades económicas de los trabajadores demuestran su habilidad para utilizar el discurso persuasivo y su posición como primera dama para buscar soluciones a problemas urgentes.

Figura 10

Título: Primera dama exhorta a trabajar por bienestar de la niñez peruana



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: En Huaycán inauguró primera etapa de obras para distribución de agua.

Género periodístico: Informativo

Sección: Local

Fecha de publicación: Sábado, 23 de febrero de 1991.

Imagen que acompaña la nota: Se muestra a Susana Higuchi junto a ministro de Vivienda, Guillermo del Solar inaugurando la primera etapa de la obra para la distribución del agua.

Contexto histórico y social: Inicios de obra del nuevo gobierno, prometiendo muchas expectativas.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La construcción de la representación social de la primera dama, Susana Higuchi, en el diario La República resalta el papel de Susana Higuchi como una líder que busca unificar a personas de diferentes ideologías y partidos políticos en pos de un objetivo común: mejorar la calidad de vida de la niñez. Esta representación la muestra como una

figura que prioriza el bienestar de los niños por encima de las diferencias políticas, lo que genera una imagen de conciliadora y comprometida con el bienestar social.

Por otro lado, hace énfasis en la invocación de trabajar todos juntos con la única vocación de mejorar a través del trabajo mancomunado subraya la importancia que Susana Higuchi otorga a la colaboración y la cooperación entre diferentes actores políticos y sociales. Esta representación la posiciona como una defensora de la unidad y la coordinación para lograr mejoras concretas en la sociedad.

Además, la nota destaca que Susana Higuchi fue recibida con aplausos por la población que la acompañaba durante la inauguración. Esta reacción positiva se interpreta como respaldo a su mensaje y a su liderazgo en la causa del bienestar infantil. La reacción de la audiencia refuerza la imagen de Higuchi como una figura que conecta con la gente y que goza de popularidad.

Figura 11

Título: Pide a juez dicte medidas contra toda clase de violencia psíquica y moral...

Susana Higuchi de Fujimori demanda a su esposo por "Violencia conyugal"



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Denuncia también está suscrita por abogados de movimientos feministas.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: 3 de septiembre de 1994.

Imagen que acompaña la nota:

Contexto histórico y social:

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La nota refleja un conflicto político y de poder en el gobierno, ya que la primera dama denuncia públicamente acciones tomadas por el presidente que considera injustas y que afectan su rol y su vida personal. Esto muestra un enfrentamiento político dentro del gobierno y una lucha por el poder y la influencia.

Por otro lado, también se destaca la denuncia de “Violencia Familiar” y la solicitud de que la violencia no debe tratarse de manera privada, sino pública, resalta un enfoque en cuestiones de género y violencia contra la mujer. La primera dama busca visibilizar su situación y poner de manifiesto temas de violencia y desigualdad de género.

Además, el fragmento muestra la lucha por el poder dentro de la pareja presidencial, con acusaciones de abuso de poder por parte del presidente hacia la primera dama. Además, se menciona que la primera dama pide que el presidente deje de lado el poder, lo que sugiere una confrontación en torno al control y la influencia en el gobierno.

Finalmente, también se refleja de que la denuncia de la primera dama es respaldada por grupos feministas como “Flora Tristán”, “Manuela Ramos” y “Demus”, lo que indica que la denuncia se enmarca en un contexto cultural y social más amplio en el que se promueve la igualdad de género y se denuncia la violencia contra las mujeres.

Figura 12

Título: Susana Higuchi admite candidatura y cuestiona el programa económico



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Crítica personalismo del presidente Fujimori.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Domingo, 7 de agosto de 1994.

Imagen que acompaña la nota: Susana Higuchi muestra mostrando su anillo matrimonial.

Contexto histórico y social: Crisis político y nuevas elecciones.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La nota informativa destaca que Higuchi continuará su carrera política al admitir que lanzaría su candidatura a la Presidencia de la República en caso de que el Congreso modifique la Ley electoral solicitada. Esto la presenta como una figura política con aspiraciones propias y una voluntad de participar activamente en la política nacional. Esta representación subraya su compromiso con la vida política y su disposición a asumir un papel de liderazgo en el futuro político del país.

Por otro lado, en la nota se menciona que Higuchi critica duramente el programa económico ultraliberal implantado por el gobierno, enfocándose en la falta de atención a

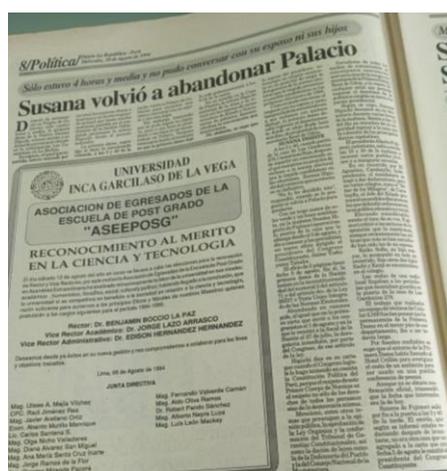
los pobres. Su énfasis en el sufrimiento y las lágrimas que ha presenciado durante los 4 años de gobierno refuerza su imagen como defensora de los desfavorecidos y como alguien que se preocupa por el bienestar social.

Además, la nota muestra a Higuchi como una mujer decidida y empoderada que no tiene miedo de expresar sus opiniones y confrontar al gobierno, incluso si eso significa criticar al presidente Fujimori. Su afirmación de que "los logros no dependen de un señor sino de todos los peruanos" destaca su enfoque en la participación colectiva y la importancia de la sociedad en la toma de decisiones.

Asimismo, se evidencia un conflicto entre Higuchi y el presidente Fujimori, ya que ella critica su estilo personalista y sugiere que solo es la imagen de proyectos detrás de los cuales trabajan otros. Esto refleja una lucha por el control y la influencia en el gobierno.

Figura 13

Título: Susana volvió a abandonar Palacio



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Solo estuvo 4 horas y media y no pudo conversar con su esposo ni sus hijos.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Miércoles, 10 de agosto de 1944.

Contexto histórico y social: Crisis conyugal.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La representación de la primera dama, Susana Higuchi, en la nota de La República pone de manifiesto un conflicto político interno en el gobierno de Fujimori. Higuchi denunció públicamente las acciones de su esposo y su deseo de presentarse como candidata presidencial en caso de cambios en la Ley Electoral. Este conflicto se ve como una muestra de las tensiones y divisiones en el gobierno, lo que socava la estabilidad política.

Aunque Higuchi busca ejercer su derecho político y desafiar las normas de género tradicionales al buscar la presidencia, la nota también se interpreta como un reflejo de cómo las mujeres en la política enfrentan obstáculos y desafíos adicionales. Su denuncia de “Violencia Familiar” y su lucha por sus derechos políticos son vistos como ejemplos de la resistencia de las mujeres ante la discriminación de género en la política.

Por otro lado, la nota destaca la influencia y el poder del presidente Fujimori al continuar con sus actividades políticas y desacreditar las críticas de su esposa, interpretándose como un ejemplo de cómo el poder se utiliza para mantener el control y silenciar a las voces disidentes, incluso dentro de la familia presidencial.

Además, la nota refleja las tensiones culturales en torno a la igualdad de género y el papel de la mujer en la política peruana. Higuchi desafía las expectativas tradicionales al buscar un cargo político de alto nivel, lo que se ve como un intento de cambiar las normas culturales arraigadas en la sociedad peruana.

Figura 14

Título: Susana dice que quiso dialogar con su esposo y sólo encontró silencio



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Revela que como forma de represión no la dejan ver a sus hijos.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Jueves, 25 de agosto de 1994.

Imagen que acompaña la nota: Susana Higuchi, sosteniendo un ramo de flores en las manos, frente a la puerta de Palacio de Gobierno, fue abordada por los periodistas.

Contexto histórico y social: Crisis en matrimonio presidencial.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La representación social de Susana Higuchi en la nota informativa de La

República es sumamente compleja y revela dinámicas políticas, de género y de poder que están en juego en la sociedad peruana.

Se presenta a Higuchi como una figura que desafía abiertamente al presidente, lo que sugiere un conflicto en el seno del gobierno. Su búsqueda de diálogo para resolver diferencias conyugales en medio de un contexto político resalta su compromiso con la estabilidad familiar y la resolución pacífica de conflictos, a la vez que subraya las tensiones personales y políticas en su relación con el presidente.

Por otro lado, la nota destaca a Higuchi como una víctima de represión por parte del presidente. Su incapacidad para ver a sus hijos y la calificación de “inestable e influenciabile” resaltan la desigualdad de género y el ejercicio de poder del presidente sobre ella. Sin embargo, su participación en una manifestación de mujeres y el apoyo de movimientos feministas la presentan como una líder en la lucha por los derechos de las mujeres, empoderándola y resaltando la solidaridad de género en la esfera pública.

Además, se evidencia cómo el presidente utiliza su posición para ejercer control sobre Higuchi y limitar sus derechos familiares. Su lucha por recuperar su autonomía y derechos destaca la resistencia de Higuchi ante el poder presidencial y su determinación por hacer valer sus derechos y su voz.

En conjunto, la representación de Susana Higuchi en la nota informativa refleja la complejidad de las relaciones políticas, de género y de poder en la sociedad peruana, donde una figura política se convierte en un símbolo de lucha y resistencia en medio de tensiones y conflictos en la esfera pública y privada.

Figura 15

Título: Susana Higuchi dice que seguirá en la lucha por modificar ley electoral



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Primera prepara gran teleshow a favor de patronato “Por un niño mío”.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Jueves, 11 de agosto de 1994.

Imagen que acompaña la nota: Se muestra a la primera dama en plano medio brindando un saludo sonriendo.

Contexto histórico y social: Crisis económica y familiar.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La nota informativa de La República sobre la primera dama, Susana Higuchi, revela una serie de representaciones sociales. Se destaca la determinación de Higuchi de luchar por la modificación de la Ley electoral que le impide participar en las próximas elecciones. Su declaración de que continuará con este propósito a pesar de las diferencias políticas con su esposo, la presenta como una figura política independiente y comprometida. Su mención de recurrir a organismos internacionales subraya su voluntad de utilizar diferentes vías para lograr sus objetivos políticos, lo que destaca su determinación y capacidad de influencia en el ámbito político.

Por otro lado, se resalta la tensión entre su llamado a la unidad de los peruanos y las diferencias políticas que mantiene con su esposo. La pregunta de La República sobre su propia familia y su respuesta de que las diferencias son políticas, no conyugales, refleja cómo se pueden destacar las dinámicas de género en una pareja presidencial. También se evidencia que la prensa busca destacar estas diferencias en la vida personal de Higuchi y cómo estas se relacionan con su papel político.

Además, se representa la imagen de Higuchi como una figura decidida y con convicciones fuertes. Su tono firme representa una imagen segura y carismática. Además, su compromiso con un patronato para beneficiar a la niñez en abandono se alinea con las expectativas culturales de las primeras damas de involucrarse en causas sociales.

Asimismo, muestran que Higuchi está dispuesta a utilizar su influencia y recursos, incluso a nivel internacional, para lograr sus objetivos políticos. Su afirmación de que las diferencias son políticas y no conyugales se considera como un intento de autonomía y autoridad en un contexto crítico. Su firmeza en sus propósitos resalta su capacidad para ejercer poder en la esfera política.

Figura 16

Título: Susana Higuchi denuncia que impiden su ingreso a Palacio de Gobierno



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Esperó una hora en la madrugada frente a estación ferroviaria de Desamparados.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Lunes, 15 de agosto de 1994.

Imagen que acompaña la nota: Se muestra a policías y militares que están custodiando Palacio que impiden el ingreso a la señora Susana Higuchi.

Contexto histórico y social:

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La nota informativa de La República sobre la disputa entre la primera dama, Susana Higuchi, y el presidente construye una serie de representaciones sociales desde distintos ámbitos.

Se evidencia un conflicto interno en el gobierno, lo que refleja una falta de cohesión en el equipo presidencial. La denuncia de Higuchi contra su esposo, el presidente, por no permitirle el acceso a Palacio de Gobierno muestra una brecha en la autoridad y el poder dentro del gobierno. Esto plantea preguntas sobre la capacidad del presidente para mantener el control en su administración y resalta las tensiones políticas internas.

Por otro lado, se resalta la situación de Higuchi como una mujer que denuncia el impedimento del ingreso y la salida de un lugar, lo que se interpreta como un acto de control por parte del presidente. Esto destaca las dinámicas de género presentes en la relación presidencial y la influencia del poder en estas dinámicas. La discrepancia entre la versión de Higuchi y la del presidente también plantea cuestiones de quién tiene el control de la narrativa y la percepción pública en situaciones de conflicto conyugal en una pareja presidencial.

Además, se evidencian las diferencias de interpretación y narrativa en un conflicto doméstico que se vuelve público. Esto refleja las normas culturales y las expectativas de género en la sociedad peruana en relación con las parejas presidenciales y cómo se espera que se comporten en público. También destaca cómo los medios de comunicación pueden influir en la construcción de representaciones sociales al proporcionar versiones diferentes de un mismo evento.

Asimismo, resalta la disputa y revela cómo el presidente ejerce su autoridad al limitar el acceso de Higuchi a Palacio de Gobierno. Esto subraya la asimetría de poder en su relación y cómo el presidente puede usar su posición para controlar el acceso y la

movilidad de la primera dama. La versión opuesta presentada por el presidente puede considerarse como un intento de mantener su imagen y poder frente a la denuncia de Higuchi.

Figura 17

Título: ¿Quién presidirá comité por el Año Internacional de la Familia?



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Desactivan mesa de partes de la oficina de Susana Higuchi.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Martes, 30 de agosto de 1994.

Imagen que acompaña la nota: Se muestra a Susana Higuchi entregando alimentos.

Contexto histórico y social: Crisis conyugal y separación del cargo de primera dama a Susan Higuchi.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La nota informativa de La República revela la destitución de la primera dama, Susana Higuchi, y una serie de dinámicas complejas. La destitución de Higuchi como coordinadora del Comité Nacional para el "Año Internacional de la Familia" genera un impase significativo en el gobierno. El presidente asume la responsabilidad de nombrar

un nuevo coordinador, lo que subraya su autoridad y poder en la toma de decisiones. La destitución de Higuchi resalta las tensiones internas dentro del gobierno y plantea preguntas sobre la estabilidad y cohesión del equipo presidencial.

Por otro lado, el “Año Internacional de la Familia” es resaltado como un evento relevante que enfoca la atención en cuestiones familiares y sociales. La destitución de Higuchi y la incertidumbre sobre quién asumirá su cargo generan preocupación sobre la continuación de las políticas y actividades relacionadas con la familia en el país, notando, así como pieza fundamental a Susana Higuchi dentro de la política y actos sociales.

Además, la destitución de Higuchi se interpreta como un acto de poder y control por parte del presidente, siendo interpretadas como un reflejo de las tensiones de género en la política peruana. Esto plantea preguntas sobre si existen motivos de género detrás de esta decisión, lo que pone de relieve los desafíos y discriminación que las mujeres en posiciones de poder pueden enfrentar.

Asimismo, se observa claramente cómo el presidente ejerce su autoridad al destituir a Higuchi y tomar el control de la designación del nuevo coordinador. La presencia de soldaduras en las puertas de su oficina y la cancelación de la mesa de partes indican una clara intención de limitar su acceso a la sede del gobierno y ejercer control sobre sus funciones. La falta de respuesta de Higuchi a los intentos de contacto de la prensa sugiere que puede estar enfrentando dificultades para expresar su posición o que se encuentra después de la destitución estando sujeta a represión.

Figura 18

Título: El síndrome de Susana



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Septiembre de 1994.

Imagen que acompaña la nota: Se le muestra a la señora Higuchi inconsciente por la huelga de hambre.

Contexto histórico y social:

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La nota informativa de La República sobre la primera dama, Susana Higuchi, revela múltiples dimensiones en la construcción de sus representaciones sociales:

Destaca la determinación y valentía de Higuchi al enfrentar al Jurado Nacional de Elecciones (JNE) y declararse en huelga de hambre en protesta por la eliminación de su lista de la carrera electoral. Su acción de desafío hacia el JNE y las acusaciones de manipulación por parte de su esposo, el presidente, resaltan su papel como una figura política que no teme enfrentar a las instituciones y luchar por sus derechos políticos.

Además, se resalta cómo la huelga de hambre de Higuchi se convierte en un evento mediático destacado que “dio la vuelta al mundo”. Su decisión de utilizar este método de protesta poco común para la esposa de un presidente puede interpretarse como

un intento de generar simpatía y apoyo público. La repercusión en la opinión pública y las intenciones de voto sugieren que su acción tuvo un impacto significativo en la percepción de su gobierno y en la política peruana en general.

Por otro lado, la huelga de hambre de Higuchi rompe con las expectativas tradicionales de la esposa de un presidente y desafía las normas de género establecidas. Su acción muestra su independencia y su capacidad para tomar decisiones audaces, lo que influye en la percepción de las mujeres en la política y su capacidad para desafiar el status quo.

Asimismo, en la nota se resalta que Higuchi utiliza su posición y visibilidad como primera dama para llevar a cabo esta acción de protesta. Su decisión de declararse en huelga de hambre pone de manifiesto su capacidad para ejercer presión y generar atención mediática, lo que se interpreta como una forma de resistencia ante las decisiones del JNE y de su esposo, el presidente. La huelga de hambre también refleja un intento de ejercer poder desde una posición que generalmente se considera ceremonial.

4.1.1.1.2. *El Comercio*

Figura 19

Título: Susana Higuchi demanda a Alberto Fujimori por violencia psíquica y moral



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, sábado 3 de septiembre de 1994.

Imagen que acompaña la nota: Una fotografía de retrato de la señora Higuchi.

Contexto histórico y social: Conflictos conyugales en la pareja presidencial.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La representación social de Susana Higuchi se construyó a través de varios elementos clave dentro de la nota informativa. En este contexto, se destacó que Higuchi planteó una demanda contra el presidente Fujimori en el Juzgado 18, lo que estableció un contexto central en su representación. Esto sugirió que Higuchi tomó acciones legales en busca de protección y justicia, lo que la retrató como una figura decidida y dispuesta a confrontar públicamente una situación problemática en su vida personal.

Además, la nota resaltó el argumento de que la violencia no podía considerarse un asunto privado, y debía ser objeto de intervención pública. Este énfasis en la dimensión pública de su lucha proyectó a Higuchi como una defensora de los derechos y la dignidad de las personas que sufrían abuso. También se detallaron manifestaciones de violencia psicológica, como la intimidación, la intransigencia y la prohibición de ver a sus parientes, lo que pintó un cuadro de un ambiente abusivo en su vida, lo que la representó como una víctima.

El mensaje del presidente Fujimori, en el que descalificó moralmente a Higuchi y la separó del cargo honorífico de primera dama, también fue mencionado. Esta parte del informe reforzó la imagen de Higuchi como una víctima de trato injusto por parte de su esposo y el gobierno en general.

Figura 20

Título: Primera dama acudiría a instancias internacionales si no atienden su reclamo



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi

Bajada: Afirmó que no ha firmado ninguna minuta de división de bienes y que no hay diferencias familiares ni conyugales.

Género periodístico: Artículo informativo

Sección: Político

Fecha de publicación: Lima, 1994.

Imagen que acompaña la nota: La foto muestra a Susana Higuchi rodeada de periodistas, brindando declaraciones.

Contexto histórico y social: El contexto histórico y social en el que Susana Higuchi expresó su deseo de acudir a cortes internacionales estuvo marcado por la presidencia de Alberto Fujimori, las tensiones políticas y personales en su matrimonio, las denuncias de corrupción y el contexto más amplio de problemas económicos y conflictos armados en Perú.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

El diario El Comercio construye diversas representaciones sociales de la primera dama, Susana Higuchi, teniendo en cuenta el factor político. Por un lado, resalta su decisión y determinación al mencionar su disposición a recurrir a instancias

internacionales si las autoridades peruanas no atienden su reclamo, lo que la presenta como una figura decidida y dispuesta a tomar medidas audaces para defender sus derechos políticos. Además, cuando se menciona que Higuchi aún no ha evaluado su posible postulación en las elecciones de 1995 y que informará a la prensa tan pronto como tome una decisión, se destaca su firmeza en la toma de decisiones, mostrando una actitud reflexiva y segura.

Por otro lado, la nota aclara que el conflicto entre Susana Higuchi y el presidente Alberto Fujimori se debió principalmente a diferencias en la forma de trabajo y no a problemas familiares. Esto la presenta como una persona que puede resolver conflictos de manera madura y que separa sus asuntos personales de sus responsabilidades políticas. Sin embargo, la declaración de Alberto Fujimori, quien mencionó que "Ya se le va a pasar", puede interpretarse como un intento de minimizar las preocupaciones o acciones de Susana Higuchi, sugiriendo que no considera que sus inquietudes sean graves o tengan un impacto duradero en la situación política o en su relación, lo que podría reflejar una actitud de menosprecio hacia sus preocupaciones.

Además, el artículo pone de relieve la preocupación de Alberto Fujimori ante la posible postulación de su esposa a la presidencia y cómo esto podría perjudicarla debido a la divulgación del respaldo que supuestamente estaba recibiendo del APRA. Esto subraya la influencia de Higuchi tanto en la sociedad como en la política, lo que genera preocupación entre otros políticos.

Figura 21

Título: Pese a restricciones palaciegas, prosigue con sus labores sociales



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: “En las buenas y en las malas estaremos juntos hasta la muerte”, dice aludiendo a su esposo, el presidente Fujimori.

Género periodístico: Entrevista

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, sábado 27 de agosto de 1994.

Imagen que acompaña la nota: Una fotografía retrato de Susana Higuchi.

Autora: Gladys Bernal Barzola.

Contexto histórico y social: Conflictos conyugales en la pareja presidencial.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

El diario “El Comercio” a través de la entrevista realizada por Gladys Bernal representa a la primera dama, Susana Higuchi, quien continúa con sus labores sociales a pesar de las restricciones impuestas en la sede del Ejecutivo. Este enfoque en su perseverancia sugiere que Higuchi es una figura política decidida y comprometida con sus objetivos, incluso en medio de desafíos y presiones. Además, la mención de que intenta reunir pruebas que confirmen sus denuncias indica que está dispuesta a utilizar estrategias políticas para respaldar sus argumentos.

Por otro lado, resalta que Higuchi muestra serenidad a lo largo de la entrevista, a pesar de las presiones a las que está expuesta. La explicación dada por Bernal sugiere que

esta serenidad se debe a su firme convicción en lo que cree, principalmente en su fe religiosa. Esto la presenta como una figura fuerte y resiliente, capaz de enfrentar desafíos y presiones, lo que también puede ser interpretado como un atributo de género.

Además, destaca que Higuchi continúa trabajando por el bienestar de los niños, lo que la proyecta como una defensora de los derechos infantiles y como una figura comprometida con causas sociales, en particular con los sectores más vulnerables de la sociedad.

Asimismo, la entrevista revela el retiro de su posición como primera dama y la asunción de otra persona. Sin embargo, Higuchi enfatiza que no se separaría de su esposo debido a sus convicciones. Esto sugiere que ella está dispuesta a mantener su posición y poder dentro del gobierno, lo que puede interpretarse como una afirmación de su influencia y control en la esfera política.

En relación con su temor por su vida debido a las denuncias que ha realizado, esta afirmación agrega una dimensión de vulnerabilidad en su representación social, ya que sugiere que se siente amenazada y que enfrenta riesgos debido a su posición y acciones en el ámbito político.

Figura 22

Título: No permitieron a Susana Higuchi a dar una conferencia de prensa en Palacio



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: El segundo documento entregado a la prensa señala que no tiene el ánimo de crear confusión y malestar en el país.

Género periodístico: Reportaje

Sección: Política

Fecha de publicación:

Imagen que acompaña la nota: Se muestra a la señora Higuchi con ramos en el mano justo a algunos simpatizantes que acudieron a expresarle solidaridad por la situación que está pasando.

Contexto histórico y social: Conflictos en la pareja presidencial y cambios en las funciones.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La representación social hecha por El Comercio resalta desde el ámbito político, quien menciona que no se le permitió a Higuchi dar una conferencia de prensa en el Palacio de Gobierno. Esta restricción sugiere tensiones políticas y desafíos en su rol como primera dama, lo que puede influir en su percepción como figura política.

Por otro lado, se hace referencia a las expectativas tradicionales de Alberto

Fujimori hacia la mujer, caracterizándolas como sumisas y complacientes debido a sus “tradiciones orientales”. Sin embargo, Higuchi se le presenta como una mujer peruana que defiende sus derechos, empoderada con un ejercicio activo en la política. Esto resalta la idea de que Higuchi no se ajusta a los estereotipos tradicionales de género y que lucha por sus derechos como mujer, lo que influye en su representación como una figura de empoderamiento.

Además, se mencionan las opiniones de congresistas que critican la actitud del presidente Alberto Fujimori por retirar a Higuchi de su cargo de primera dama en lugar de responder a las acusaciones de corrupción. Esta crítica sugiere que Higuchi es vista como

una víctima de las circunstancias y que su papel en la sociedad es cuestionado debido a las decisiones del presidente y la influencia sobre los otros.

Su historia personal y su defensa de sus derechos resaltan su carácter independiente y empoderado.

Figura 23

Título: La primera dama dice que vive sola y aislada en Palacio de Gobierno



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Confiesa que no pueden quedarse con ella ni sus hijos ni sus parientes y que sus asistentes ya no entran en Palacio. Desconfía de su propia guardia personal. Aclara que tiene guías y no asesores espirituales y que habrían sido dos los ministros de la supuesta “coima” en gestiones comprendidas entre 1991 y 1992.

Género periodístico: Entrevista

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, septiembre de 1994.

Imagen que acompaña la nota: Se muestra a Higuchi alzando la mano, sinónimo de protesta.

Autor: Juan Paredes Castro.

Contexto histórico y social: Protestas por parte de la señora Higuchi, conflictos familiares y crisis social.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La introducción de la entrevista revela que Susana Higuchi se siente desconfiada y presionada por su entorno, al punto de cuestionar si está hablando con un periodista o con un agente del Servicio de Inteligencia. Esto sugiere que Higuchi está viviendo una situación de tensión política y que se siente atrapada entre fuerzas políticas contrapuestas. Su mención de que las reglas y costumbres en la residencia oficial han cambiado radicalmente en las últimas semanas también refleja tensiones en el ámbito político.

Por otro lado, El Comercio describe la sensación de Higuchi, de sentirse prisionera dentro y fuera del Palacio de Gobierno. Esta afirmación sugiere que se percibe como una mujer atrapada en una situación de poder que no puede controlar. Además, menciona una campaña para hacerla parecer “loca”, lo que se interpretarse como una estrategia para desacreditarla debido a su género.

Además, en la entrevista se resalta que la campaña para desacreditarle viene “de arriba”, lo que sugiere que el poder es ejercido desde una posición superior. Esto refleja una percepción de lucha social y política en la que Higuchi se enfrenta a fuerzas superiores.

La entrevista aborda acusaciones de corrupción y soborno, con Higuchi afirmando que rechazó coimas. Esta afirmación sugiere que Higuchi está dispuesta a luchar contra el poder corrupto y ejercer su poder moral y ético.

Figura 24

Título: Documentos que circularon ayer en el Congreso y la Fiscalía en nombre de Susana Higuchi.



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, jueves 4 de agosto de 1994.

Imagen que acompaña la nota: Se muestra a la señora Higuchi justo al presidente.

Contexto histórico y social: Conflictos sociales y conyugales.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

El diario “El Comercio” construyó una representación social de la primera dama, Susana Higuchi a través de la influencia de diversos factores; tales como el político, de género y poder.

La nota destaca que Higuchi propone la modificación de la Ley Electoral para permitir su participación activa en la política. Esto resalta su interés en ejercer un rol político más allá de su posición de primera dama. Su argumento se basa en la idea de que la ley actual limita su derecho fundamental de participar en la política, lo que implica una lucha por su participación política plena.

Por otro lado, la nota refleja que Higuchi está dispuesta a luchar por sus derechos políticos, a pesar de las limitaciones legales. Esto se interpreta como un acto de empoderamiento, ya que demuestra su determinación para superar las barreras de género que puedan existir en la política.

Por otro lado, el planteamiento de Higuchi para modificar la Ley Electoral tiene implicaciones sociales significativas, ya que busca influir en el sistema político del país y abrir la puerta a una mayor participación de mujeres en la política. Esto sugiere un compromiso con cuestiones sociales y una visión de cambio social a través de la política.

Asimismo, muestran la capacidad de Higuchi para sustentar su argumento bajo la ley y ejercer influencia en el proceso político. Su propuesta también cuestiona el poder de aquellos que mantienen las restricciones de la Ley Electoral, lo que refleja un deseo de cambiar las reglas del juego político en su beneficio.

4.1.1.1.3. El Peruano

Figura 25

Título: Susana Higuchi viajará a Cumbre de Primeras Damas



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, martes 27 de agosto de 1991.

Imagen que acompaña la nota: Se muestra a la primera dama, Susana Higuchi con un cartel en sus manos.

Contexto histórico y social: Inicios del gobierno de Alberto Fujimori, crisis económico y social.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La noticia muestra a Susana Higuchi como una figura activa y comprometida en la política y los asuntos sociales. Al participar en el “Primer Encuentro Latinoamericano de Primeras Damas”, se la presenta como una primera dama que busca involucrarse en cuestiones relevantes de la región. Su participación en esta cumbre indica un interés en abordar problemas sociales y promover valores humanos en la juventud, como la prevención del aborto, la lucha contra el abandono y los embarazos prematuros. Esto la retrata como una figura política que utiliza su posición para abordar temas delicados y contribuir a la mejora de la sociedad.

Por otro lado, la representación social destaca la preocupación de Higuchi por cuestiones que afectan a las mujeres, especialmente a las jóvenes. La mención de la prevención del aborto y los embarazos prematuros resalta su compromiso con la salud y el bienestar de las mujeres, lo que la proyecta como una defensora de los derechos de género y la salud reproductiva.

La noticia enfatiza la preocupación de Susana Higuchi por las personas de la tercera edad. Esta preocupación la muestra como una primera dama que se preocupa por los sectores vulnerables de la sociedad y que busca promover políticas y programas sociales que beneficien a los ancianos. Esto la representa como una líder socialmente consciente.

La participación de Higuchi en la cumbre de primeras damas refleja su influencia y su capacidad para representar al país en eventos internacionales. Se le otorga un rol relevante en la esfera pública y se le brinda poder de representación a nivel internacional.

Figura 26

Título: Susana Higuchi de Fujimori será la 37 ° Primera Dama del país



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, lunes 23 de junio de 1999.

Imagen que acompaña la nota: Se muestra a Higuchi en un plano medio corto.

Contexto histórico y social: Inicios del gobierno de 1990, se alistan para asumir sus funciones.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

Se destaca que Susana Higuchi será la 37ª Primera Dama del país, lo que refleja su posición de influencia y poder dentro de la esfera política. Su historia personal y educación, como haber estudiado Ingeniería Civil en la UNI y haber manejado una

empresa constructora junto a su esposo, Alberto Fujimori, sugieren una base de experiencia en el ámbito empresarial y político.

La mención de su nombre japonés, que significa “tranquilidad”, y su inclinación por la protección de las mujeres, sugiere que se le considera una defensora de los derechos de las mujeres. Su llamado a dignificar y revalorar el papel de la mujer, la esposa y la madre peruanas, así como su énfasis en fortalecer las bases familiares y la sociedad, la posiciona como una figura comprometida con cuestiones de género y familia.

Por otro lado, nota resalta las prioridades de la primera dama, que incluyen la “gente postergada” y, en particular, los niños, las madres y los ancianos. Esto sugiere un compromiso social hacia los sectores más vulnerables de la sociedad y refuerza su imagen como una líder preocupada por el bienestar de la población.

Desde el ámbito del poder, su papel como la 37ª Primera Dama y su capacidad para influir en la “reorganización de organismos e instituciones, si es necesario”, la presenta como una figura de poder en el gobierno.

Figura 27

Título: Convenio asegura atención integral de 2 mil niños



Nombre de la primera dama: Susana Higuchi.

Bajada: Convenio asegura atención integral de 2 mil niños

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, viernes 1 de julio de 1994.

Imagen que acompaña la nota: La primera dama en plano medio observando el laboratorio de restauración de material bibliográfico.

Contexto histórico y social: Son actividades últimas de las primeras damas, se viene dando conflictos conyugales y crisis en el gobierno.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La noticia del diario El Peruano sobre la primera dama Susana Higuchi destaca su compromiso activo y constante con actividades benéficas en beneficio de las personas más necesitadas en el país. Su declaración de "trabajo indesmayable" subraya su dedicación incansable para brindar ayuda directa a quienes más lo necesitan, lo que refleja un fuerte compromiso con la labor humanitaria y su involucramiento en asuntos públicos, creando el programa PRONAA.

Además, la noticia destaca la agenda activa de la primera dama, que incluyó visitas al ex Hospital Lazareto Guía y la Biblioteca Nacional. Estas visitas muestran su interés en áreas como la salud y la educación, dos sectores fundamentales en el desarrollo y el bienestar de la sociedad. La inauguración del laboratorio de restauración de libros en la Biblioteca Nacional demuestra su apoyo a la cultura y la preservación del patrimonio cultural del país.

4.1.1.2. Keiko Fujimori

4.1.1.2.1. La República

Figura 28

Título: *Y ahora, ¿qué dirá Kenji? Keiko quiere ser presidente*



Nombre de la primera dama: Keiko Fujimori

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: 3 de enero de 1995

Imagen que acompaña la nota: Se muestra a Keiko junto a su padre ya ejerciendo su posición de primera dama.

Contexto histórico y social: Cambios en la política y en las funciones.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

En esta nota informativa, la representación social de la primera dama más joven, Keiko Fujimori, se construye de manera sarcástica y, en cierta medida, desestimativa. El título sarcástico, “¿Y ahora qué dirá Kenji? Keiko quiere ser presidente”, sugiere una especie de incredulidad o burla hacia las aspiraciones políticas de Keiko, como si no fuera capaz de asumir un rol político importante por su juventud. A partir de lo mencionado se le representa como pasiva e incapaz de desempeñar funciones políticas significativas, y que su interés en la presidencia se interpreta de manera negativa. Por otro lado, la nota resalta que Keiko menciona la necesidad de ganar experiencia antes de aspirar a la presidencia, lo que se interpreta como un reconocimiento de sus limitaciones actuales.

Figura 29

Título: *La Primera Dama de la Nación interrumpe sus estudios en EE.UU*



Nombre de la primera dama: Keiko Fujimori

Género periodístico: Informativo

Sección: Local

Fecha de publicación: 20 de enero de 1995 **Imagen**

que acompaña la nota:

Contexto histórico y social: cambios en la política, y en las funciones.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

En esta nota informativa, la representación social de Keiko Fujimori, se construye en el contexto de una serie de eventos y decisiones políticas. En primer lugar, se muestra su preocupación por la situación de su madre, Susana Higuchi, quien se declaró en huelga de hambre y se desmayó. Esta preocupación la representa a Keiko como una figura sensible y familiar.

Por otro lado, la nota resalta que, tras los problemas conyugales y políticos de sus padres, el cargo honorífico de primera dama se le cedió. Esto la involucra en la política a una edad temprana y la coloca en una posición de visibilidad y responsabilidad política de manera pasiva representándola como una primera dama tradicional, que solo acompaña al presidente en diversas actividades.

Figura 30

Título: Susana dice que Fujimori manipula a su hija Keiko



Nombre de la primera dama: Keiko Fujimori.

Bajada: Niega toda posibilidad de reconciliación en pareja presidencial.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: 24 de enero de 1994.

Imagen que acompaña la nota: Se enfoca a Keiko junto a su madre.

Contexto histórico y social:

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

A través de las declaraciones de Susana Higuchi, y las respuestas de Keiko misma, se construye una representación social compleja de la primera dama más joven en la que se entrelazan elementos de manipulación, conflictos familiares y autonomía.

La afirmación de Susana Higuchi de que Keiko está siendo manipulada por su padre, contribuye a la representación de Keiko como una figura que es fácil de influenciar por su entorno familiar. Esta percepción sugiere que sus decisiones políticas y personales están condicionadas por las dinámicas familiares y el control ejercido por su padre.

Por otro lado, los conflictos familiares entre los padres de Keiko, que son temas de interés público, arrojan luz sobre su vida personal y política. Esto contribuye a una representación social de Keiko en la que su participación política se ve influenciada por los problemas familiares, lo que lleva a cuestionamientos sobre su capacidad para tomar decisiones independientes.

Figura 31

Título: Keiko pide a su madre que antes de hacer algo piense en sus hijos



Nombre de la primera dama: Keiko Fujimori.

Bajada: Dice que ella y sus hermanos por propia decisión apoyan a su padre.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Martes, 06 de septiembre de 1994.

Imagen que acompaña la nota: Keiko junto a su madre y hermana Sachi.

Contexto histórico y social:

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

Dentro de la nota se argumenta la forma en que Keiko respalda a su padre y critica a su madre, lo que sugiere una dinámica de poder en la que su padre, ejerce una influencia

significativa sobre ella. Esto plantea preguntas sobre su autonomía y la posibilidad de que esté siendo manipulada para respaldar la versión de su padre en los problemas conyugales. Desde una perspectiva crítica, esto es visto como una táctica para mantener una imagen positiva de su padre y desacreditar a su madre.

4.1.1.2.2. El Comercio

Figura 32

Título: Keiko Fujimori ofrecerá almuerzo a primeras damas.



Nombre de la primera dama: Keiko Fujimori

Género periodístico: Nota informativa

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, 3 de julio de 1995

Imagen que acompaña la nota: El presidente y su hija “Keiko Fujimori” resaltan en la foto quienes detrás les siguen otras personas.

Contexto histórico y social: En este contexto, la asunción de Keiko Fujimori como "primera dama" y su participación en la organización de un almuerzo para otras primeras damas es parte de las dinámicas políticas y sociales de la época. Esto puede entenderse como un esfuerzo por parte del gobierno de Alberto Fujimori para mostrar una imagen de estabilidad y apoyo a la familia, mientras se preparaba para su segundo mandato presidencial.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

En la nota titulada “Keiko Fujimori ofrecerá almuerzo a primeras damas” hecha por El Comercio, se construyen representaciones sociales de la primera dama, Keiko

Fujimori, tras el retiro de su madre, Susana Higuchi. Desde una perspectiva positiva, se destaca su compromiso con un rol representativo y protocolario, evidenciado por su organización de un almuerzo para las primeras damas que asistirán a la inauguración del mando presidencial. Esto sugiere su disposición a asumir las responsabilidades inherentes a su posición y su interés en promover la imagen y la cultura del Perú en el ámbito internacional.

Sin embargo, desde una mirada más crítica, la comparación con Susana Higuchi, conocida por su activismo social, se interpretarse como una insinuación de que Keiko no está tan involucrada en cuestiones sociales como se esperaría de una primera dama. Esta comparación lleva a cuestionamientos sobre su compromiso con los problemas reales del país y su efectividad en el cargo. Además, la organización de un almuerzo se percibe como un gesto protocolario y superficial que no aborda de manera significativa los problemas políticos y sociales del país. La justificación de su menor actividad en los roles de primera dama debido a sus estudios podría ser vista críticamente como una excusa para su aparente falta de involucramiento en asuntos públicos, planteando interrogantes sobre su capacidad para equilibrar sus responsabilidades académicas y públicas.

Figura 33

Título: El presidente Fujimori almorzó con la reina Isabel II.



Nombre de la primera dama: Keiko Fujimori

Bajada: Fue en el histórico Palacio de Bucknham. Con esta actividad se despide de Gran Bretaña

Género periodístico: Opinión

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, 11 de julio de 1998

Imagen que acompaña la nota: La Reyna Isabel II y Keiko Fujimori se muestran juntas en una sola imagen, sonriendo de perfil **Contexto histórico y social:**

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

Se destaca que Keiko asume el papel de primera dama en ausencia de la esposa del presidente debido al divorcio de sus padres. Esta construcción subraya su presencia en la esfera política, ya que se le asignan responsabilidades políticas y representativas durante visitas oficiales de alto nivel, como la visita al Palacio de Buckingham en Londres. El énfasis en su participación en eventos internacionales resalta su influencia en la diplomacia y relaciones exteriores del país.

Además de su papel político, El Comercio presenta a Keiko Fujimori asumiendo un rol activo y relevante como primera dama, a pesar de no ocupar la posición tradicional. Su organización de eventos y su destacada presencia en los medios durante visitas oficiales enfatizan su capacidad para desempeñar responsabilidades protocolarias y de representación política. Esto la posiciona como una figura con un rol político destacado, más allá de su relación familiar con el presidente.

Por otro lado, la cobertura mediática le otorga a Keiko Fujimori un poder político y de influencia, ya que se le reconoce como una figura que puede complementar al presidente en asuntos de representación política en el extranjero.

Por otro lado, Keiko Fujimori declara que su progenitora sufrió maltrato físico durante su etapa como primera dama y que, debido a la falta de objetividad e imparcialidad, decidió quedarse callada. Esta declaración la representa como alguien que, en ese momento, pudo haber sido sumisa o restringida en su capacidad para hablar sobre asuntos delicados, lo que podría arrojar luz sobre los desafíos y conflictos internos en la familia Fujimori durante el gobierno de su padre.

Figura 35

Título: Keiko Fujimori copreside con su madre Fundación por los niños del Perú.



Nombre de la primera dama: Keiko Fujimori

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, 1994

Imagen que acompaña la nota: Keiko Fujimori acompañada de su madre, cargando un ramo de rosas cada una.

Contexto histórico y social: Separación de la pareja presidencial.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La noticia destaca la reciente incorporación de Keiko Fujimori como presidenta de la Fundación por los Niños del Perú. Este nombramiento es notable debido a su historia personal, que la llevó a involucrarse en la política, especialmente como primera dama, a raíz de los problemas conyugales entre sus padres, pero en compañía de su madre, mostrándola con poca experiencia en calidad de primera dama al asumir distintas funciones.

4.1.1.2.3. El Peruano

Figura 36

Título: La educación es obligación del Estado y no una limosna



Nombre de la primera dama: Nadine Heredia

Bajada: Objetivo es lograr el mejor sistema pedagógico de la región, junto a una moderna infraestructura, afirma el presidente Alberto Fujimori.

Género periodístico: Nota informativa

Sección: Política

Fecha de publicación: 10 de agosto de 1994

Imagen que acompaña la nota: Alberto Fujimori acompañado de estudiantes, entre ellas su hija, Keiko Fujimori

Contexto histórico y social: Inauguración de instituciones educativas en el año 1994.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

El Peruano construye la representación social de Keiko Fujimori como una figura que a pesar de no ostentar el título de Primera Dama, desempeña un papel mediático relevante en la imagen pública del gobierno de su padre. El diario El Peruano construye la representación a partir de su papel como acompañante de su padre, el entonces presidente Alberto Fujimori, en eventos oficiales en 1994.

Es relevante destacar que, según la descripción proporcionada, en la mayoría de las notas Keiko Fujimori no era oficialmente reconocida como primera dama debido a su corta edad y falta de experiencia en política y asuntos gubernamentales. Su rol en las actividades oficiales parecía ser más simbólico y mediático que funcional en términos de representación oficial. Frecuentemente, se la mencionaba como acompañante de su padre en eventos relacionados con la mejora de la educación en el país, como la inauguración de colegios.

Figura 37

Título: Consejo de Defensa verá hoy la contrapropuesta



Nombre de la primera dama: Keiko Fujimori

Bajada: Presidente señala que Ecuador no ha respetado sugerencia de países garantes en cuanto a la forma del área desmilitarizada.

Género periodístico: Nota informativa **Sección:**

Política

Fecha de publicación: 20 de julio de 1995

Imagen que acompaña la nota: El presidente y Keiko Fujimori en una rueda de prensa.

Contexto histórico y social: Segundo gobierno de Alberto Fujimori, y como primera dama, asumió su hija mayor, Keiko Fujimori.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras Damas del Perú, por la prensa peruana.

La representación social de Keiko Fujimori en el diario El Peruano se basa en resaltar su rol de primera dama a una edad temprana, con apenas 19 años. No obstante, este rol parece estar mayormente limitado a acompañar al presidente en diversas actividades públicas, siendo frecuentemente mencionada como la "acompañante del presidente". Este enfoque tradicional de su función incluye eventos protocolarios, como la inauguración de instituciones educativas. Cuando se le pregunta sobre sus actividades o responsabilidades como primera dama, su respuesta suele centrarse en cuestiones más convencionales o personales, como la organización de almuerzos para otras primeras damas; es decir, se le ve más en actividades más protocolarias y personales en lugar de participar activamente en asuntos políticos, mostrándola con falta de experiencia de primera dama.

4.1.1.3. Eliane Karp

4.1.1.3.1. La República

Figura 38

Título: "No seré la tradicional primera dama"



Nombre de la primera dama: Eliane Karp

Bajada: Eliane Karp asegura que trabajara por los más pobres y, particularmente, por las mujeres.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Miércoles, 11 de julio del 2001.

Imagen que acompaña la nota: Eliane Karp en plano detalle, expresando el nuevo rumbo que tomará su cargo en palacio.

Autor: Humberto Castillo

Contexto histórico y social: Inicio de la etapa presidencial, expectativas sobre la nueva pareja presidencial, acciones para superar la crisis económica y social del país.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

A partir de la información proporcionada, el diario La República construye la representación social de la primera dama Eliane Karp como una figura enérgica y comprometida. Se destaca su descontento al observar las instalaciones del gobierno

nacional y se resaltan sus declaraciones críticas hacia el expresidente Fujimori, lo que la presenta como una mujer franca y directa en sus opiniones.

El artículo muestra a Eliane Karp como una primera dama que se niega a ser una figura decorativa o simbólica, desafiando así los roles tradicionales de las primeras damas en el país. Su declaración de que no será “la clásica primera dama” sugiere que está dispuesta a asumir un papel activo y significativo en la vida política y social de Perú.

Se enfatiza su compromiso con trabajar por los más pobres y desfavorecidos del país, y se relaciona su experiencia en regiones como Cuzco y Puno, donde conoció de cerca la pobreza y aprendió el Quechua. Esto la presenta como una líder que comprende las realidades de su país y está dispuesta a actuar en consecuencia.

El diario también resalta su apoyo total a su esposo, el presidente Alejandro Toledo, y lo describe como un “cholo terco” a quien admira por su enfoque en reivindicar la identidad nacional. Esta representación sugiere que Eliane Karp juega un papel importante en el apoyo político y moral a la presidencia de Toledo. En general, La República construye la representación de Eliane Karp como una figura profesional, comprometida y con la determinación de marcar la diferencia como primera dama en un contexto en el que el machismo prevalece en el país.

Figura 39

Título: Eliane Karp reformulará funciones de Primera Dama



Nombre de la primera dama: Eliane Karp

Bajada: Anuncia creación de nuevos programas sociales.

Género periodístico: Informativo

Sección: Político

Imagen que acompaña la nota: Eliane Karp dirigiéndose a los presentes de un nuevo programa de emprendimiento juvenil

Autora: R. Guerrero

Contexto histórico y social: Inicio de la etapa presidencial, expectativas sobre la nueva pareja presidencial, acciones para superar la crisis económica y social del país.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

A partir de la información proporcionada, el diario La República construye la representación social de la primera dama Eliane Karp como una figura activa y decidida. Se enfatiza su aspiración de darle un enfoque más ejecutivo a su papel como primera dama, lo que sugiere que está comprometida en asumir un rol más importante y con responsabilidades concretas en el gobierno de su esposo, lo que la muestra como una primera dama empoderada. Además, se resalta su intención de trabajar en beneficio de sectores vulnerables, como las mujeres campesinas y los niños desfavorecidos, lo que la presenta como una figura sensible a las necesidades de los más necesitados.

En este contexto, Eliane Karp se representa como alguien que no solo desempeñará un papel simbólico, sino que buscará influir en políticas y acciones concretas para mejorar la vida de ciertos grupos de la población. Esta representación sugiere una primera dama comprometida y activa en la esfera pública, dispuesta a marcar la diferencia en su rol.

Figura 40

Título: "Gobernaré de la mano del pueblo"



Nombre de la primera dama: Eliane Karp

Bajada: Proclama de Alejandro Toledo en Machu Picchu

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Lunes, 30 de julio del 2001

Imagen que acompaña la nota: Plano general de la pareja presidencial saludando a las autoridades locales de Cuzco, Alejandro Toledo diplomático con una vara en la mano y Eliane Karp detrás del vestida con un traje inspirado en la cultura andina peruana. En la segunda imagen se ve a ambos felices en el estrado, Toledo teniendo el brazo hacia arriba y Eliane expresando alegría.

Autor: Humberto Castillo Anselmi

Contexto histórico y social: Inicio de la etapa presidencial, expectativas sobre la nueva pareja presidencial, acciones para superar la crisis económica y social del país.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

El diario La República construye la representación social de la primera dama Eliane Karp como una figura que acompaña al presidente Alejandro Toledo y que tiene un papel importante en el gobierno. Aunque el foco principal del artículo está en el presidente Toledo y su juramentación en Cuzco, se le da visibilidad a Eliane Karp al

destacar su discurso en el quechua y español, lo que sugiere que tiene un papel activo en la promoción de la cultura y las tradiciones peruanas.

En este contexto, se presenta a Eliane Karp como una aliada de su esposo en la promoción de políticas gubernamentales, como el enfoque en el turismo y la atención a los sectores más necesitados. Su participación en eventos oficiales y su discurso en este contexto político refuerzan la idea de que desempeña un papel relevante en el gobierno de

Alejandro Toledo.

Es decir, desde el ámbito político, Eliane Karp se presenta como una primera dama comprometida con la visión y las políticas de su esposo, respaldando su agenda y desempeñando un papel activo en la promoción de ciertos aspectos de su gobierno, como la cultura y el turismo.

Figura 41

Título: Eliane Karp instalará oficinas de primera dama en norte, sur y oriente



Nombre de la primera dama: Eliane Karp

Bajada: Revela que Fundación por los Niños del Perú está sin fondos.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Jueves, 02 de agosto del 2001.

Imagen que acompaña la nota: Plano medio, Eliane Karp emitiendo un discurso y con un documento en la mano mostrándole a la prensa y demás presentes.

Contexto histórico y social: Inicio de la etapa presidencial, expectativas sobre la nueva pareja presidencial, acciones para superar la crisis económica y social del país.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La construcción de la representación social de la primera dama, Eliane Karp por el diario La República se destaca por el rol que viene desempeñando. La representación social de Eliane Karp se presenta como una figura prominente y activa en el gobierno de su esposo. Se la describe como “la flamante primera dama”, lo que resalta su importancia y rol en el contexto político. Esto sugiere que su papel no se limita a ser una figura decorativa, sino que desempeñará un papel activo en la administración gubernamental.

Por otro lado, la nota destaca los objetivos y planes de Eliane Karp para su gestión de cinco años. Se enfatiza su compromiso con llegar a todos los peruanos en condición de pobreza extrema y se mencionan áreas específicas en las que planea trabajar, como la descentralización de su despacho, la promoción del turismo ecológico, la educación bilingüe y la creación de un Museo interactivo de las culturas originarias. Esto contribuye a construir la imagen de una primera dama con una visión clara y metas definidas.

Además, se resalta que Eliane Karp apoyará al presidente en la promoción de sus iniciativas, lo que refuerza la idea de que trabajará en colaboración estrecha con su esposo, el presidente Alejandro Toledo. Esto puede interpretarse como un respaldo a la administración de Toledo y su enfoque en el trabajo en equipo.

En general, la representación social de Eliane Karp en este contexto se presenta como una primera dama con un papel activo y comprometido en el gobierno, con objetivos claros y un enfoque en temas clave para el desarrollo del país. Su papel se

diferencia de las primeras damas de gobiernos anteriores, lo que sugiere un cambio en la percepción y el enfoque de su función.

Figura 42

Título: Eliane Karp reitera compromiso del gobierno por los pobres



Nombre de la primera dama: Eliane Karp

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Imagen que acompaña la nota: Eliane Karp izando la bandera nacional entre tantos políticos

Contexto histórico y social: Proceso de la etapa presidencial, expectativas del gobierno, acciones para superar la crisis económica y social del país.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La construcción de la representación social de la primera dama Eliane Karp por el diario La República se enfoca en 2 puntos; tales son:

Compromiso con los sectores pobres: La representación social de Eliane Karp se basa en su compromiso y preocupación por los sectores más desfavorecidos del país. Esto se refleja en su participación en actos de inauguración y su presencia en eventos relacionados con la mejora de las condiciones de vida de los peruanos de zonas urbanas y rurales. La imagen de la primera dama presidiendo el izamiento de la bandera nacional en

la inauguración de una nueva casa municipal sugiere su interés en asuntos de relevancia nacional.

Promoción de la igualdad de oportunidades: El diario destaca el papel de Eliane Karp como promotora de la igualdad de oportunidades, especialmente para aquellos que se encuentran en situación de pobreza. Esta representación social sugiere que la primera dama está comprometida en abordar las desigualdades sociales y económicas en el país y en trabajar para mejorar las condiciones de vida de los peruanos más vulnerables.

Figura 43

Título: Indígenas están desprotegidos



Nombre de la primera dama: Eliane Karp

Bajada: Eliane Karp elogia capacidad de cambio de los propios pueblos nativos. **Género periodístico:** Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Agosto de 2001.

Imagen que acompaña la nota: Eliane Karp en medio de ciudadanos representantes de los pueblos indígenas, después de haber culminado su participación en el II Congreso

Nacional de los Pueblos Indígenas desarrollado en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Autora: Lorena Trelles

Contexto histórico y social: Proceso de la etapa presidencial, expectativas del gobierno, acciones para superar la crisis económica y social del país

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La construcción de la representación social de la primera dama Eliane Karp por el diario La República se caracteriza por el compromiso con los Pueblos Indígenas. La representación social resalta el compromiso político y cultural de Eliane Karp al participar como conferencista en el II Congreso Nacional de los Pueblos Indígenas. Esta participación sugiere que se preocupa por las necesidades y el desarrollo de estos grupos, lo que la presenta como una figura política comprometida con la inclusión de las voces indígenas en la agenda gubernamental.

Por otro lado, la primera dama cuestiona el término “indígena” y su relevancia en el país, lo que puede interpretarse como un intento de abordar de manera crítica las categorías utilizadas en la política y la sociedad peruana. Además, destaca la falta de representatividad de los pueblos indígenas en los espacios gubernamentales, especialmente en el Congreso, lo que enfatiza su preocupación por la inclusión y la equidad en el sistema político.

Además, a Eliane Karp se le presenta como alguien comprometida en fortalecer a los ciudadanos de la sierra y selva peruana, lo que sugiere un enfoque político y de género en su labor. Este compromiso puede interpretarse como un esfuerzo por abordar las desigualdades regionales y promover el empoderamiento de las comunidades marginadas en estas áreas.

4.1.1.3.2. El Comercio

Figura 44

Título: “No soy brava, soy consecuente”



Nombre de la primera dama: Eliane Karp

Bajada: Extraída por un momento de los títulos de esposa del presidente o primera dama que últimamente acompañan su nombre, Eliane Karp habla de su pasado y presente en un país que siente como suyo.

Género periodístico: Entrevista

Sección: Política

Fecha de publicación: Martes, 02 de octubre del 2001

Imagen que acompaña la nota:

Autora: Andrea Carrión

Contexto histórico y social: Primer año de la etapa presidencial, expectativas sobre los trabajos de la nueva primera dama.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana

La construcción de las representaciones sociales de Eliane Karp se sitúa como primera dama extranjera. En una entrevista realizada por Andrea Carrión para El Comercio, se resalta su historia personal, su relación con su esposo, Alejandro Toledo, su perspectiva sobre el papel de las mujeres en la política y la sociedad, y su percepción de

los medios de comunicación. Además, se acompañan imágenes que muestran a Karp en diferentes momentos de su vida cotidiana, lo que humaniza su imagen.

Se enfatiza su origen polaco y su educación regular, así como su independencia y habilidades profesionales. Su apoyo a Toledo a pesar de las críticas y ataques de la prensa la presenta como una defensora leal. También se destaca su sacrificio por su familia y su lucha contra una política que considera corrupta e injusta. La entrevista subraya la igualdad y el matriarcado en su hogar, desafiando las normas de una sociedad peruana marcada por el machismo. El artículo de El Comercio presenta a Eliane Karp como una primera dama que no encaja en el estereotipo peruano, sino que aporta una perspectiva progresista y una voz independiente que influirá en la presidencia de su esposo. En resumen, su representación se basa en una narrativa que combina elementos de su historia personal, sus valores y su papel en la vida política peruana.

Por otro lado, según El Comercio, Eliane Karp “viene a darle un giro a su rol como primera dama”, sugiere que su desempeño en ese puesto será diferente de lo que la sociedad peruana podría haber esperado de una primera dama tradicional. Esta declaración insinúa que Karp no se conformará con un papel pasivo y secundario, sino que buscará ser una figura activa y con influencia en la política y la dirección del país.

Sin embargo, también enfatiza que, a pesar de su deseo de asumir un rol más destacado, Karp respalda los lineamientos de su esposo. Esto implica que, si bien puede tener una voz propia y una opinión sobre los asuntos del país, su lealtad y apoyo a su esposo son fundamentales. Ella no busca actuar en contra de él, sino más bien colaborar y contribuir a su liderazgo.

Figura 45

Título: Karp descentralizará su labor como primera dama



Nombre de la primera dama: Eliane Karp

Bajada: En ceremonia privada, Nilda Jara de Paniagua le cedió la posta, Impulsará educación, cultura y apoyo al campesinado.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, jueves 02 de agosto del 2021.

Imagen que acompaña la nota: Eliane Karp recibe una memoria de gestión de las manos de la ex primera dama Nilda Jara de Paniagua, ello en presencia de representantes y autoridades.

Contexto histórico y social: Fin de la transición presidencial, inestabilidad política, social y económica.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

A partir de la información proporcionada, el diario El Comercio construye la representación social de la primera dama Eliane Karp como una figura comprometida y con objetivos claros para su labor. Se destaca su enfoque en atender a la mayoría de los peruanos que se encuentran en extrema pobreza, lo que la presenta como una líder preocupada por los sectores más desfavorecidos de la sociedad.

El artículo describe los puntos clave de su plan de trabajo, que incluyen la apertura de sucursales de su despacho en el país, la promoción de la cultura y el turismo ecológico, la creación de museos y la promoción de la educación bilingüe o trilingüe. Estos objetivos resaltan su compromiso con temas de relevancia nacional, como la cultura, el turismo y la educación.

Además, se mencionan cuestionamientos sobre el financiamiento de su despacho y su plan de trabajo, y Eliane Karp asegura que utilizará estrategias de relaciones públicas con otras instituciones para llevar a cabo sus proyectos. Esto la presenta como una líder con la capacidad de gestionar recursos y establecer alianzas para lograr sus metas.

En general, El Comercio construye la representación de Eliane Karp como una primera dama con un enfoque claro en mejorar la situación de los más necesitados y con la capacidad de planificar y ejecutar acciones concretas para lograrlo. Su papel se presenta como relevante y con trascendencia en la vida política y social del país.

4.1.1.3.3. El Peruano

Figura 46

Título: Gobierno promueve nuevas formas de hacer turismo



Nombre de la primera dama: Eliane Karp

Bajada: Anuncia que también se instalarán más Centros de Salud a fin de prevenir enfermedades.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, domingo 27 de julio del 2003.

Imagen que acompaña la nota: Primer plano de Eliane Karp brindando información a la prensa peruana.

Contexto histórico y social: Etapa presidencial, tercer año de gobierno.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

El artículo destaca sus acciones y roles en su tercer año como primera dama, resaltando su influencia en áreas clave, como el turismo, los derechos de los pueblos indígenas y la atención de la salud en la Amazonía peruana. La imagen de Eliane Karp siendo asediada por la prensa sugiere una alta visibilidad mediática y el interés público en sus acciones y declaraciones. Esto refuerza la representación de Karp como una figura pública importante y enfocada en sus responsabilidades como primera dama.

El artículo también subraya el fortalecimiento de las relaciones diplomáticas entre Francia y Perú, destacando el papel de Karp en este logro. Asimismo, resalta su liderazgo en la Comisión Nacional de los Pueblos Andinos y su compromiso con la calidad de la atención médica en las zonas vulnerables, resaltando las colaboraciones con organizaciones como Unicef y Finlandia.

En general, se construye la representación de Eliane Karp como una primera dama activa, influyente y comprometida en cuestiones de relevancia nacional e internacional. Su capacidad para desempeñar múltiples roles y su visibilidad mediática la presentan como una figura destacada en el gobierno de su esposo. Sin embargo, es importante tener en cuenta que esta representación puede ser influenciada por la agenda y el enfoque del medio de comunicación.

Figura 47

Título: Turistas conocerán mejor el Perú



Nombre de la primera dama: Eliane Karp

Bajada: Pobladores alojaron y relataron la historia de sus antepasados en Chavín de Huántar, Caral, Kuelap y Choquequirao.

Género periodístico: Informativo

Sección: Sociedad

Fecha de publicación: Lima, domingo 27 de julio del 2003.

Imagen que acompaña la nota: Imagen de plano medio en el que Eliane Karp emotiva toma un pututo (instrumento tradicional incaico) y presenta proyecto en Chavín de Huántar.

Contexto histórico y social: Etapa presidencial, tercer año de gobierno.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

En la nota informativa, se construye una representación social de la primera dama, Eliane Karp, como una figura activa y comprometida en promover el turismo y la cultura en el país. La presencia de Eliane Karp en el acto de presentación del Plan de formación de alojamientos turísticos en centros arqueológicos resalta su liderazgo en eventos importantes relacionados con el patrimonio cultural y turístico de Perú.

La imagen de Eliane Karp sosteniendo un instrumento musical incaico en el sitio arqueológico de Chavín de Huántar contribuye a esta representación, mostrándola como alguien entusiasta y comprometido con la promoción de la cultura y el patrimonio del

país. Además, su discurso en el evento, donde destaca la importancia de involucrar a la población local en la narración de la historia de sus antepasados para los visitantes y la colaboración entre el sector público y privado, la presenta como una líder que puede articular y trabajar en conjunto con diversas partes interesadas.

Desde esta perspectiva, se construye la representación social de Eliane Karp como una defensora de la cultura y el turismo en Perú, comprometida en promover la inclusión de las comunidades locales en la industria turística y en colaborar con diversas instituciones. Sin embargo, es importante tener en cuenta que esta representación puede estar influenciada por la agenda y el enfoque del medio de comunicación y podría ser parte de una estrategia para mejorar la imagen del gobierno en estos aspectos.

Figura 48

Título: Acción para proteger los conocimientos indígenas



Nombre de la primera dama: Eliane Karp

Bajada: Al patentarlo empresas tendrán que reconocer pago por regalías, expreso Eliane Karp.

Género periodístico: Informativo

Sección: Sociedad

Fecha de publicación: Lima, viernes 22 de agosto del 2003.

Imagen que acompaña la nota: Eliane Karp acompañada del ministro de Educación en la ceremonia inaugural Aula Bilingüe intercultural de la exposición de serpiente de agua, en la que son recibidos artesanos amazónicos.

Contexto histórico y social: Etapa presidencial, tercer año de gobierno, indicios de corrupción y la reaparición de los famosos chuponeos.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

El diario El Peruano construye una representación social de la primera dama, Eliane Karp, como una figura activa, comprometida y multifacética en su papel. Se la presenta como una líder que despliega una amplia variedad de acciones y actividades en beneficio del país, abarcando desde la promoción de la cultura y la educación hasta el respaldo al gobierno de Alejandro Toledo. Su participación en eventos nacionales e internacionales se destaca, mostrándola como una figura influyente y apasionada en la promoción de la cultura ancestral y la identidad pluricultural del Perú.

El diario también enfatiza su capacidad para establecer relaciones y colaboraciones efectivas con otras instituciones gubernamentales y empresas privadas, lo que refuerza su imagen como una figura con influencia y poder en la toma de decisiones y la implementación de proyectos.

Sin embargo, es importante señalar que esta representación puede estar influenciada por la agenda y enfoque del propio medio de comunicación, que podría estar interesado en presentar una imagen positiva de la primera dama y del gobierno de Alejandro Toledo. Desde una perspectiva crítica y cultural, es necesario analizar si estas representaciones se traducen en acciones efectivas para promover la cultura ancestral y la identidad pluricultural, y si son más que gestos simbólicos en eventos nacionales e internacionales. Además, su condición de extranjera y su formación profesional como antropóloga podrían estar influyendo en la construcción de esta representación social al

resaltar su interés por la diversidad cultural y su capacidad para trabajar en la articulación de proyectos relacionados con la cultura.

Figura 49

Título: Protegiendo nuestra cultura ancestral



Nombre de la primera dama: Eliane Karp

Bajada: Representantes de Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Uruguay, Paraguay, Venezuela y Ecuador, se reunieron en el Cusco.

Género periodístico: Informativo

Sección: Sociedad

Fecha de publicación: Lima, lunes 29 de agosto del 2005.

Imagen que acompaña la nota: Eliane Karp en plano medio, vestida con un traje inspirado en los incas, abraza a un niño cusqueño expresando felicidad.

Autora: Lesly Bahamonde H.

Contexto histórico y social: Etapa presidencial, finalizando los 5 años de gobierno, indicios de corrupción y la reaparición de los famosos chuponeos.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

El diario El Peruano construye una representación social de la primera dama, Eliane Karp, como una figura activa y comprometida en la promoción y protección de la cultura ancestral del país. Se la presenta como una líder que juega un papel destacado en

eventos internacionales relacionados con la cultura y el patrimonio cultural de Perú y de la región latinoamericana. La imagen de Eliane Karp abrazando a un niño que toca un instrumento musical tradicional refuerza esta representación, mostrándola como alguien cercano y comprometido con las tradiciones culturales del país.

El diario resalta su discurso en el evento, en el que enfatiza la importancia de proteger los conocimientos autóctonos, las artes, las artesanías y las prácticas en la naturaleza. Esto contribuye a posicionar a Eliane Karp como una defensora apasionada de la cultura ancestral y como una promotora de la importancia del Perú en la región. Sin embargo, desde una perspectiva crítica y cultural, es necesario analizar si estas representaciones se traducen en acciones efectivas para preservar y promover la cultura ancestral, y si son más que simples gestos simbólicos en eventos internacionales.

Su condición de extranjera y antropóloga puede influir en la forma en que se construye su representación social, brindándole ciertas ventajas y desafíos en su papel como defensora de la cultura ancestral.

Figura 50

Título: Exponen avances del Perú en derechos indígenas



Nombre de la primera dama: Eliane Karp

Bajada: Primera dama se refirió al desarrollo y conservación del patrimonio material e inmaterial de nuestros pueblos oriundos

Género periodístico: Informativo

Sección: Sociedad

Fecha de publicación: Lima, miércoles 17 agosto del 2005.

Imagen que acompaña la nota: Eliane Karp en plano medio dando a conocer los avances logrados por el país en temas de protección y revalorización de los conocimientos otorgados por los pueblos oriundos del Perú, en el Foro indígena desarrollado en México.

Contexto histórico y social: Etapa presidencial, finalizando los 5 años de gobierno, indicios de corrupción y la reaparición de los famosos chuponeos.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La representación de Eliane Karp como primera dama en la cobertura de El Peruano destaca su participación en eventos internacionales y su compromiso con la protección de los derechos territoriales y la cultura indígena. Esto se interpretaría como un intento de empoderar su figura y subvertir los roles tradicionales de las primeras damas, que históricamente se han centrado en funciones más protocolares y secundarias.

Por otro lado, se destaca su compromiso con la atención a mujeres y niños en situación de extrema pobreza, por lo que es visto como un intento de abordar cuestiones de equidad de género y justicia social. Sin embargo, también es importante cuestionar si estas representaciones de Eliane Karp como una figura activa y empoderada son genuinas o si son una estrategia para mejorar la imagen del gobierno de Alejandro Toledo.

En cuanto a la perspectiva cultural, se resalta su interés en promover la cultura indígena y la educación bilingüe, lo que podría interpretarse como un reconocimiento de la diversidad cultural en Perú. Sin embargo, es fundamental examinar si estas políticas se

tradujeron en acciones efectivas para fortalecer las culturas indígenas y si hubo un respeto genuino por sus derechos culturales.

Es decir, aunque la representación de Eliane Karp en El Peruano parece ser positiva desde estas perspectivas críticas y de género, es esencial analizar más a fondo las acciones y políticas concretas que respaldan estas representaciones para evaluar su autenticidad y efectividad en la promoción de cambios significativos en la sociedad peruana.

Figura 51

Título: Descentralizarán funciones del despacho de la Primera Dama



Nombre de la primera dama: Eliane Karp

Bajada: Eliane Karp: Buscamos medir impacto de la lucha contra la pobreza.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, jueves 02 de agosto del 2001.

Imagen que acompaña la nota: Eliane Karp en plano medio explicando sobre los planes y objetivos que tiene con su despacho.

Contexto histórico y social: Etapa presidencial, finalizando los 5 años de gobierno, indicios de corrupción y la reaparición de los famosos chuponeos.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

El diario El Peruano construye una representación social de la primera dama, Eliane Karp, como una figura activa y comprometida en su papel, centrada en la modernización y tecnificación de su despacho. Se la presenta como una líder con una visión clara y objetivos específicos a corto y largo plazo para su gestión como primera dama. Se destaca su enfoque en la atención a ciudadanos en situación de extrema pobreza, especialmente mujeres y niños, así como su interés en promover la educación bilingüe, el turismo ecológico y la cultura indígena.

A través de esta nota informativa, se resalta el cambio de roles y se busca transformar la percepción tradicional de las labores de las esposas de los presidentes. Su condición de extranjera y su formación profesional refuerzan la idea de que está rompiendo con estereotipos y asumiendo un rol más activo y empoderado en el gobierno de su esposo, Alejandro Toledo.

La representación social de Eliane Karp en El Peruano es la de una primera dama que busca cambiar la percepción tradicional de las labores realizadas por las esposas de los presidentes, posicionándose como una figura con un rol activo y metas claras. El diario no profundiza en críticas o controversias en torno a sus acciones, centrándose en sus objetivos y planes. Sin embargo, es importante tener en cuenta que esta representación puede estar influenciada por la agenda y enfoque del propio medio de comunicación.

Figura 52

Título: Despacho de Eliane Karp elabora proyecto a favor de más pobres



Nombre de la primera dama: Eliane Karp

Bajada: Objetivo es atender a mujeres campesinas y comunidades nativas.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, miércoles 03 de octubre del 2001.

Imagen que acompaña la nota: Eliane Karp explicando el proyecto que mejorara la calidad de vida y salud de las poblaciones vulnerables del país, esto ante la atenta mirada de sus compañeros en la mesa de honor.

Contexto histórico y social: Etapa presidencial, finalizando los 5 años de gobierno, indicios de corrupción y la reaparición de los famosos chuponeos.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

El diario El Peruano, mediante la nota informativa mencionada, configura una representación social de la primera dama Eliane Karp como una figura comprometida y activa en la mejora de las condiciones de vida de las poblaciones indígenas, nativas y mujeres campesinas, así como de los sectores más desfavorecidos del país.

En este retrato, se le presenta como una defensora apasionada de los derechos territoriales de estas comunidades y como una líder que trabaja incansablemente en la

articulación de relaciones y alianzas para llevar a cabo proyectos destinados a beneficiar a estos grupos marginados. Sin embargo, desde una perspectiva crítica, surge la interrogante sobre si estas representaciones son sinceras o si forman parte de una estrategia política para mejorar la imagen del gobierno de Alejandro Toledo.

Además, la nota adolece de un análisis más profundo de los desafíos y obstáculos que enfrentan estas comunidades, y no aborda posibles críticas o controversias en torno a las políticas gubernamentales. En última instancia, estas representaciones podrían considerarse como una forma de propaganda política diseñada para generar apoyo público y distraer la atención de otros problemas o críticas dirigidas al gobierno, presentando a Eliane Karp como la cara amigable y empática del gobierno que se preocupa por las cuestiones sociales.

Figura 53

Título: Primera Dama pedirá inclusión de nativos en Comisión de la Verdad



Nombre de la primera dama: Eliane Karp

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Domingo, 26 de agosto del 2001.

Imagen que acompaña la nota: Eliane recibiendo un documento por parte de una representante de una comunidad del país, en el II Foro de Pueblos Indígenas.

Contexto histórico y social: Etapa presidencial, Inicio de la etapa de gobierno y expectativas de la actuación de la pareja presidencial.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

El diario El Peruano, en este caso, construye una representación social de la primera dama, Eliane Karp, como una figura comprometida con la causa de las comunidades nativas e indígenas. Se la presenta como alguien dispuesta a escuchar y a abogar por sus necesidades y derechos. Además, se resalta su papel como intermediaria entre estas comunidades y el gobierno, lo que sugiere una imagen de liderazgo y empatía. El diario enfatiza su participación en temas relacionados con la Comisión de Verdad y la promoción de la educación intercultural, lo que la proyecta como una defensora de los derechos humanos y la diversidad cultural en el país. Es decir, El Peruano construye una representación positiva de Eliane Karp como una primera dama comprometida y activa en asuntos sociales y culturales.

Figura 54

Título: Crean Comisión de Concertación Educativa



Nombre de la primea dama: Eliane Karp

Bajada: Jefe del Estado entrego a Eliane Karp resultados de la consulta nacional de educación.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Sábado, 21 de julio del 2001

Imagen que acompaña la nota: Eliane recibiendo un documento por parte de una representante de una comunidad del país, en el II Foro de Pueblos Indígenas.

Contexto histórico y social: Etapa presidencial, Inicio de la etapa de gobierno y expectativas de la actuación de la pareja presidencial.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

El diario El Peruano, a través de su nota informativa, configura una representación social de la primera dama, Eliane Karp, en la cual se percibe su participación en actividades relacionadas con la gestión gubernamental, pero su papel no se coloca en el centro de los asuntos de Estado ni en la toma de decisiones políticas fundamentales. Su contribución se presenta como subsidiaria, enfocándose principalmente en la representación simbólica y el apoyo al presidente Alejandro Toledo. Esta representación refuerza estereotipos de género al relegarla a un rol secundario en la esfera política, lo cual es un enfoque reduccionista y potencialmente sesgado de su participación en la gestión gubernamental.

El diario resalta su función de recibir documentos y propuestas gubernamentales, como en el caso de la Consulta Nacional de Educación, pero no profundiza en su participación activa en la formulación de políticas o en la toma de decisiones clave. En lugar de ello, se enfoca en la continuidad de las propuestas del gobierno anterior y en el compromiso del nuevo gobierno con el aumento del presupuesto en el sector educativo, sin atribuir directamente a Eliane Karp la autoría o el liderazgo de estas iniciativas. Esta representación es vista como una forma de invisibilizar el papel activo que algunas primeras damas desempeñan en la gestión gubernamental y la formulación de políticas.

En última instancia, esta representación contribuye a perpetuar la idea de que las primeras damas tienen un papel limitado en la política y que su contribución se reduce a funciones protocolares o de respaldo, lo cual es una visión reduccionista y potencialmente sesgada de la realidad.

4.1.1.4. Nadine Heredia

4.1.1.4.1. La República

Figura 55

Título: El Caso de Nadine y Tres Razones Públicas



Nombre de la primera dama: Nadine Heredia

Bajada: La Mitadmasuno

Género periodístico: Artículo de opinión

Sección: Política

Fecha de publicación: Viernes, 17 de julio de 2015.

Autora: Juan de la Puente

Contexto histórico y social: Controversia política y social, particularmente en relación con el gobierno del presidente Ollanta Humala y su esposa, Nadine Heredia.

Nadine Heredia era la primera dama de Perú en ese momento y también ocupaba un cargo importante en el partido político de su esposo, el Partido Nacionalista Peruano. Durante su mandato, surgieron diversas acusaciones y controversias relacionadas con

financiamiento de campañas electorales, lo que llevó a investigaciones y debates políticos sobre la corrupción y la transparencia en el país.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La representación social de la primera dama Nadine Heredia por el diario La República se construye desde el liderazgo político que se destaca que; ya que ejerce un liderazgo político importante como líder del Partido Nacionalista y esposa del presidente Ollanta Humala. Esto implica que tiene un papel influyente en la dirección del partido y, por extensión, en la política peruana. La representación social resalta su influencia en la toma de decisiones políticas y su presencia en el escenario político nacional. Por otro lado, por las controversia y críticas que recibió, particularmente en relación con investigaciones sobre sus movimientos bancarios cuestionados. Esto sugiere que su liderazgo político no está exento de desafíos y conflictos.

Entonces, la representación social de Nadine Heredia en La República la presenta como una figura política influyente y controvertida, cuyo liderazgo político está sujeto a escrutinio y críticas. Se enfatiza su papel en el partido oficialista y su capacidad para tomar decisiones políticas, pero también se destacan las controversias y las respuestas ilegales relacionadas con su gestión financiera.

Figura 56

Título: Plan Esperanza atendió a más de 130,000 peruanos



Nombre de la primera dama: Nadine Heredia

Bajada: Con “Esperanza móvil” se detectan y controlan casos de cáncer

Género periodístico: Informativo

Sección: Actualidad

Fecha de publicación: Lima, 21 de agosto de 2015

Imagen que acompaña la nota: Nadine Heredia junto al ministro Velásquez y a lado de los niños del Instituto de Salud del Niño

Contexto histórico y social: Revelación de posibles actos de corrupción en Palacio de Gobierno.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La representación social de Nadine Heredia en el ámbito político por el diario La República la presenta como una figura comprometida con la salud pública y con un liderazgo activo en la promoción de iniciativas relacionadas con la atención médica y el bienestar de la población peruana, especialmente de aquellos en situación de vulnerabilidad. Su influencia se refleja en su capacidad para impulsar y apoyar programas que buscan mejorar la calidad de vida de los peruanos. Además, de su compromiso con la salud pública y su liderazgo en iniciativas relacionadas con el bienestar de la población, la representación social de Nadine Heredia en el ámbito político se ve reforzada por su experiencia y trayectoria en la política peruana. A diferencia de otras primeras damas,

Heredia se destacó por su activismo político y su participación activa en el Partido Nacionalista Peruano, del cual su esposo, Ollanta Humala, fue líder y presidente.

Su experiencia política incluyó roles significativos en la campaña electoral de su esposo durante las elecciones presidenciales de 2011, así como su papel como líder del Partido Nacionalista durante el gobierno de Humala. Esta experiencia política le otorgó una posición influyente en la toma de decisiones políticas y en la orientación del partido oficialista.

A lo largo de su mandato como primera dama, Heredia fue vista como una figura política poderosa y desempeñó un papel activo en la promoción de políticas y programas gubernamentales. Su influencia en el ámbito político se basó en su experiencia y su capacidad para movilizar apoyo político y social.

Esta diferencia en la experiencia política y su participación activa en asuntos políticos distingue a Nadine Heredia de algunas de sus predecesoras como primera dama y contribuye a la construcción de su representación social como una figura política influyente y con un profundo conocimiento de la política peruana.

Figura 57

Título: La juventud de Nadine le da un estilo a su atuendo



Nombre de la primera dama: Nadine Heredia.

Bajada: La juventud de Nadine le da un estilo a su atuendo.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: 17 de julio de 2011.

Imagen que acompaña la nota: El presidente Ollanta Humala y la primera dama Nadine Heredia en su gira presidencial por Sudamérica (Colombia).

Autora: Elizabeth Prado.

Contexto histórico y social: Gira del electo presidente Ollanta Humala por Sudamérica y los Estados Unidos 2011.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La representación social de la primera dama, Nadine Heredia, basada en la opinión de la diseñadora Chío Leca, muestra la atención excesiva al estilo de vestir de la primera dama que se muestra de superficialidad en la cobertura mediática. En lugar de enfocarse en asuntos más sustanciales relacionados con su papel y responsabilidades públicas, se le da prioridad a su apariencia y elecciones de moda. Esto se considera frívolo y una distracción de temas más importantes.

Por otro lado, el énfasis en el estilo “clásico y femenino” de Nadine Heredia refleja estereotipos de género arraigados en la sociedad, donde se espera que las mujeres en posiciones de poder mantengan una imagen determinada y se las juzgue en función de su apariencia. Esta representación contribuye a la perpetuación de roles de género tradicionales.

Además, la idea de que Heredia se ha convertido en un “icono de la moda” da la impresión de que su imagen personal es más relevante que sus acciones o logros como primera dama. Hablar de la primera dama como un “icono de moda nacional” se percibe como elitista y alejado de la realidad de la mayoría de la población peruana.

Figura 58

Título: La mujer y el poder



Nombre de la primera dama: Nadine Heredia

Género periodístico: Artículo de opinión

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, 27 de julio de 2015

Imagen que acompaña la nota: Se presenta una imagen en la que Nadine Heredia aparece junto a Ollanta Humala, ambos luciendo sonrientes y levantando la mano en un gesto que simboliza el triunfo.

Autor: Antonio Zapata

Contexto histórico y social:

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La nota resalta el papel de la primera dama, Nadine Heredia, como una figura influyente en la política peruana y subraya la solidez de su relación de pareja con el presidente Ollanta Humala. Esto contribuye a construir una representación social de Heredia como una mujer poderosa y con un impacto significativo en la toma de decisiones gubernamentales.

El hecho de que el artículo mencione la "fortaleza principal" de Ollanta en su relación con Nadine Heredia implica que su presencia y su influencia son cruciales en la política peruana. Además, al relacionar el intelecto de Heredia con su capacidad para el manejo del poder, se sugiere que su participación activa en asuntos políticos es el resultado de su capacidad y conocimiento, en lugar de ser simplemente un accesorio decorativo en el gobierno de su esposo.

En este contexto, la construcción de la representación social de Nadine Heredia se enfoca en su papel como una figura política con influencia y habilidades intelectuales, lo que desafía los estereotipos de género y la presenta como una mujer empoderada en la vida política de Perú. La nota también sugiere que su participación activa es un hito en la historia de la participación femenina en la política del país.

4.1.1.4.2. El Comercio

Figura 59

Título: Nadine: aun si ganan pierde



Nombre de la primera dama: Nadine Heredia

Género periodístico: Artículo de opinión

Sección: Política

Fecha de publicación: Lima, 02 de julio de 2015

Autor: Enrique Pasquel

Contexto histórico y social: El contexto histórico y social relacionado con la política peruana durante la presidencia de Ollanta Humala, que abarcó desde 2011 hasta 2016.

Durante ese período, se produjeron debates y controversias políticas, y hubo un enfoque en la lucha contra la corrupción y la transparencia en el gobierno.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La construcción de la representación social de la primera dama Nadine Heredia por el diario El Comercio se basa en una narrativa crítica y escéptica en relación con las acusaciones y controversias en torno a sus movimientos bancarios y sus respuestas a las mismas. A través de la cobertura de eventos y declaraciones.

Se destaca que Nadine Heredia es la líder del Partido Nacionalista, lo que implica que desempeña un papel importante en la dirección y gestión de un partido político en Perú. Esto resalta su influencia en la política peruana y sugiere que tiene un rol significativo en la toma de decisiones dentro del partido.

Por otro lado, se menciona que Nadine Heredia ocupa la posición de primera dama en ese momento, lo que indica que tiene una posición oficial como esposa del presidente. Esto a menudo incluye funciones representativas y sociales en el contexto político, y su rol como líder del partido oficialista le otorga una influencia adicional en la política peruana.

Además, el diario resalta las controversias relacionadas con los movimientos bancarios de Nadine Heredia y sus respuestas a las mismas. Se señala su actitud defensiva y las acciones judiciales emprendidas en respuesta a las investigaciones sobre sus cuentas bancarias. Esto sugiere que su influencia política podría estar vinculada a los problemas financieros y legales que enfrenta.

El artículo pone de relieve el escrutinio y las críticas hacia Heredia en relación con la transparencia y la consistencia de sus explicaciones sobre sus finanzas. Se destaca que la ciudadanía espera que alguien en su posición sea absolutamente transparente en la gestión de sus finanzas, lo que sugiere que su papel político y su manejo financiero están interconectados y sujetos a escrutinio público.

Figura 60

Título: ¿Nadine Heredia o el país?



Nombre de la primera dama: Nadine Heredia

Bajada: Humala se equivoca al pretender extender la inmunidad presidencial a su esposa. Heredia la asume esa inmunidad como impunidad

Género periodístico: Opinión

Sección: Política

Fecha de publicación: 12 de julio de 2015

Imagen que acompaña la nota:

Autor: Juan Paredes Castro

Contexto histórico y social: Penúltimo año de gobierno de Ollanta Humala.

Link del artículo virtual: <https://elcomercio.pe/politica/opinion/nadine-heredia-paisjuan-paredes-castro-385843-noticia/?ref=ecr>

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La representación social de Nadine Heredia en el ámbito político, según el fragmento, sugiere preocupaciones sobre la falta de transparencia, la desconfianza hacia las instituciones democráticas y la percepción de que se busca proteger a los líderes políticos y sus familiares de investigaciones y rendición de cuentas. Esta representación social en La República enfatiza la necesidad de una mayor transparencia y responsabilidad por parte de las figuras políticas en el país.

el diario La República menciona preocupaciones sobre la influencia y el poder que Nadine Heredia podría tener por encima de su esposo, el presidente Ollanta Humala.

Se plantea que existen sospechas de que el presidente podría estar tomando medidas para protegerla de posibles investigaciones y que se está extendiendo la inmunidad presidencial a su favor.

Desde esta perspectiva, la representación social de Nadine Heredia se construye como una figura influyente dentro del gobierno, capaz de ejercer poder sobre su esposo y tomar decisiones que podrían afectar la rendición de cuentas y la transparencia en el

gobierno. Esto plantea preocupaciones sobre la posibilidad de que esté utilizando su posición para protegerse a sí misma y a sus intereses.

Es decir, en este contexto, se sugiere que Nadine Heredia podría tener un grado de poder e influencia significativo en el gobierno de su esposo y que esto podría estar influyendo en la manera en que se abordan las investigaciones y la rendición de cuentas. Esta representación social plantea interrogantes sobre su papel en la toma de decisiones políticas y su influencia en el ámbito gubernamental.

Figura 61

Título: Vestida para mandar



Nombre de la primera dama: Nadine Heredia

Bajada: La investigación fiscal a Nadine Heredia ha generado que Ollanta Humala, Pedro Cateriano y Josué Gutiérrez defiendan a la primera dama

Género periodístico: Artículo informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: 2 de junio de 2015

Imagen que acompaña la nota: Fotografía de Nadine Heredia, posando con un saludo, donde destaca su vestimenta luciendo prendas elegantes, ocupa casi toda la página.

Contexto histórico y social: Crisis en el gobierno tras identificarse numerosas corrupciones.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

A partir del artículo titulado “Vestida para mandar” en el diario El Comercio, la construcción de la representación social de la primera dama Nadine Heredia en el ámbito político se enfoca en los siguientes puntos:

El artículo destaca los altos gastos en prendas, joyas y artículos personales de Nadine Heredia, en su mayoría comprados en el extranjero en lugares relacionados con la alta sociedad europea. Esto crea una imagen de una primera dama con un estilo de vida lujoso y elevados estándares de consumo.

Se menciona que Heredia está siendo investigada por la fiscalía y el Ministerio Público debido a sus gastos personales y a la procedencia de los fondos utilizados. Esto sugiere una posible falta de transparencia en sus finanzas personales y plantea interrogantes sobre su rendición de cuentas.

El artículo destaca que estas acusaciones se dan en un contexto político, cercano a una campaña electoral. Se sugiere que las acusaciones podrían tener un tinte político y estar destinadas a dañar la imagen de la primera dama y el presidente Ollanta Humala.

Es decir, el artículo construye la representación social de Nadine Heredia en el ámbito político como una figura que enfrenta acusaciones relacionadas con su estilo de vida lujoso y gastos personales. También destaca la posible influencia política detrás de estas acusaciones y el contexto de una campaña electoral. La respuesta del gobierno y la investigación de personas cercanas a Heredia contribuyen a esta representación, que plantea interrogantes sobre la transparencia y la rendición de cuentas en su vida personal y política.

Figura 62

Título: Que nadie toque a la reina



Nombre de la primera dama: Nadine Heredia

Bajada: La periodista fundamenta que el Congreso debe hacer respetar las investigaciones que está emprendiendo a Nadine Heredia

Género periodístico: Opinión

Sección: Política

Fecha de publicación: 8 de julio de 2015

Autora: Cecilia Valenzuela

Link del artículo virtual: <https://elcomercio.pe/politica/gobierno/nadie-toque-reinacecilia-valenzuela-174206-noticia/>

Contexto histórico y social: El contexto histórico y social está marcado por el gobierno de Ollanta Humala en Perú, caracterizado por tensiones políticas, controversias y acusaciones. El fragmento del artículo refleja el ambiente político y social en ese período, con un enfoque en la relación entre el Ejecutivo y el Legislativo, así como las preocupaciones sobre el respeto a la Constitución y la institucionalidad democrática.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

El artículo de El Comercio construye la representación social de Nadine Heredia desde el ámbito político como una figura que enfrenta investigaciones y controversias, pero que cuenta con el apoyo y la defensa apasionada de su esposo, el presidente Ollanta Humala.

Por otro lado, el artículo “Que nadie toque a la reina” se considera que Nadine Heredia está siendo representada a través del abuso de poder y nepotismo por parte del gobierno, ejemplo claro es la defensa de Ollanta Humala hacia su esposa; además, esta actitud puede interpretarse como el uso de la influencia política para proteger a un familiar en investigaciones legítimas.

Además, la falta de transparencia. Las investigaciones sobre los gastos personales de Nadine Heredia, incluyendo compras en el extranjero, levantan dudas sobre la transparencia de su gestión financiera y sus relaciones con terceros. Esto puede interpretarse como una falta de rendición de cuentas y una opacidad en las finanzas personales.

Uso político de la victimización; es decir, la defensa apasionada de Heredia y las críticas hacia las investigaciones pueden verse como un intento de victimización con fines políticos. Esto podría utilizarse para movilizar el apoyo político y ganar simpatía en un contexto electoral.

Figura 63

Título: "Nadine Heredia me dijo que Todo Graph era su empresa"



Nombre de la primera dama: Nadine Heredia

Bajada: La ex amiga de la primera dama, María Elena Llanos, dijo que Heredia le pidió contratar a empresa “para apoyarla”

Género periodístico: Opinión

Sección: Política

Fecha de publicación: 8 de julio de 2015

Autor(a): Anónimo

Link del artículo virtual: <https://elcomercio.pe/politica/actualidad/nadine-heredia-medijo-graph-empresa-385770-noticia/>

Contexto histórico y social: Se inscriben en un período de agitación política y preocupación pública por la corrupción y la financiación de campañas políticas en Perú. Las investigaciones y los testimonios públicos eran parte integral de los esfuerzos por abordar estos problemas y promover la transparencia en el gobierno y la política.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

A partir de este fragmento, la construcción de la representación social de la primera dama Nadine Heredia por el diario El Comercio en el ámbito político y su influencia se interpreta de la siguiente manera.

La noticia sugiere que Nadine Heredia tenía relaciones con empresas como “Todo Graph” y que buscaba apoyo financiero o de otro tipo a través de estas conexiones. Esto da la impresión de que está involucrada en actividades empresariales y financieras relacionadas con su posición política.

La sorpresa expresada por María Elena Llanos sobre la situación financiera de Heredia y otros personajes políticos insinúa preguntas sobre la fuente de financiamiento de Heredia y si tenía acceso a recursos económicos que no se conocían públicamente, planteándose así preocupaciones sobre la transparencia financiera de Heredia.

Por otro lado, se la representa a través de las relaciones con empresarios y personas influyentes, la mención del empresario venezolano Julio López y su supuesto financiamiento de consultorías a Nadine Heredia sugiere que ella tenía conexiones con personas influyentes en el ámbito empresarial. Esto indica que la primera dama poseía

una red de contactos que influyó en su carrera política no como las primeras damas tradicionales, por lo contrario, considerándose la más activa. influencia política.

4.1.1.4.3. El Peruano

Figura 64

Título: Primera dama de la nación: Mujeres destacan en organizaciones



Nombre de la primera dama: Nadine Heredia

Género periodístico: Nota informativa

Sección: Política

Fecha de publicación: 18 de agosto de 2015

Imagen que acompaña la nota: Nadine Heredia junto a las cocineras del comedor popular.

Contexto histórico y social: El contexto histórico y social en el que se realizó este discurso se encuentra en el Perú de 2015, bajo el gobierno de Ollanta Humala, con un énfasis en la inclusión social, el empoderamiento de las mujeres y la promoción de la gastronomía y la cultura peruana.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La construcción de la representación social de la primera dama Nadine Heredia por el diario El Peruano es vista como:

Defensora de las mujeres y las organizaciones sociales: Nadine Heredia se presenta como una defensora destacada de las mujeres que forman parte de organizaciones sociales, como los comedores populares en Perú. Se la elogia por reconocer y elogiar el liderazgo de estas mujeres, destacando su contribución a la sociedad y su capacidad para sacar adelante a sus familias a pesar de las adversidades. Esta representación social enfatiza su compromiso con la inclusión social y el empoderamiento de las mujeres en roles de liderazgo.

Promotora de la igualdad y la inclusión: La primera dama resalta la importancia de la inclusión social y aboga por la reducción de las brechas de desigualdad en el país. Se enfoca en la necesidad de brindar oportunidades de desarrollo a todos los peruanos, independientemente de su origen geográfico o situación económica. Esta representación social sugiere que Heredia está comprometida con la promoción de una sociedad más igualitaria y justa.

Apoyo a las madres y la niñez: La nota resalta el papel fundamental de las madres en el crecimiento y desarrollo de los niños. Nadine Heredia se presenta como una defensora de las organizaciones de comedores populares y se compromete a mejorar sus condiciones y servicios. Esta representación social subraya su interés en el bienestar de los niños y en fortalecer el papel de las madres en la sociedad.

Compromiso gubernamental: El artículo sugiere que el gobierno, a través de Nadine Heredia como primera dama, está comprometido en mejorar las condiciones de las organizaciones sociales, brindándoles apoyo en diferentes áreas. Esta representación social destaca su papel en la implementación de políticas y programas gubernamentales dirigidos al apoyo de estas organizaciones.

Figura 65

Título: La gran transformación del país está en marcha



Nombre de la primera dama: Nadine Heredia.

Bajada: Presidente mantiene su intención de construir una patria para todos.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Sábado 30 de julio de 2011.

Imagen que acompaña la nota: La imagen captura el momento triunfal de Ollanta Humala, quien aparece junto a su esposa, Nadine Heredia, en un primer plano, alzando las manos en señal de victoria.

Contexto histórico y social:

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La representación social de Nadine Heredia, en el contexto proporcionado, se construye a través de elementos clave en la noticia, resaltando su papel como la primera dama y su influencia en el gobierno de Ollanta Humala.

En primer lugar, se destaca la imagen de unidad en la noticia, con Heredia apareciendo junto al presidente Ollanta Humala en una fotografía donde aparentemente ambos lucen felices. Esta imagen transmite una impresión de apoyo y cohesión dentro del gobierno, sugiriendo que Nadine Heredia respalda activamente al presidente y es una figura importante en el equipo gubernamental.

Además, la noticia subraya el enfoque en la "Gran transformación" del país como el mensaje central del gobierno de Humala. Esta noción implica que Heredia está involucrada en un proyecto ambicioso y positivo para el Perú, y su presencia junto al presidente refuerza la idea de que ella desempeña un papel crucial en este proceso de cambio y desarrollo.

La noticia se enfoca en resaltar los logros y objetivos del gobierno de Humala en un tono optimista. La presencia de Nadine Heredia en la imagen junto al presidente se interpreta como un intento de transmitir una imagen positiva y exitosa de la administración en la que desempeña un papel importante. En resumen, la representación social de Nadine Heredia se construye como una primera dama influyente y comprometida en el éxito de la gestión de su esposo, el presidente Ollanta Humala, contribuyendo a la imagen de unidad y éxito gubernamental. Esta imagen se basa en la perspectiva presentada por el medio de comunicación "El Peruano" y puede variar según la fuente y el contexto político.

Figura 66

Título: Primera Dama: No será candidata



Nombre de la primera dama: Nadine Heredia.

Bajada: Pide no usar el tema como “caballito de batalla” para campañas de políticos y les sugiere que sigan trabajando.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Sábado 06 de julio de 2013.

Imagen que acompaña la nota:

Autora:

Contexto histórico y social:

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La nota del diario El Peruano construye varias representaciones sociales de la primera dama, Nadine Heredia:

Por un lado, se destaca su firme declaración de que no tiene intención de postularse como candidata en las elecciones de 2016. Esta afirmación muestra a Heredia como una figura que descarta de manera decidida la posibilidad de entrar en la política electoral y, en cambio, se enfoca en mantener su rol actual como primera dama.

Además, se resalta su compromiso constante con el trabajo en beneficio de las personas más necesitadas. Esto la presenta como una defensora de causas sociales y alguien dedicado a desarrollar programas y proyectos que mejoren la calidad de vida de los menos afortunados en la sociedad.

Heredia también enfatiza su disposición a apoyar al presidente en las actividades que le encomiende como primera dama. Esta declaración subraya su rol más ceremonial y protocolario dentro del gobierno, lo que implica un compromiso con respaldar a su esposo, el presidente, en sus funciones públicas.

Por último, se destaca el llamado de Heredia a evitar la politización excesiva de su situación. Esta solicitud refleja su deseo de mantener su papel actual al margen de la contienda política y proteger su imagen de la politización excesiva.

Figura 67

Título: El Perú sigue siendo un escenario idóneo para inversiones españolas



Nombre de la primera dama: Nadine Heredia.

Bajada: Monarca destaca el crecimiento económico del país, así como aplicación de políticas sociales y educativas.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: Miércoles, 8 de julio de 2015.

Imagen que acompaña la nota:

Autora: Marcelo Puelles.

Contexto histórico y social: El contexto histórico y social se centra en el período de gobierno de Ollanta Humala en Perú, caracterizado por esfuerzos para promover el desarrollo económico y fortalecer las relaciones internacionales, en este caso, con España. También se menciona la participación de la primera dama, Nadine Heredia, en eventos oficiales y protocolarios durante esta visita oficial.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La construcción de la representación social de Nadine Heredia como primera dama se basa en varios elementos clave presentes en el texto, destacando su papel

ceremonial, su relevancia en eventos de prestigio y su potencial contribución a los logros del gobierno de Ollanta Humala.

Primero, la expresión "Acompañamiento protocolario" resalta que Nadine Heredia cumple un papel ceremonial y protocolario en eventos oficiales al acompañar al presidente Humala. Esto sugiere que su rol como primera dama se centra en representar el país en situaciones formales y resaltar la imagen del gobierno. Su presencia en actividades junto al presidente es indicativa de que es una figura destacada en el contexto de la visita, lo que refuerza su posición como primera dama.

4.1.1.5. Lilia Paredes

4.1.1.5.1. La República

Figura 68

Título: Lilia Paredes, la maestra que será primera dama



Nombre de la primera dama: Lilia Paredes

Bajada: Raíces: “Nació en Chota hace 48 años, donde conoció desde la primaria al electo presidente Pedro Castillo, con quien estudió también la secundaria y Pedagogía. Es madre de tres hijos. Asegura que él será quien gobierne y rechaza que hubo fraude”.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: 23 de julio de 2021.

Imagen que acompaña la nota: Lilia Paredes en plano americano sonriendo.

Autora: Pamela Palacios.

Contexto histórico y social: Elecciones presidenciales en Perú que llevaron a Pedro Castillo al poder, generando expectativas sobre el nuevo gobierno.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La nota informativa de Palacios en el diario La República presenta a Lilia Paredes como una mujer de “talante suave y palabras claras”, lo que insinúa que la primera dama, en sus declaraciones, ha mostrado una actitud tranquila y una comunicación directa.

Sin embargo, la representación de Lilia Paredes se concentra en aspectos personales y estereotipados de su vida, como su rol de madre y esposa, su profesión docente y su afiliación religiosa. Este enfoque puede simplificar su identidad, reduciéndola a roles tradicionalmente asociados con las mujeres, lo que socava su individualidad y experiencia.

A pesar de su afirmación de que “la vestimenta no hace a la persona”, la pregunta sobre su elección de atuendo para la juramentación sigue resaltando la importancia de la apariencia de las mujeres en la política. Este enfoque en la apariencia puede desviar la atención de sus capacidades y objetivos políticos reales.

La nota se enfoca principalmente en aspectos personales y familiares de Lilia Paredes, pero carece de detalles sustanciales sobre sus metas y planes políticos como primera dama. Esta falta de profundidad puede llevar a la percepción de que su papel se limita a cuestiones sociales y humanitarias, mientras se pasan por alto sus posiciones políticas y su influencia real en el gobierno.

Figura 69

Título: Lilia Paredes: la docente que busca apoyar a las mujeres y poblaciones vulnerables en los próximos 5 años



Nombre de la primera dama: Lilia Paredes

Bajada: “La esposa del electo presidente es cajamarquina, profesora y tiene en sus planes trabajar por las mujeres del Perú. Conoce un poco de su historia y primeras declaraciones a la prensa”.

Género periodístico: Informativo

Sección: Político

Fecha de publicación: 21 de julio de 2021.

Imagen que acompaña la nota: Lilia Paredes en plano medio en su tierra natal, Chota.

Link del artículo virtual: <https://larepublica.pe/politica/2021/07/21/lilia-paredesnavarro-quien-es-la-primera-dama-biografia-y-perfil-de-la-esposa-del-presidente-pedrocastillo-atmp>

Contexto histórico y social: Elecciones presidenciales en Perú que llevaron a Pedro Castillo al poder, generando expectativas sobre el nuevo gobierno.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La noticia presenta a Lilia Paredes como una mujer cajamarquina de 48 años, maestra de profesión y madre de tres hijos, que ahora desempeña un papel clave como esposa del presidente Pedro Castillo. Su perfil se destaca por su experiencia como docente

y su vida familiar, lo que sirve como contexto relevante para comprender su nuevo rol como primera dama, representando así desde la perspectiva tradicional de primera dama.

Se subraya que el compromiso central de Lilia Paredes se centra en atender a las personas más vulnerables de la nación. Este enfoque sugiere que su principal interés es el cuidado y apoyo a grupos en situación de vulnerabilidad, incluyendo a niños, niñas, adolescentes y mujeres. La noticia detalla algunas de las actividades y visitas públicas que la primera dama ha realizado en sus primeros días en el cargo, como sus visitas a comunidades indígenas, centros de acogida residencial, un penal de mujeres y lugares donde se donaron equipos médicos para combatir la pandemia.

En el contexto cultural, esta representación de Lilia Paredes está relacionada con las normas y valores culturales que a menudo subestiman el papel de las mujeres en la política y priorizan las responsabilidades tradicionalmente asociadas con la feminidad, como el rol de ama de casa. Esto lleva a prejuicios de género arraigados en la sociedad, que subrayan la importancia de destacar la diversidad de roles y capacidades de las mujeres en la esfera pública.

Figura 70

Título: Castillo se reunió con sus homólogos de Cuba y México



Nombre de la primera dama: Lilia Paredes.

Bajada: “Expectativas: Encuentros se realizarán en marco de la IV Cumbre de la CELAC. Mañana partirá a EE.UU. donde se reunirá con miembros de la OEA y participará en la Asamblea General de la ONU”.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: 18 de septiembre de 2021.

Imagen que acompaña la nota: La fotografía está en plano general, donde se muestra a Pedro Castillo y esposa junto al Canciller de México a lado de su esposa.

Autora: María Elena Castillo.

Contexto histórico y social:

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana

La representación social de la primera dama, Lilia Paredes, en esta nota informativa desde un punto de vista crítico se interpretada como subordinada y en segundo plano en comparación con el presidente. A pesar de su título oficial y su rol en el gobierno, la nota se enfoca principalmente en el presidente y sus acciones, mientras que apenas se menciona a la primera dama y su papel. Esta falta de visibilidad y protagonismo refleja una dinámica de género en la que las mujeres en posiciones de poder son subestimadas o marginadas en la narrativa pública.

La ausencia de la voz de la primera dama en la nota también se interpretada como una forma de minimizar su influencia y sus opiniones en asuntos políticos. Al dar voz principalmente al presidente, se puede perpetuar la idea de que la esposa del líder solo cumple un rol secundario y decorativo, centrado en actividades sociales y humanitarias, en lugar de desempeñar un papel activo en la toma de decisiones políticas.

Desde una perspectiva crítica, se argumenta que esta representación refuerza estereotipos de género arraigados en la sociedad, donde las mujeres en posiciones de poder son invisibilizadas o desestimadas, a pesar de su capacidad y experiencia. También

esta falta de reconocimiento de la voz y el papel de la primera dama en la política es un reflejo de desigualdades de género más amplias en la esfera pública.

Figura 71

Título: “MIMP se pronuncia sobre imitación de Lilia Paredes en programa televisivo”



Nombre de la primera dama: Lilia Paredes

Bajada: “El Ministerio de la Mujer rechazó la imitación de la primera dama presentada en el programa “VIII mandamiento” por el cómico Carlos Álvarez” .

Género periodístico: Nota informativa.

Sección: Política

Fecha de publicación: 13 de julio de 2022.

Imagen que acompaña la nota: La imagen de Carlos Álvarez imitando a Lilia Paredes.

Contexto histórico y social: El contexto general incluye tensiones políticas y sociales en el país, así como debates sobre la representación de figuras públicas en los medios de comunicación y la importancia de promover un discurso respetuoso y no discriminatorio en la sociedad peruana.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana

En primer lugar, esta situación destaca cómo la figura de la primera dama puede ser objeto de sátira y ridiculización en los medios de comunicación. La imitación de la primera dama en un programa de comedia plantea preguntas sobre la ética y los límites del humor en el contexto político. ¿Es apropiado utilizar la figura de la primera dama para

fines cómicos, especialmente cuando se enfoca en sus rasgos físicos y su acento? Este tipo de humor puede reforzar estereotipos y perpetuar prejuicios de género y racial.

Desde una perspectiva crítica, también podemos interrogar por qué la figura de la primera dama es tan susceptible a la sátira y la controversia mediática. ¿Es porque históricamente las primeras damas han tenido un papel limitado en la política y se les ha visto principalmente como acompañantes de los presidentes? Esta situación puede llevar a que se las perciba como blancos fáciles para la crítica y el humor.

En última instancia, esta noticia resalta la complejidad de las interacciones entre política, género y poder en el contexto de la representación mediática. Plantea preguntas importantes sobre el uso del humor en la política, los límites de la libertad de expresión y la necesidad de promover un discurso público que respete la dignidad de todas las personas, independientemente de su género o cargo político.

Figura 72

Título: "Pedro Castillo: ¿qué le dijo Lilia Paredes tras su intento fallido de asilo en la embajada de México?"



Nombre de la primera dama: Lilia Paredes

Bajada: Fuentes de la escolta presidencial revelaron cuál fue la reacción de la ex primera dama en el momento en que fueron intervenidos por la Policía tras la disolución del Congreso.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: 21 de diciembre de 2021.

Imagen que acompaña la nota: Se muestra una imagen compuesta del presidente junto a su esposa cuando ganaron las elecciones y al otro extremo la intervención de Pedro Castillo.

Contexto histórico y social: Crisis política y económica.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La nota del diario La República construye una representación social de la primera dama, Lilia Paredes, en un contexto político altamente tenso y dramático. En medio de la detención de su esposo, el ex presidente Pedro Castillo, se enfoca en la reacción emocional de Lilia y su hija, creando una imagen de vulnerabilidad y angustia. Esta representación busca generar empatía hacia la primera dama y su familia en medio de una crisis política.

Lilia Paredes se representa en un rol tradicional de esposa y madre preocupada por la seguridad y el bienestar de su familia. Su pregunta, “¿Por qué lo has hecho?”, sugiere una falta de comprensión sobre las acciones de su esposo, reforzando la imagen de una esposa que no estaba al tanto de las decisiones políticas de su marido. Esto se puede interpretar desde una perspectiva de género, donde se espera que las esposas políticas estén en un papel de apoyo en lugar de tomar decisiones políticas.

La narrativa de la nota enfatiza la desesperación de Lilia Paredes y su hija, lo que podría ser una estrategia para destacar la gravedad de la situación política y la injusticia

percibida de la detención de Pedro Castillo. La dramatización de la escena busca movilizar emociones y generar simpatía hacia la familia presidencial.

Además, la nota revela cómo se tomó la decisión de detener a Pedro Castillo antes de llegar a la Embajada de México, donde Lilia Paredes aparece como una figura secundaria en el automóvil presidencial. Esto sugiere que la toma de decisiones importantes no estaba bajo su control y podría servir para enfatizar la rapidez de la detención y la falta de coordinación en el entorno presidencial.

Figura 73

Título: Lilia Paredes: este fue el look de la Primera Dama para los celebraciones de Fiestas Patrias



Figura 74

Título: Atuendo de la Primera Dama en el 2021



Nombre de la primera dama: Lilia Paredes.

Bajada: La esposa de Pedro Castillo, Lilia Paredes, optó por portar un elegante traje para la celebración del 28 de julio y acompañar al mandatario en su mensaje presidencial.

Género periodístico: Informativo

Sección: Espectáculos

Fecha de publicación: 29 de julio de 2022.

Imagen que acompaña la nota: La primera dama ha utilizado un llamativo vestido de color rosa.

Contexto histórico y social: Segundo año conmemorando el 28 de julio.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La noticia del diario La República describe el look y el estilo de la primera dama, Lilia Paredes, durante las celebraciones de Fiestas Patrias en Perú.

La noticia destaca que Lilia Paredes optó por un estilo elegante y llamativo para la celebración del 28 de julio, el Día de la Independencia de Perú. En esta ocasión, eligió un vestido de color rosa, lo cual es notable porque en eventos anteriores se le había visto usando colores más sobrios.

La noticia menciona que Paredes ha mostrado un cambio en su estilo personal, ya que anteriormente había usado un vestuario de color negro con estampados durante la asunción de la presidencia de su esposo, Pedro Castillo. Esto sugiere que está dispuesta a experimentar con diferentes looks y colores en eventos públicos.

Se proporcionan detalles sobre su atuendo, incluyendo el abrigo rosa que llevaba encima, lo cual se interpreta como una elección práctica para protegerse del clima frío que se vive en Lima durante el invierno. Se mencionan los accesorios que usó, como pulseras y aretes de plata. Además, se destaca que llevaba el cabello recogido y sin ningún peinado especial, lo que podría indicar un enfoque en la sencillez y la comodidad.

La noticia también hace referencia a la costumbre de que las primeras damas acompañen a sus esposos en eventos oficiales. En este caso, se resalta que es la primera ocasión en la que Lilia Paredes participa en un tedeum, lo cual está vinculado con el trasfondo histórico y político del cambio de presidente en Perú.

4.1.1.5.2. *El Comercio*

Figura 75

Título: Lilia Paredes arremete contra la prensa: "Informan mal, hemos venido a hacer un trabajo limpio"



Nombre de la primera dama: Lilia Paredes.

Bajada: “La primera dama también dijo estar contenta por la excarcelación de Yenifer Paredes y aseguró que en la familia presidencial no son “delincuentes””.

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: 28 de octubre de 2022.

Imagen que acompaña la nota: Se muestra a la primera dama en los tribunales.

Contexto histórico y social: El contexto histórico y social es el período de gobierno del presidente Pedro Castillo en Perú, caracterizado por críticas, investigaciones y controversias, así como por una relación tensa entre el gobierno y los medios de

comunicación. La percepción pública y la polarización política también eran aspectos destacados de ese contexto.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La representación de la primera dama, Lilia Paredes, se desarrolla en un contexto político y mediático marcado por tensiones y críticas constantes hacia el gobierno. En este contexto, sus declaraciones se centran en negar categóricamente su participación en cualquier actividad delictiva y en resaltar su firme compromiso con la honestidad y el bienestar de los sectores más desfavorecidos de la sociedad. Estas declaraciones transmiten la percepción de un conflicto latente entre el gobierno y la prensa, mientras que también buscan defender la integridad y la honorabilidad de la familia presidencial.

La primera dama enfatiza repetidamente su objetivo de llevar a cabo su labor de manera transparente y ética en su rol, subrayando su compromiso con la integridad en todas sus acciones. Sus palabras reflejan una profunda desconfianza hacia la prensa y sugieren que considera que las noticias y la información difundida por los medios no reflejan de manera precisa la realidad de su situación ni la de su familia.

Desde un punto de vista crítico, esta representación se interpretarse como una estrategia para contrarrestar las críticas y las investigaciones que rodean al gobierno, al tiempo que se busca socavar la credibilidad de la prensa independiente. Las declaraciones de la primera dama reflejan una lucha por el control de la narrativa mediática en medio de un ambiente político tenso y polarizado.

Figura 76

Título: Lilia Paredes: ¿a qué se ha dedicado durante sus primeros días siendo la Primera Dama del Perú?



Nombre de la primera dama: Lilia Paredes

Bajada: "La maestra cajamarquina de 48 años, tiene tres hijos y 21 años de casada con Pedro Castillo. Esta última quincena ha sido la más agitada para ella desde que su esposo asumió la presidencia del Perú".

Género periodístico: Informativo

Sección: Historia/Noticias **Fecha**

de publicación: 19/09/2022

Autora: Gabriela Machuca Castillo.

Link del artículo virtual: <https://elcomercio.pe/somos/historias/lilia-paredes-quien-es-la-nueva-primera-dama-del-peru-pedro-castillo-iglesia-cristiana-peru-libre-elecciones2021-fiestas-patrias-aptz-noticia/> **Contexto histórico y social:**

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La noticia resalta a Lilia Paredes como una persona directa, con fuertes convicciones religiosas y un evidente compromiso con temas sociales. Sin embargo, esta representación también la retrata como docente y mujer rural, lo que refleja prejuicios de género arraigados en la sociedad. La descripción de Paredes como mujer rural podría llevar a la desvalorización de las experiencias y habilidades de las personas que provienen

de áreas rurales, reforzando estereotipos negativos sobre la vida en el campo y perpetuando la marginación de las comunidades rurales.

Por otro lado, sus comentarios sobre que “la ropa no hace a la persona” y su enfoque en las "buenas acciones" representan una resistencia a los estereotipos de género que enfatizan la apariencia de las mujeres en lugar de sus acciones y capacidades. Este enfoque puede considerarse una poderosa declaración contra la objetificación de las mujeres en la política y la sociedad en general. Destacar la importancia de las acciones sobre la apariencia es un paso hacia la igualdad de género y la valoración de las mujeres por su contribución real, en lugar de su aspecto físico.

Figura 77

Título: Lilia Paredes: los otros peruanos que recibieron asilo (y a los que les fue rechazado)



Nombre de la primera dama: Lilia Paredes.

Bajada: "El gobierno de México concedió asilo político a la esposa del expresidente Pedro Castillo y a sus hijos ¿Cuáles fueron los otros casos en el país? "

Género periodístico: Informativo

Sección: Política

Fecha de publicación: 25 de diciembre de 2022.

Imagen que acompaña la nota: Se muestra a la primera dama, Lilia Paredes junto a su esposo, Pedro castillo.

Autor: Sebastián Ortiz Martínez.

Contexto histórico y social: El contexto histórico y social es el de una transición política en Perú marcada por un golpe de Estado, que ha llevado a la concesión de asilo político a Lilia Paredes y sus hijos en México. Este contexto involucra cambios políticos, agitación política y consideraciones de seguridad y derechos humanos.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

La representación social de Lilia Paredes en el fragmento se centra en su condición de refugiada política en México, como resultado de los eventos políticos en Perú. En lugar de describirla en términos personales, la representación se enfoca en su estatus como refugiada y en la acción oficial del gobierno mexicano de otorgarle asilo político.

En consecuencia, la representación social de Lilia Paredes en este contexto es más una representación de su situación que de su personalidad o carácter. Se presenta como una persona que ha buscado refugio en México debido a los eventos políticos en Perú, mostrándola vulnerable, lo lleva a la percepción de que enfrenta riesgos o persecución en su país de origen. La representación social se enfoca en el acto de asilo político y la acción gubernamental mexicana en respuesta a su solicitud.

Figura 78

Título: ¡Qué linda familia!



Nombre de la primera dama: Lilia Paredes

Bajada: “Las investigaciones apuntan a Pedro Castillo. Sería la cabeza de esta trama (de varias más) que empieza con la adjudicación de obras y que termina con lavado de activos, sobornos, entre otros delitos”.

Género periodístico: Opinión

Sección: Política

Fecha de publicación: 21 de agosto de 2022.

Imagen que acompaña la nota: La primera dama junto al presidente, en plano medio.

Autor: Federico Salazar.

Contexto histórico y social: Crisis política y económica.

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

En la noticia titulada “Qué linda familia”, se menciona que la primera dama, Lilia Paredes, está relacionada con un escándalo de corrupción que involucra a personas cercanas al presidente Pedro Castillo. Esto plantea cuestionamientos sobre su papel en el gobierno y su capacidad para influir en asuntos políticos. La noticia destaca cómo los

medios pueden moldear la percepción pública de la primera dama en relación con temas de corrupción y relaciones familiares, subrayando la importancia de la ética en la política y la construcción de la representación social de figuras políticas.

4.1.1.5.3. *El Peruano*

Figura 79

Título: Primera dama Lilia Paredes expresó su respeto a la decisión judicial



Nombre de la primera dama: Lilia Paredes

Bajada: En sus redes sociales sostuvo que esta medida fortalecerá el trabajo que realiza en favor de la población más vulnerable.

Género periodístico: Informativo

Sección: País

Fecha de publicación: 14 de octubre de 2022.

Imagen que acompaña la nota: La primera dama entregando víveres a la población de Huancavelica.

Contexto histórico y social: El contexto histórico y social en el que se escribió la noticia es el período en que el presidente Pedro Castillo asumió el cargo en Perú y se desarrollaban investigaciones legales y actividades de asistencia social, al mismo tiempo que se daba cobertura mediática a estos acontecimientos y decisiones judiciales

Categoría: Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, por la prensa peruana.

Se presenta a Lilia Paredes como una figura comprometida con la atención de las poblaciones más vulnerables del país. Su labor se enfoca en el bienestar de los niños y la población necesitada, lo que la posiciona como una defensora de los derechos y el bienestar de estos grupos. Esto refuerza la imagen de la primera dama como una figura humanitaria y solidaria.

La noticia destaca la reacción de la primera dama ante una decisión judicial que rechazó un pedido de impedimento de salida del país en su contra. Se resalta su respeto por la decisión del Poder Judicial y su disposición a colaborar con la justicia. Esto la presenta como una figura que acata las normas legales y está dispuesta a enfrentar investigaciones de manera transparente.

Se enfatiza la participación activa de Lilia Paredes en programas sociales y actividades de ayuda humanitaria. Se menciona su entrega de víveres y prendas de vestir a comunidades vulnerables en Huancavelica, lo que subraya su compromiso con la atención directa a las necesidades de la población. También se destaca su colaboración con organizaciones religiosas en estos esfuerzos sociales, resaltando la importancia de la colaboración entre el gobierno y entidades no gubernamentales.

4.3. Discusión de resultados

La discusión de resultados se presentará en base a la categoría preliminar de la investigación.

4.3.1. Construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú por la prensa peruana

Moscovici (2000), citado por Villaroel (2007), sostiene que:

en la «era de la representación.» Individuos y grupos crean constantemente representaciones que reconstruyen el sentido común, es decir, las formas de

conocimiento que crean los significados e imágenes con los cuales actuamos y nos comunicamos socialmente. (p. 452)

Este enfoque destaca la importancia de comprender cómo las representaciones sociales pueden ser influenciadas, desafiadas y reinterpretadas por individuos y grupos, lo que, a su vez, tiene un impacto significativo en la percepción y el tratamiento de una variedad de temas en la sociedad. En el contexto de esta investigación, se observó que la prensa, representada por los diarios El Comercio, La República y El Peruano, desempeñó un papel fundamental en la construcción de las representaciones sociales de cada primera dama.

Según Abric y Vacherat (1976), citado por Knapp, et al. (2003) sostiene que, “...no se ha descubierto y utilizado hasta el momento, ningún instrumento decisivo que permita aproximar la realidad compleja, oculta y subjetiva que constituye una representación” (p.33). La declaración insinúa que, hasta la fecha, no se ha descubierto ni aplicado una herramienta o método definitivo que permita abordar con precisión y eficacia la comprensión de realidades “complejas, ocultas y subjetivas” que constituyen una representación social. En otras palabras, se indica que cuando se trata de comprender fenómenos sociales complejos, opiniones, creencias o concepciones subjetivas que la sociedad o los individuos tienen sobre ciertos temas, todavía no se ha desarrollado un enfoque o instrumento completamente efectivo y definitivo. En este caso, fue necesario recurrir no solo a la teoría de las representaciones sociales, sino también a otros teóricos cuyas perspectivas complementaron el entendimiento de cómo se construyeron las representaciones sociales de las primeras damas; Susana Higuchi, Keiko Fujimori, Eliane Karp, Nadine Heredia y Lilia Paredes, por parte de la prensa peruana.

Estas representaciones variaron considerablemente debido a los diversos contextos en los que se desarrollaron. Tales son los casos de las siguientes damas:

4.3.1.1. Susana Higuchi. La representación social de Susana Higuchi

experimentó dos etapas distintas. En los primeros cuatro años, se le describió como una de las figuras femeninas más influyentes en la política peruana, al punto de comparar su fama y reconocimiento con las “jet setters” de Europa, lo que sugiere que su notoriedad se asemeja a las personas más influyentes. Asimismo, se destacó que “no es una simple dama de...”, lo que subraya que Higuchi fue más allá de un rol pasivo o superficial, y que su personalidad e influencia trascendieron las expectativas convencionales asociadas a su posición.

No obstante, durante el último año vivió momentos difíciles en su relación de pareja y fue destituida de sus funciones como primera dama, tras denunciar diversos actos de corrupción. Esto la representó como alguien sometida al poder de su esposo, quien la calificó de “inestable e influenciable”. Esta segunda etapa marcó un contraste con la imagen previa, y reveló una dinámica de poder desigual en su relación con el presidente, lo que plantea interrogantes sobre su autonomía y posición en el ámbito político.

Bourdieu (2000) manifiesta que “el poder simbólico es en efecto este poder invisible que sólo puede ejercerse con la complicidad de quienes no quieren saber que lo sufren o que incluso lo ejercen” (p. 88). Bourdieu destaca que el poder simbólico es una forma de poder que opera de manera invisible o encubierta, y su efectividad depende en gran medida de la complicidad de aquellos que son afectados por él, así como de aquellos que incluso pueden ejercerlo.

Es así que, desde la perspectiva de la teoría de Bourdieu (2000), las acciones y representaciones sociales de la primera dama, Susana Higuchi, tal como se presentan en las notas por el diario La República, se interpretan desde el contexto de la política y la construcción de capital simbólico.

Bourdieu sostiene que la política no se limita a las instituciones y a los actores políticos formales, sino que también involucra la lucha por el control y la influencia en la configuración de símbolos y significados en la sociedad. En el caso de la representación de Higuchi, se la presenta como una apasionada defensora de los derechos de los niños y como una líder que insta a políticos, empresarios y sindicalistas a unirse a una causa noble, como también movilizándolo a su favor a movimientos feministas, quienes coreaban de que “Susana no está sola”, tras algunos problemas. Esta estrategia política simbólica, aprovechando su posición de primera dama, tiene un impacto en la percepción pública y moviliza apoyo en torno a una causa social. En última instancia, esta movilización de apoyo conlleva implicaciones políticas significativas.

Por otro lado, según Bourdieu, el concepto de capital simbólico abarca el prestigio, la autoridad y el reconocimiento que una persona o institución adquieren en la sociedad, y esta noción se entrelaza estrechamente con la construcción de representaciones sociales. La representación positiva de Higuchi como una figura comprometida con el bienestar de los desfavorecidos desempeña un papel fundamental en la generación de su capital simbólico. Al resaltar su valentía al abordar cuestiones éticas y su capacidad para movilizar a diferentes sectores, se forja una imagen de Higuchi como alguien con influencia y autoridad en asuntos sociales.

Foucault (2001) citado por Ávila (2006), sostiene que “el poder no es algo que posee la clase dominante, postula de que no es una propiedad, sino una estrategia; es decir, el poder no se posee, se ejerce” (p.225). Esto implica que el poder no se limita a la mera represión, sino que se manifiesta a través de la producción de discursos y la creación de “verdades” que son aceptadas por la sociedad en general.

En este contexto, Higuchi generó discursos en torno a la importancia de velar por el bienestar de los niños, mujeres y el deber moral que tienen los políticos, empresarios y

sindicalistas de unirse a esta causa. De esta manera, contribuye a la formación de una verdad ampliamente aceptada en la sociedad, enfocada en la necesidad de proteger a los niños y movilizar recursos para garantizar su bienestar. Su influencia en la creación de esta verdad evidencia cómo el poder se ejerce no solo a través de la coerción, sino también mediante la configuración de discursos y la promoción de valores y obligaciones compartidos en la comunidad.

Asimismo, Foucault describe el poder como un conjunto de relaciones y prácticas que operan en la sociedad para regular el comportamiento de las personas. En este caso, Higuchi utilizó su posición como primera dama y su capacidad para movilizar a diferentes actores sociales como un “dispositivo de poder” para influir en la percepción y la acción de la sociedad; promoviendo y movilizando causas sociales.

Siguiendo la definición de que el poder no es algo que se posea o se ejerza de manera unilateral, sino que es una red de relaciones y prácticas que se manifiestan en diversas instituciones y discursos. En el fragmento, se presenta un conflicto de poder en el ámbito de la pareja presidencial, donde el presidente, a través de sus acciones, ejerce un poder que afecta a la primera dama, limitando su acceso a sus hijos y su residencia conyugal. Esto refleja cómo el poder es ejercido en el ámbito privado y personal.

Foucault (1979), sostiene sobre la resistencia como una respuesta al poder. La denuncia pública de la primera dama sobre la “Violencia Familiar” se interpreta como un acto de resistencia al poder ejercido por el presidente. Al hacerlo público y buscar el apoyo de grupos feministas, está tratando de visibilizar y resistir a la opresión que está experimentando.

Sin embargo, la primera dama usó los discursos para establecer la verdad y el conocimiento, siendo considerada por Foucault una forma de hacer frente al poder. En este caso, la primera dama utilizó el discurso público y la denuncia para cuestionar la

verdad y la legitimidad de las acciones del presidente. Su denuncia se convierte en una forma de disputar la narrativa oficial y desafiar la verdad establecida por el poder.

Asimismo, Foucault centró en cómo las instituciones, como el gobierno, pueden ejercer control y disciplina sobre las personas. En este contexto, la primera dama desafió el control y la disciplina ejercidos por el presidente al hacer públicas sus quejas y buscar apoyo externo.

Entonces, la primera dama, Susana Higuchi, empleó el poder simbólico para influir en la percepción, el pensamiento y el comportamiento de las personas a través de símbolos, imágenes y representaciones. Los medios de comunicación, como El Comercio y La República, también hicieron uso de este poder simbólico al crear y difundir representaciones sociales que moldearon la manera en que el público la percibía y evaluaba. Es evidente que estos medios tenían la capacidad de construir imágenes y narrativas en torno a Susana Higuchi.

La República, como un medio influyente y poderoso, tendió a representar a Higuchi como una figura desafiante, confrontativa ante los poderes del Estado, y resiliente en su lucha. Por otro lado, El Comercio, a menudo la presentaba como una figura que desafiaba a las autoridades y que se mantenía firme en sus convicciones. El Peruano, en cambio, la retrataba más desde un punto de vista social y, en ocasiones, como una figura decorativa en la política. La prensa desempeñó un papel significativo en la construcción de las representaciones sociales de Susana Higuchi, influyendo en la percepción pública de su rol y su impacto en la esfera política.

4.3.1.2. Keiko Fujimori.

Foucault (2021), citado por Ávila (2006), afirma que:

El poder se ejerce a través de mecanismos de represión e ideología, sugiriendo que ambas son tácticas extremas utilizadas por el poder que no se limita a simplemente excluir, impedir, o manipular creencias y ocultar información. Por el contrario, sostiene que “el poder produce a través de una transformación técnica de los individuos (...) el poder produce lo real”. (p.225)

La representación de Keiko Fujimori en los artículos de La República y El Comercio la representaron de manera pasiva, como una figura que acompaña a su padre y que es potencialmente manipulable. Su pasividad y su relación con su padre sugiere que su papel en la política se vio limitado o influenciado por él.

La interpretación basada en la cita de Foucault sugiere que el poder no se limita a la represión o la ideología, sino que opera a través de la transformación de los individuos. En este contexto, la representación de Keiko Fujimori como pasiva y manipulable se entiende de cómo el poder está influyendo en la percepción pública de su rol político. La descripción de Keiko refleja de cómo el poder contribuye a la construcción de su imagen pública como una figura política subordinada a su padre.

Por otro lado, la influencia de los estereotipos culturales en la representación mediática de la primera dama más joven en la historia latinoamericana, en los diarios peruanos (El Comercio, La República y El Peruano), se vincula con la noción de los “imaginarios sociales”. Según García (2013), los imaginarios sociales son las representaciones, imágenes y percepciones compartidas por una sociedad en un momento dado. Estos imaginarios no solo son moldeados por factores culturales, sociales y mediáticos, sino que también ejercen una influencia significativa en la forma en que se conciben y representan ciertos roles, como el caso de Keiko Fujimori, quien es retratada

como una primera dama con escasa experiencia en la política, principalmente como acompañante del presidente.

La representación de Keiko Fujimori como primera dama joven se debió a su edad, lo que la coloca en una posición de menor experiencia en comparación con figuras más establecidas en la política. Esta representación es creada por medios como La República y El Comercio y se relaciona directamente con estereotipos culturales y expectativas de género arraigados en la sociedad peruana. En otras palabras, la juventud de Keiko lleva a representarla como menos experimentada y con un papel político secundario.

Esta representación se alinea con estereotipos que a menudo consideran a las mujeres jóvenes como menos capaces o preparadas para roles de liderazgo político. Los estereotipos de género pueden llevar a la percepción de que su participación se limitó principalmente a deberes protocolarios y secundarios, en lugar de un papel político activo y decisivo.

Sin embargo, El Peruano la representó mayormente a través de coberturas en actividades sociales, aunque ocasionalmente la retrató como “acompañante” del presidente, en línea con una imagen de primera dama más tradicional.

4.3.1.3. Eliane Karp. La identidad cultural desempeña un papel significativo en la representación de la primera dama Eliane Karp. Dado que es de origen extranjero, sus raíces culturales diferentes se convierten en un enfoque destacado para la prensa, específicamente en los diarios El Comercio y La República. Estos aspectos culturales distintos influyen en cómo se construyen las representaciones sociales sobre ella y cómo se percibe su comprensión de la diversidad cultural del país.

Además, su participación en eventos culturales de una manera peculiar se convierte en un punto de interés para los medios, ya que esto se refleja en su representación pública. Los medios exploran y resaltan su involucramiento en asuntos culturales, lo que agrega una dimensión adicional a su imagen como primera dama.

Según Bourdieu (1988), citado por Blanco (2012), sostiene que “en cualquier campo encontraremos una lucha cuyas formas específicas habrá que buscar cada vez que entre el recién llegado y trata de romper los cerrojos del derecho de entrada y el dominante que trata de defender su monopolio y de excluir a la competencia” (p. 135).

A partir de la cita, la representación de Eliane Karp se muestra en la medida de cómo esta figura desafía las normas y roles tradicionales en el campo político. La lucha que describe Bourdieu entre el “recién llegado” y el “dominante” se aplica a la situación de Eliane Karp como primera dama en un contexto político en el que las primeras damas tradicionalmente tenían roles protocolares y decorativos.

Eliane Karp, al no conformarse con ser una “primera dama clásica” y al involucrarse activamente en cuestiones sociales y políticas, se convierte en un “recién llegado” que trata de romper con los roles establecidos. Su actitud crítica y su compromiso con causas sociales la sitúan en una posición de desafío contra el statu quo del campo político. Esto implica que está luchando por ingresar y cambiar las normas que gobiernan el papel de la primera dama.

Por otro lado, los “dominantes” en este contexto, viene a ser los actores políticos tradicionales y las expectativas de género arraigadas, quienes intentarán mantener el monopolio sobre cómo se debe comportar y qué se espera de una primera dama. La representación de Eliane Karp como alguien que apoya a su esposo, el presidente Toledo, y que trabaja activamente en beneficio de los más necesitados, demuestra que está desafiando estas normas establecidas y defendiendo un papel más activo y comprometido.

Por otro lado, Karp al desafiar los roles tradicionales de las primeras damas en Perú y negarse a ser una figura decorativa y simbólica. Su declaración de no querer ser "la clásica primera dama" muestra su disposición a asumir un papel más activo y significativo en la vida política y social del país.

Esta actitud se interpreta como una manifestación de su capital simbólico, que se refiere al prestigio y autoridad que ha adquirido en la sociedad. Este capital simbólico se basa en su destacada experiencia y compromiso en áreas cruciales, como la lucha contra la pobreza y cuestiones culturales. Además, su profundo entendimiento de las realidades de Perú, especialmente de las poblaciones étnicas, respaldado por su formación en antropología, agrega una dimensión valiosa a su papel y a cómo los medios la representan. Desde el diario *El Peruano*, se aprecia su contribución al entendimiento de las complejas dinámicas culturales y sociales del país, lo que la hace destacar como una primera dama excepcional.

Por otro lado, la representación social de Karp también se puede analizar desde el prisma del choque de culturas en el contexto político peruano. Al ser una extranjera, Karp aporta una perspectiva distinta y una decidida voluntad de resaltar y promover la identidad nacional.

Según García (1989), define la cultura como "el conjunto de procesos donde se elabora la significación de las estructuras sociales, se la reproduce y transforma mediante operaciones simbólicas" (p. 25).

La cultura desempeña un papel esencial en el proceso de dar significado a las estructuras sociales que configuran una sociedad. Estas estructuras sociales pueden abarcar desde instituciones hasta normas, valores y prácticas compartidas. La cultura actúa como una lente a través de la cual las personas interpretan y comprenden estas

estructuras, permitiéndoles la atribución del significado y sentido dentro del contexto cultural y social en el que se encuentran.

La participación de las primeras damas en eventos culturales y su influencia en la construcción de sus representaciones sociales puede relacionarse con la teoría de Pierre Bourdieu y la noción de capital cultural. Bourdieu argumenta que el capital cultural, que incluye el conocimiento y aprecio por las artes y la cultura, otorga poder y estatus en la sociedad. Cuando una primera dama se involucra en eventos culturales que promueven la cultura peruana, esto puede considerarse como una acumulación de capital cultural.

La prensa, al destacar este compromiso cultural, contribuye a la construcción de la primera dama como una figura que valora y promueve la identidad cultural del país, lo que puede aumentar su prestigio y reconocimiento.

Entonces, la representación social de la primera dama, Eliane Karp, en los tres periódicos (El Comercio, La República y El Peruano) se relaciona con el concepto del capital simbólico que plantea Bourdieu (2000). Su participación en eventos culturales destacados aumentó su visibilidad en los medios, lo que influye en su representación social en el ámbito cultural. La prensa, al cubrir estos eventos y resaltar la presencia de la primera dama, contribuye a su acumulación de capital simbólico al presentarla como una figura activa y comprometida con el enriquecimiento cultural del país.

En relación con la identificación de Eliane Karp con causas culturales específicas, esto puede vincularse con la noción de “habitus” de Bourdieu. El “habitus” se refiere a las disposiciones y formas de actuar adquiridas a través de la socialización, las cuales influyen en las elecciones y comportamientos de un individuo. El hecho de que Eliane Karp mostrara una clara identificación con la preservación de lenguas indígenas, la promoción de la música folclórica y otros aspectos culturales puede interpretarse como

una manifestación de su “habitus”. Esto, a su vez, influye en su representación pública como alguien auténticamente comprometido con la cultura y las tradiciones peruanas.

Foucault argumenta que el poder no se limita a la represión o la coerción, sino que opera a través de prácticas discursivas que moldean la percepción y el conocimiento. En este caso, La República utiliza el lenguaje y la narrativa para presentar a Eliane Karp como "la flamante primera dama". Este término es una expresión discursiva que otorga importancia y prominencia a su rol en el gobierno de su esposo, el presidente Alejandro Toledo. Esta elección de palabras es una estrategia discursiva que busca construir una imagen de Karp como una figura activa y destacada en la esfera política.

Además, la cobertura detallada de los objetivos y planes de Karp para su gestión de cinco años también es una práctica discursiva que busca influir en la percepción del público. Al resaltar sus compromisos específicos en áreas como la descentralización, el turismo ecológico, la educación bilingüe y la cultura indígena, se está produciendo un discurso que la presenta como una primera dama con una visión clara y metas definidas. Este discurso influye en la percepción pública al situar a Karp como una figura comprometida y orientada hacia objetivos concretos.

4.3.1.4. Nadine Heredia. Abric (2001), destaca la estructura jerárquica de las representaciones sociales, con elementos centrales y periféricos. En el contexto de la prensa (El Comercio, La República y El Peruano) enfocan elementos centrales de la figura de Nadine Heredia, como su desempeño político y su presencia en eventos públicos. Estos elementos centrales influyen en la percepción pública, para influir en cómo se organizan y transmiten las representaciones sociales.

La representación social de la primera dama Nadine Heredia fue una de las más activas en la política peruana. Antes de asumir el cargo de primera dama, ya lideraba un

partido político y su presencia en actividades políticas era constante. Además, su estilo de vestir, descrito como elegante por el diario La República, contribuyó a su imagen pública. Su apoyo total a su esposo, el presidente, también fue destacado por los medios. Toda esta representación se basó en múltiples aspectos que abarcaron tanto su vida privada como su influencia en la política y la sociedad. Los diarios consideraron su participación en eventos políticos y su papel en la toma de decisiones gubernamentales, centrándose en el ámbito político y el poder. También se tuvieron en cuenta las normas de género y los roles culturales que encarnaba, así como su participación en eventos culturales y su estilo, apariencia y moda en diversas actividades. Se prestó atención a la promoción de la identidad cultural y su contribución a la educación en el país.

La participación activa de Nadine Heredia en la política antes de ser primera dama la posicionó como un agente relevante en el campo político peruano. Bourdieu (2000) sostiene que en cualquier campo (en este caso, el campo político), los actores luchan por obtener una posición y acumular capital. En este sentido, Nadine Heredia era un “recién llegado” a la política formal, pero rápidamente se estableció como una figura influyente, lo que representaría una lucha por obtener un lugar en el campo político.

Foucault (1979), sostiene que:

...el poder no se construye a partir de «voluntades» (individuales o colectivas), ni tampoco se deriva de intereses. El poder se construye y funciona a partir de poderes, de multitud de cuestiones y de efectos de poder. Es este dominio complejo el que hay que estudiar. Esto no quiere decir que el poder es independiente, y que se podría descifrar sin tener en cuenta el proceso económico y las relaciones de producción. (p. 158)

A partir de la cita de Foucault, se puede decir que la construcción de la representación de la primera dama Nadine Heredia no se basa únicamente en voluntades individuales o intereses, sino que es el resultado de una interacción compleja de múltiples

fuerzas y efectos de poder en juego. En el contexto de la política y la sociedad peruana, la construcción de la figura de una primera dama “activa y poderosa” como Nadine Heredia es el producto de una serie de elementos y dinámicas.

La representación de Nadine Heredia por el diario El Comercio es vista como una primera dama influyente, que no se deriva únicamente de su propia voluntad o interés, sino que resulta de la interacción de diversos poderes y actores en el campo político, tal es el apoyo extremo de su esposo, pese a indicios de corrupción. Esto incluye su papel en el partido político.

Su influencia como primera dama y su representación mediática por El Comercio generaron efectos de poder. Las percepciones del público y las reacciones de la prensa ante sus acciones y declaraciones contribuyeron a consolidar su imagen como una figura política relevante.

Por otro lado, Foucault destaca la complejidad del poder y la necesidad de estudiar este dominio en su totalidad. En el caso de Nadine Heredia, su papel como primera dama no puede entenderse únicamente desde una perspectiva política, sino que involucra aspectos sociales, mediáticos y culturales que contribuyeron a su construcción como figura de poder, como la representa La República.

En el ámbito social, el diario El Peruano profundizó en la educación de Nadine Heredia, su personalidad y carácter, su presencia a nivel internacional y su evolución personal a lo largo de su participación en el gobierno.

La representación de la primera dama Nadine Heredia por el diario La República y El Comercio se analizó Pierre Bourdieu (2000), sobre el campo y las luchas por el monopolio y la defensa de la posición en ese campo. En este caso, el campo se refiere al ámbito político, y Heredia desafió los roles tradicionales de las primeras damas al tener una presencia política destacada. Su participación activa en eventos políticos y su estilo,

vestimenta y comportamiento en ceremonias internacionales contribuyeron a proyectar una imagen de poder y elegancia, lo se interpreta como una estrategia para ganar legitimidad y reconocimiento en el campo político.

Además, su capacidad para establecer relaciones con otros actores políticos, liderar campañas y proyectos sociales, comunicar ideas políticas y gestionar situaciones de crisis política demostraron su influencia y habilidades en el campo político. La prensa la representa de acuerdo con estos atributos, lo que sugiere que se ha consolidado como una figura de influencia y liderazgo en el campo político, desafiando a los actores establecidos.

4.3.1.5. Lilia Paredes. La representación de Lilia Paredes en los periódicos El Comercio y La República la describen como una primera dama rural y pasiva, con poca experiencia y un papel predominante de ama de casa. Esta representación se puede analizar a la luz del concepto de Bourdieu (1979) sobre los agentes en un campo. En este contexto, Lilia Paredes podría considerarse un “recién llegado” al campo de la política y al papel de primera dama.

Siendo alguien sin experiencia previa en política y proveniente de un entorno rural, su entrada en este campo resultó inusual y desafiante. El término "recién llegado" sugiere que estaba tratando de establecerse en un campo donde no tenía una posición previa y debía luchar por su reconocimiento y legitimidad en un papel tradicionalmente reservado a figuras más experimentadas y urbanas. Esta construcción de su imagen por parte de la prensa la sitúa en una posición de desafío a las normas y expectativas convencionales, destacando su singularidad en ese contexto.

Por otro lado, la prensa en su afán de defender la representación tradicional de la primera dama. En lugar de acoger y promover a una figura política activa y

experimentada, representaron a Lilia Paredes de una manera que reflejaba estereotipos culturales arraigados en la sociedad, perpetuando la imagen de una primera dama pasiva y centrada en su papel doméstico.

La representación social de Lilia Paredes como una primera dama rural, pasiva y con poca experiencia, encaja en la teoría de que las normas de género tradicionales que perpetúan estereotipos sobre el papel de las mujeres en la sociedad. En este caso, la prensa, al retratar a Paredes de esta manera, refleja y refuerza estereotipos de género arraigados en la sociedad.

Lilia Paredes, al ser presentada como ama de casa y con poca experiencia en política, se ajusta a la imagen de una mujer tradicionalmente relegada al papel de esposa y madre en la esfera doméstica. La prensa, al enfocarse en estos aspectos y al representarla de manera pasiva, sugiere que su importancia radica más en su relación con su esposo, el presidente, que en su capacidad política independiente.

Este enfoque de la prensa refuerza la idea de que las primeras damas son simplemente acompañantes de sus esposos y que su relevancia se limita a aspectos relacionados con su apariencia física o su rol en la vida privada, en lugar de su capacidad política. En consecuencia, la construcción de la representación de Lilia Paredes parece estar influida por las normas de género tradicionales que relegan a las mujeres a roles más tradicionales y pasivos en la sociedad y en la política.

Las normas de género tradicionales a menudo han perpetuado estereotipos sobre el papel de las mujeres en la sociedad, incluyendo su papel como "esposas" de líderes políticos. La prensa reflejó y reforzó estos estereotipos al retratar a las primeras damas como "simples acompañantes" de sus esposos o enfocarse en aspectos relacionados con su apariencia física en lugar de su capacidad política.

Es decir, las normas de género y los roles culturales desempeñan "un papel significativo en la construcción de las representaciones sociales" de las primeras damas del Perú por la prensa. Estas representaciones pueden ser influenciadas por estereotipos de género arraigados, expectativas sociales, el empoderamiento de las mujeres y la diversidad cultural. La forma en que la prensa aborda estos aspectos puede tener un impacto en cómo se perciben y representan las primeras damas en relación con las normas y roles de género y cultura en la sociedad peruana.

No obstante, El Peruano construyó la representación de Lilia Paredes en un contexto de actos protocolares, lo que resaltó su enfoque en un papel más tradicional y ceremonial, con una participación política menos destacada.

Bourdieu (2000), centró en el análisis de las estructuras de poder y las relaciones de clase en la sociedad. Su teoría del campo y del "habitus" fue relevante para entender cómo las primeras damas, como figuras de élite, ocuparon un lugar específico en el campo político y mediático. Como es el caso de Susana Higuchi y Nadine Heredia, quienes estuvieron muy cerca del poder y cumplieron roles fuera de lo tradicional, siendo objeto de críticas. Además, permitió examinar cómo las representaciones de estas mujeres estaban vinculadas a su posición en la jerarquía social y política, así como a su capital cultural y simbólico.

Por otro lado, Foucault (1979), el poder y el discurso fueron esencial para analizar cómo se construyeron las representaciones de las primeras damas en relación con el poder político, como es el caso de Nadine Heredia, Lilia Paredes, Susana Higuchi y Eliane Karp. Su noción de que el poder se ejerce a través del discurso y que las instituciones regulan el conocimiento ayudaron a comprender cómo la prensa contribuyó a moldear la imagen pública de estas mujeres en función de las normas y valores dominantes; tal es el

caso Nadine Heredia y Susana Higuchi, quienes manejaban discursos exorbitantes por la experiencia que les caracteriza.

El Diario El Peruano persistió en fomentar una imagen tradicional de la mujer, arraigada en el estereotipo de la “mujer ideal”, al considerar a las cinco primeras damas como las administraciones más destacadas, sin otorgar suficiente atención a sus contribuciones en el ámbito político y las diferentes controversias que tuvieron. Por otro lado, otras de las representaciones por el diario La República se centró en el papel de esposa, madre y ama de casa, haciendo alusión a la primera dama Lilia Paredes, ya que, sus cualidades son espirituales, dedicadas al cuidado de sus familias, la ganadería y agricultura. Asimismo, retratándola como mujer rural, a diferencia de Eliane Karp que los medio resaltaban su posición profesional, destacando los premios que recibió; asimismo, siendo alagadas por las formas de vestir, a diferencia de Lilia Paredes, quien consideró “que la ropa no hace a la persona”.

Por otro lado, la construcción de las representaciones sociales también estuvo enfocado en los cambios que experimentaba la sociedad peruana, como el proceso de liberalización y la participación creciente de las mujeres en roles más allá de los tradicionales, como es el caso de Eliane Karp, Nadine Heredia y Susana Higuchi, siendo consideradas como las “mujeres modernas”, las “mujeres políticas”, las “mujeres modelo” y las “mujeres íconos”, por los diarios El Comercio y La República. Esta representación alude a las primeras damas que tuvieron roles activos en la sociedad, en el ámbito laboral, político o como referentes culturales.

A pesar de la evolución en los roles de género, la prensa continuó perpetuando ciertos estereotipos de género y roles tradicionales, lo que influyó en la construcción de las representaciones sociales de las primeras damas y de las mujeres en general en la sociedad peruana.

El resaltado del papel político de figuras como Nadine Heredia y Susana Higuchi en las representaciones sociales de las primeras damas refleja una transformación significativa en la percepción de su rol en la sociedad peruana. Estas dos primeras damas se destacaron por su involucramiento activo en la política y asuntos gubernamentales, lo que contribuyó a una representación más compleja y matizada de su papel en comparación con las Primeras Damas de generaciones anteriores.

Nadine Heredia, en particular, desempeñó un papel político relevante durante la presidencia de su esposo, Ollanta Humala. Fue presidenta del Partido Nacionalista Peruano y jugó un papel influyente en la toma de decisiones del gobierno. Su activismo político y su participación en la formulación de políticas públicas llevaron a que fuera percibida como una figura política por derecho propio, más allá de su papel como esposa del presidente. Esta representación desafiaba las convenciones tradicionales de las primeras damas y generaba discusiones y debates en la sociedad y los medios de comunicación sobre su influencia y poder.

En el caso de Susana Higuchi, su participación en la política se remonta a la década de 1990 cuando su esposo, Alberto Fujimori, era presidente. Higuchi fue congresista y, posteriormente, se convirtió en una figura política independiente. Su relación con Fujimori fue controvertida y tumultuosa, lo que también contribuyó a su perfil mediático único. A menudo, se le representaba como una figura política fuerte e independiente, lo que desafiaba aún más las expectativas tradicionales del papel de la primera dama.

Entonces, el resaltado del papel político de Nadine Heredia y Susana Higuchi en las representaciones sociales de las primeras damas evidencia una evolución en la percepción de estas figuras en la política peruana. Su activismo político y su influencia en las decisiones gubernamentales llevaron a que fueran vistas como actores políticos

importantes en su propio derecho, lo que enriqueció la discusión sobre el papel de las primeras damas en la sociedad y los medios de comunicación.

El estilo, la apariencia y la moda de las primeras damas del Perú jugaron un papel significativo en la construcción de sus representaciones sociales por la prensa peruana.

La elección de estilo y moda de una primera dama puede reflejar su personalidad y gustos personales. La prensa puede utilizar estos aspectos para crear una imagen más completa de quiénes son y cómo se relacionan con la sociedad. Las primeras damas a menudo son consideradas iconos de la moda y pueden influir en las tendencias de moda en el país. La prensa puede destacar sus elecciones de vestimenta y cómo estas influyen a la industria de la moda y a la sociedad en general.

Para describir las representaciones de las primeras damas del Perú en relación con la ideología de cada medio, se consideró la teoría Van Dijk (1998), quien se enfoca en el análisis crítico del discurso y la forma en que se construyen las representaciones sociales a través del lenguaje en los medios (El Comercio, La República y El Peruano).

“Las ideologías no son cualquier tipo de creencias socialmente compartidas, como el conocimiento sociocultural o las actitudes sociales, sino que son más fundamentales o axiomáticas. Ellas controlan y organizan otras creencias socialmente compartidas” (1998, p. 10). En este contexto, Van Dijk destaca que las ideologías no son simplemente creencias comunes que se comparten en una sociedad, como el conocimiento general o las actitudes sociales. En cambio, las ideologías tienen un carácter más profundo y fundamental. Además, señala que las ideologías no solo existen como una serie de creencias aisladas, sino que tienen un papel central y axiomático en la forma en que se estructuran y organizan otras creencias compartidas dentro de una comunidad.

Los diarios, al construir las representaciones sociales de las primeras damas, pueden haber contribuido a la reproducción de la ideología dominante. Esto implica que

las representaciones de estas mujeres podrían haber reflejado y consolidado las normas, valores y creencias aceptados por la sociedad en un momento dado. Por ejemplo, si un diario destacaba el papel tradicional de una primera dama como esposa y madre, estaría contribuyendo a la reproducción de roles de género tradicionales y la ideología que los respalda.

El diario El Comercio, ampliamente reconocido por su influencia en Perú, ha mantenido una larga trayectoria de alineación con posiciones conservadoras y de derecha en la esfera política. En sus representaciones de las primeras damas, el enfoque de este periódico destacó aspectos tradicionales y protocolares de sus roles. Esto se traduce en la proyección de la esposa presidencial como una figura elegante y respetable, que se ajusta a las normas sociales establecidas.

La ideología del periódico El Comercio ha promovido la imagen de las primeras damas que se adhieren a valores y roles tradicionales de género. En consecuencia, el periódico ha contribuido a consolidar una representación de las primeras damas que se ajustan a las expectativas y normas convencionales de lo que se espera de ellas en la sociedad, manteniendo una imagen que se alinea con las concepciones tradicionales de género.

El diario La República se ha caracterizado por ser considerado un medio más progresista y de orientación izquierdista en el contexto peruano. En sus representaciones de las primeras damas, este periódico ha puesto un énfasis significativo en la participación política y social de estas mujeres. En su cobertura, ha destacado roles en proyectos sociales, su influencia en la política gubernamental y su activismo en cuestiones relacionadas con la equidad de género y los derechos humanos.

La ideología de La República ha impulsado una imagen de las primeras damas como figuras activas en la política y comprometidas con causas sociales. No obstante, es

importante señalar que esta representación varía entre diferentes primeras damas y no se aplica uniformemente a todas.

El Peruano, siendo el diario oficial del Gobierno peruano, El Peruano representó a las primeras damas de manera más oficialista y en línea con la ideología gubernamental del momento. Sus representaciones destacaron el papel protocolar y ceremonial de las primeras damas, subrayando su apoyo al presidente y al gobierno en funciones. La ideología de El Peruano promovió una imagen de primeras damas que respaldaban las políticas y acciones del gobierno de turno, siendo ajeno el caso de la señora Susana Higuchi.

Entonces, fueron múltiples factores que contribuyeron a la construcción de las representaciones sociales de las primeras damas, incluidos la ideología política, el poder, la cultura y la dinámica del discurso mediático, influyeron en la representación de las Primeras Damas del Perú en los medios. Estos factores se entrelazan y se combinan de maneras complejas para dar forma a las percepciones públicas de las Primeras Damas y su papel en la sociedad.

Según Bourdieu (1988), citado por Blanco (2012), sostiene que “en cualquier campo encontraremos una lucha cuyas formas específicas habrá que buscar cada vez, entre el recién llegado que trata de romper los cerrojos del derecho de entrada y el dominante que trata de defender su monopolio y de excluir a la competencia” (p. 135).

La cita de Bourdieu proporciona una lente interesante para analizar la representación social de las primeras damas en la prensa. En términos de Bourdieu, el campo sería el ámbito de la política y la influencia social, y las primeras damas podrían considerarse como “recién llegados” o “dominantes” en este campo.

Las primeras damas son percibidas como “recién llegados” si no tienen una experiencia política o social previa al asumir el rol y si están tratando de establecerse y

ganar influencia en el ámbito político, como es el caso de Keiko Fujimori y Lilia Paredes. En este caso, pueden enfrentar desafíos para romper las barreras y ganar reconocimiento, a diferencia de Susana Higuchi, Eliane Karp y Nadine Heredia.

Por otro lado, si una primera dama ya tiene una presencia destacada en la política o la sociedad antes de asumir el rol, se le puede considerar como "dominante", como es el caso de Susana Higuchi, Eliane Karp y Nadine Heredia. Esto implica que ya tiene cierta influencia o monopolio sobre la atención mediática en el campo, y su representación en la prensa refleja su posición establecida.

En ambos casos, la lucha por la representación en los medios de comunicación es evidente, ya sea para establecerse como una figura influyente o para mantener y reforzar una posición dominante. Las formas específicas de esta lucha y cómo los medios retratan a las primeras damas pueden variar según la situación de cada una y la dinámica de poder en juego en un momento dado.

4.2. Triangulación de datos

Tabla 3

Matriz de triangulación de datos por objetivos

Objetivo	Susana Higuchi	Keiko Fujimori	Eliane Karp	Nadine Heredia	Lilia Paredes
Entender cómo se construyeron las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, 1990 – 2022 (Susana Higuchi, Keiko Fujimori, Eliane Karp, Nadine Heredia y Lilia Paredes) por el diario El Comercio, La República y El Peruano.	<p>El Comercio: Este diario representó a Susana Higuchi de manera crítica debido a las tensiones políticas entre ella y su esposo, el presidente Alberto Fujimori, durante un periodo donde se vive una crisis conyugal.</p> <p>La República: La República destacó la controversia y las disputas públicas entre Higuchi y Fujimori; amismo, la representó como</p>	<p>El Comercio: Keiko Fujimori fue representada más pasiva, ya que solo figuraba en actividades protocolares, y de manera más positiva en este diario, dada su conexión con el presidente Fujimori.</p> <p>La República: Mantuvo una posición crítica hacia la primera dama, dado el contexto político y las acusaciones de corrupción que rodearon al gobierno de Alberto Fujimori;</p>	<p>El Comercio: Proporcionado una cobertura equilibrada de Eliane Karp, destacando sus iniciativas sociales y proyectos gubernamentales.</p> <p>La República: Mantuvo una visión más crítica de Karp, especialmente en lo que respecta a las políticas del gobierno de Alejandro Toledo; asimismo, la represento como una primera dama empoderada fuera de lo tradicional, resaltando su aporte</p>	<p>El Comercio: Durante el gobierno de Ollanta Humala, El Comercio proporcionó una cobertura variada, destacando tanto sus actividades sociales y políticas; asimismo, las controversias en las que estuvo involucrada.</p> <p>La República: Mantuvo una visión crítica de Heredia, especialmente en relación con acusaciones de corrupción o conflicto de intereses. Pero también la representó como una de las</p>	<p>El Comercio: Proporcionó una cobertura desequilibrada a diferencia de las primeras damas anteriores, resaltando aspectos negativos en gran parte sobre los rumores de corrupción en su familia; también, se le representó resaltando sus actividades sociales y su origen rural.</p> <p>La República: Mantuvo un enfoque más crítico hacia Paredes,</p>

una de las primeras damas empoderadas, ya que recibió el apoyo de grupos feministas, e incluso considerándola como las “Jet setters”.

El Peruano: Proporcionó una visión más oficialista y menos crítica de Susana Higuchi, ya que, la representó más por sus acciones sociales. Porque su postura suele reflejar la posición del gobierno de turno.

asimismo, como acompañante del presidente, y un tanto burlesca.

El Peruano: Presentó a Keiko Fujimori de manera favorable debido desde su aporte en ámbitos sociales.

en el apoyo de la promoción cultural.

El Peruano: Este medio apoyó las acciones y proyectos de Karp en línea con la posición oficial del gobierno de Toledo, resaltando su trabajo con las poblaciones vulnerables.

primeras damas más activas en la política.

El Peruano: Este medio respaldado a Nadine Heredia y resaltado sus proyectos sociales en consonancia con la agenda oficialista de ese momento.

especialmente en lo que respecta a las políticas del gobierno de Pedro Castillo. Asimismo, no dejó de lado aspectos personales de Paredes para representarla como ama de casa, mujer rural, acompañante, etc.

El Peruano: Respaldado las acciones de Lilia Paredes en línea con la posición oficial del gobierno de Castillo, representándola como una primera dama tradicional.

La representación de las primeras damas en la prensa peruana (El Comercio, La República y El Peruano) se moldea por factores políticos, su relación con el presidente y la posición editorial de cada periódico. Esta diversidad en la cobertura influye en la percepción pública y en el rol percibido de las primeras damas en la sociedad y la política.

Objetivo	Susana Higuchi	Keiko Fujimori	Eliane Karp	Nadine Heredia	Lilia Paredes
Analizar la representación del rol de las primeras damas del Perú en los diarios El Comercio, La República y El Peruano.	<p>El Comercio: Se destacaron las tensiones entre ella y el presidente Fujimori, lo que reflejó una relación problemática en el poder. Asimismo, un rol más político y social.</p> <p>La República: Se enfocó en las tensiones públicas entre el presidente Fujimori. Pero no se dejó de lado el rol político que desempeñó Higuchi.</p> <p>El Peruano: Se presentó el rol de apoyo al gobierno</p>	<p>El Comercio: Se presentó de manera positiva debido a su relación familiar con el presidente Fujimori. Su papel se enfocó en actividades sociales y humanitarias.</p> <p>La República: Mantuvo una posición crítica y se centró en cuestiones políticas y administrativas. Se le presentó con un rol más tradicional de acompañante al presidente Fujimori en actividades protocolares.</p>	<p>El Comercio: Se ofreció una cobertura equilibrada, destacando sus iniciativas y proyectos como primera dama. Se enfocó en temas sociales y culturales, como la promoción de la artesanía peruana.</p> <p>La República: Presentó el rol de la primera dama Eliane Karp de una manera activa y enfocada en su participación en asuntos políticos y sociales. La representación de Eliane Karp se destacó por su participación en eventos políticos y su compromiso con</p>	<p>El Comercio: Construyó la representación de Nadine Heredia como una primera dama que se adhirió a los valores y roles tradicionales, enfocándose más en su imagen y presencia protocolar. Asimismo, en las controversias que tuvo.</p> <p>La República. Presentó el rol de la primera dama Nadine Heredia de manera destacada y activa en la política y en la sociedad. En la representación de Nadine Heredia, La República se enfocó</p>	<p>El Comercio: Se le presentó con roles tradicionales que históricamente constinuan en la sociedad, asignandole la función de cuidadoras del hogar y acompañante de su esposo.</p> <p>La República: Se centró en críticas hacia el gobierno de Pedro Castillo y su gestión como primera dama, presentándola como acompañante del presidente en actividades, y sin brindarle voz.</p>

oficial, reflejando lealtad hacia Fujimori.

El Peruano: Brindó una representación positiva debido a su relación con el presidente, reflejando un rol más social.

diversas causas. Se la describió como una figura influyente en el gobierno de su esposo.

El Peruano: El diario El Peruano construyó la representación de la primera dama Eliane Karp de una manera más protocolar y centrada en eventos formales. La representación de Eliane Karp en El Peruano se destacó en actos protocolares y eventos oficiales, lo que contribuyó a su imagen como una figura que cumplía con los deberes y roles tradicionales de la primera dama en ceremonias públicas.

en su participación política y social, resaltando sus papeles en proyectos sociales, su influencia en la política gubernamental y su activismo en temas relacionados con la equidad de género y los derechos humanos.

El Peruano: Respaldó y resaltó proyectos sociales liderados por Heredia, reflejando la agenda oficial.

La representación de la primera dama Nadine Heredia en El Peruano estuvo más relacionada con su papel en eventos protocolares y oficiales, así como con su participación en asuntos de interés público y proyectos gubernamentales.

El Peruano: Se le presentó con roles más protocolares.

La presentación del rol de las primeras damas varió según el medio y el contexto político, social, cultural e ideológico.

Objetivo	Susana Higuchi	Keiko Fujimori	Eliane Karp	Nadine Heredia	Lilia Paredes
Debelar la forma en que se describieron a las primeras damas del Perú en los diarios, El Comercio, La República y El Peruano.	<p>El Comercio: Se presentó como una figura política que desafía las restricciones y estereotipos tradicionales de género, lucha por sus derechos y se mantiene independiente en sus acciones y decisiones. Su papel es influenciado por las dinámicas políticas y las decisiones del presidente, lo que contribuye a una representación compleja en la sociedad.</p> <p>La Republica: Se presentó como una</p>	<p>El Comercio: Se le describió por su compromiso con un rol protocolario, pero también elementos críticos, como la comparación con su predecesora y las preguntas sobre su involucramiento en asuntos sociales y políticos. Esta representación crea una imagen mixta de su desempeño como primera dama.</p> <p>La República: Se le representa como una figura pasiva y poco capaz de asumir un rol político significativo. Asimismo, como una figura dependiente.</p>	<p>El Comercio: La representación de Eliane Karp se basa en una narrativa que combina elementos de su historia personal, sus valores y su papel en la vida política peruana. Se le presenta como una figura independiente, leal y comprometida con cuestiones sociales y de justicia, dispuesta a asumir un rol activo en la política peruana.</p> <p>La República: La República construye la representación de Eliane Karp como una primera dama enérgica, comprometida, y determinada a desafiar</p>	<p>El Comercio: La representación de Nadine Heredia en El Comercio se centra en su doble rol como líder de un partido político y primera dama, así como en las controversias financieras y el escrutinio público que enfrenta. Esta representación se basa en una narrativa crítica y escéptica en relación con las acusaciones y controversias que la rodean.</p> <p>La República: La representa como una figura política influyente y controvertida, cuyo liderazgo político está sujeto a escrutinio y</p>	<p>El Comercio: La representación de Lilia Paredes es una combinación de cualidades y etiquetas que pueden mostrar su personalidad, pero también reflejar prejuicios de género arraigados en la sociedad. Sus comentarios contra los estereotipos de género sugieren una lucha por la igualdad y la valoración de las mujeres por su contribución real en lugar de su apariencia.</p> <p>La República: La representación de Lilia Paredes se enfoca en su personalidad</p>

primera dama empoderada, carismática y con una personalidad enérgica, destacada en la sociedad peruana. Su influencia va más allá de las expectativas convencionales asociadas con su posición y se centra en su versatilidad, su estilo y su capacidad para cautivar a través de sus respuestas y habilidades oratorias. Su vida personal y su elegancia también son aspectos destacados en su representación.

El Peruano: Se le presenta como una figura con un fuerte compromiso humanitario, involucrada en

El Peruano:

Resalta su papel mediático y simbólico como acompañante de su padre en eventos oficiales, particularmente en cuestiones relacionadas con la educación. Aunque no tenía el título de Primera Dama, su presencia en estos eventos la involucraba en la imagen pública del gobierno de su padre.

los roles tradicionales de las primeras damas en el país. Su compromiso social y su apoyo a su esposo la presentan como una figura influyente en el contexto político y social de Perú.

El Peruano: la representación de Eliane Karp se basa en su capacidad para desempeñar múltiples roles y su influencia en cuestiones de relevancia nacional e internacional. Se la presenta como una primera dama activa y comprometida en la toma de decisiones y la política peruana. Sin embargo, es importante considerar que esta representación puede estar influenciada por la perspectiva y el enfoque del medio de

críticas. Se enfatiza su papel en el partido oficialista y su capacidad para tomar decisiones políticas, pero también se destacan las controversias y las respuestas ilegales relacionadas con su gestión financiera.

El Peruano: la representación social de Nadine Heredia en El Peruano se enfoca en su compromiso con la igualdad, la inclusión social y el apoyo a las mujeres y las organizaciones sociales en Perú. Se destaca su papel como defensora y promotora de estos valores y su compromiso en la implementación de políticas gubernamentales para apoyar estas causas.

tranquila, pero también simplifica su identidad al centrarse en roles tradicionales y aspectos personales, lo que podría desviar la atención de su influencia y metas políticas reales como primera dama.

El Peruano:

La presentan como una primera dama con un enfoque humanitario y solidario, dispuesta a trabajar en colaboración con diversas organizaciones para abordar las necesidades de la población más necesitada.

actividades benéficas y con un interés genuino en áreas clave para el bienestar de la sociedad, como la salud, la educación y la cultura. Su labor se destaca como un esfuerzo constante en beneficio de las personas necesitadas en el país.

comunicación que la presenta.

La descripción de cada primera dama varió según el medio y el contexto político, influyendo en la percepción pública de estas figuras en la sociedad peruana.

Objetivo	Afiliación Política y Contexto Político	Relación con el Presidente	Agenda y Actividades de la Primera Dama	Controversias y Escándalos	Relación con la Prensa	Perspectiva Editorial de los Diarios	Contexto Histórico y Social	Liderazgo y Participación en Políticas Gubernamentales
----------	---	----------------------------	---	----------------------------	------------------------	--------------------------------------	-----------------------------	--

Identificar los factores que influyeron en la representación de las primeras damas del Perú, por el diario El Comercio, La República y El Peruano.	La afiliación política de la primera dama y el partido gobernante tuvieron un impacto significativo en su representación. Los diarios a menudo reflejaron la línea editorial de los partidos políticos a los que estaban afiliados.	La relación de la primera dama con el presidente en funciones también influyó en cómo se representaba. Aquellas que mantenían una relación cercana y armoniosa con el presidente tendían a recibir una cobertura más positiva.	Las actividades y proyectos liderados por la primera dama, especialmente en áreas sociales y humanitarias, afectaron su imagen en los medios. Aquellas que se enfocaron en temas de interés público a menudo fueron vistas de manera más favorable.	Las controversias, escándalos o acusaciones de corrupción relacionadas con la primera dama a menudo generaron una cobertura negativa en los medios. Los diarios informaban sobre investigaciones y acusaciones, lo que podía afectar la percepción pública	La relación de la primera dama con la prensa y su disposición a brindar entrevistas o declaraciones influyeron en su representación mediática. Una relación tensa con la prensa a veces generaba una cobertura más crítica	Cada diario tenía su propia perspectiva editorial y enfoque político. Esto se reflejaba en la manera en que representaban a las primeras damas, especialmente en casos de conflictos políticos o partidistas.	El contexto histórico y social del período en el que ejercía su rol como primera dama también desempeñó un papel importante. Eventos significativos, como elecciones o crisis nacionales, podían influir en su representación.	El grado de liderazgo y participación de la primera dama en políticas y programas gubernamentales influía en cómo se percibía su rol y su impacto en la sociedad.
--	---	--	---	--	--	---	--	---

En conjunto, estos factores contribuyeron a la construcción de las representaciones sociales de las primeras damas por la prensa peruana (El Comercio, La República y El Peruano).

CONCLUSIONES

- La investigación llegó a determinar que la prensa peruana, representada por medios periodísticos (El Comercio, La República y El Peruano), desempeñaron un papel sustancial en la construcción de las representaciones sociales de las primeras damas a lo largo de las décadas. Estas representaciones reflejaron cambios en la sociedad peruana y en la política del país, alejándose de los roles tradicionales; es decir, desafiaron las expectativas convencionales asociadas con el papel tradicional de esposa del presidente. En lugar de limitarse a funciones puramente ceremoniales o sociales, figuras como Susana Higuchi, Eliane Karp y Nadine Heredia han desempeñado un papel más activo y visible en la esfera política, abogando por causas sociales, culturales y políticas. Como es el caso de Higuchi quien llevó a cabo campañas de concienciación, siendo respaldada por movimientos feministas, influyendo de esta manera en la agenda política. No obstante, los medios también reflejaron representaciones que relegaron a algunas primeras damas a roles más tradicionales, como acompañantes, amas de casa o figuras hogareñas, como fue el caso de Lilia Paredes y Keiko Fujimori. Esto demuestra que, a pesar de la evolución de los roles de las primeras damas con el tiempo, aún persisten prejuicios de género y expectativas tradicionales en la representación mediática de estas figuras.
- A pesar de los avances en la representación de las primeras damas en roles activos y políticos, persisten patrones de género en la cobertura mediática. Tal es el caso de Lilia Paredes, que se le representa desde su perspectiva de “mujer rural”, mientras que a Keiko Fujimori se le etiqueta como una primera dama tradicional debido a su temprana asunción del cargo, considerándose la que tenía menos

experiencia. A menudo, los medios centran su atención en la apariencia y el estilo de las primeras damas, como es el caso de Nadine Heredia, Susana Higuchi y Eliane Karp, lo que a veces limita la apreciación de sus contribuciones a roles no tradicionales. Sin embargo, también se destacan aspectos como la vestimenta, calificada como popular o extravagante, como en el caso de Lilia Paredes.

- Las representaciones sociales de las primeras damas se han gestado a lo largo del tiempo, que fueron moldeadas por factores como la política, la cultura, el ámbito social e ideológicos. Estos elementos han influido en la construcción de las representaciones sociales de las primeras damas, por los medios (El Comercio, La República y El Peruano). La normalización actuó como una herramienta de poder, la que ha contribuido a la adhesión de estas figuras a roles tradicionales, como el de acompañante o ama de casa, sirviendo como mecanismo de control social. Estas representaciones refuerzan las expectativas convencionales de género y perpetúan roles predefinidos en la sociedad.
- En el ámbito político, el ejercicio del poder se manifiesta a través del discurso, el cual tiende a enmarcar a las primeras damas dentro de ciertos contextos conceptuales. Estos discursos, ampliamente difundidos por medios periodísticos como El Comercio y La República, quienes desempeñaron un papel esencial en la formación de imágenes específicos sobre las primeras damas.
- La representación de las primeras damas en los medios también se entiende como una forma de ejercicio de poder simbólico. Las imágenes y narrativas tejidas alrededor de estas figuras no solo contribuyeron a la acumulación de capital simbólico, sino que también desempeñaron un papel crucial en la reproducción de las jerarquías sociales existentes.

- Desde una perspectiva cultural, el análisis de la representación de las primeras damas en los medios (El Comercio, La República y El Peruano) revela un fenómeno complejo que refleja las dinámicas de la sociedad y contribuye a la construcción de significados culturales. La influencia de estos medios en la configuración de percepciones culturales subraya la importancia de examinar cómo las representaciones culturales se entrelazan con la construcción mediática de la figura de la primera dama.
- Es evidente que los cambios culturales y las expectativas de género han ejercido una influencia significativa en la forma en que se ha retratado a estas destacadas figuras públicas. Un ejemplo de esto se aprecia en el caso de Eliane Karp, la primera dama extranjera en la historia de Perú, cuya representación estuvo influenciada por su origen extranjero, aportando un enfoque adicional a la construcción de su imagen mediática.
- La representación de las primeras damas en los medios está intrínsecamente ligada a la ideología mediática predominante. Un análisis crítico del discurso destaca cómo el lenguaje y la narrativa utilizados en los medios han contribuido a la formación de las representaciones sociales y a la reproducción de ideologías.
- La prensa peruana (El Comercio, La República y El Peruano) emplearon enfoques y narrativas para representar a las primeras damas del país, estas incluyeron el desempeño de su papel público, actividades, imagen y percepción personal, estas narrativas variaron significativamente en el contexto cultural, político, social e ideológico. Estas representaciones se identificaron desde destacar su papel como apoyo y acompañante del presidente, como en el caso de Keiko Fujimori; hasta resaltar su compromiso social y político, incluso yéndose en contra del propio gobierno, para revelar actos de corrupción, como lo hizo Susana Higuchi.

- Las representaciones sociales en la prensa peruana se construyeron a partir de estereotipos culturales relacionados con la apariencia, el comportamiento y el rol de las mujeres en la política y en la vida pública se manifestaron claramente en las representaciones sociales de las primeras damas. Eliane Karp y Lilia Paredes. La figura de Eliane Karp, al ser extranjera y antropóloga, fue objeto de ciertos estereotipos que influyeron en la manera en que se la describió y representó en los medios. Por otro lado, los medios utilizan el poder simbólico para construir representaciones sociales sobre Lilia Paredes, contribuyendo a la reproducción de ciertos valores y jerarquías sociales a través de la construcción de su identidad pública.
- La prensa peruana, conformada por El Comercio, La República y el Peruano, reflejaron sus propias perspectivas ideológicas en las representaciones de las primeras damas, quienes utilizaron su propio discurso mediático para la construcción de las representaciones sociales de las primeras damas, permitiéndoles seleccionar y resaltar aspectos en cuanto a la vida, actividades y rol que cumplieron las primeras damas, viéndose manipulada de manera sutil y directa en algunas de ellas para favorecer ciertas agendas, puntos de vista o intereses, presentando información sesgada a la audiencia, formando así información incompleta y distorsionada.
- Las representaciones de las primeras damas variaron significativamente según el medio de comunicación y el período de tiempo. Asimismo, el contexto político, cultural, social e ideológico que influyen en gran medida en la construcción de las representaciones sociales.

RECOMENDACIONES

- Es importante que los medios de comunicación promuevan la diversidad de voces y perspectivas en la cobertura de las primeras damas. Esto implica dar voz a expertos, analistas y representantes de la sociedad civil para tener una visión más completa y equilibrada de su papel.
- Se recomienda que los medios de comunicación (El Comercio, La República y El Peruano) se esfuercen por diversificar las representaciones de las primeras damas. Deberían ser conscientes de la influencia de estereotipos culturales de género y evitar limitar la apreciación de las contribuciones de estas figuras a roles más tradicionales. Los medios pueden destacar no solo la apariencia, sino también los logros, las políticas públicas y las actividades caritativas de las primeras damas.
- Es importante que los medios se esfuercen por mantener la objetividad al momento de construir las representaciones sociales de las primeras damas, especialmente en contextos políticos. La cobertura debe ser imparcial y basada en hechos verificables, evitando sesgos ideológicos.
- Es fundamental que los medios reconozcan la influencia de factores políticos, sociales, culturales e ideológicos en la construcción de las representaciones sociales. En consecuencia, se requiere un enfoque más consciente y cauteloso por parte de los medios al adaptar sus narrativas y enfoques, teniendo en cuenta estos factores sin permitir que sesguen la objetividad y precisión de su cobertura.
- Los profesionales de los medios y periodistas deben recibir capacitación en género y estereotipos culturales para comprender mejor la influencia de estos en la construcción de representaciones. Esto puede ayudar a promover una cobertura más equitativa y consciente.

- Los medios de comunicación (El Comercio, La República y El Peruano) deben asumir un papel de responsabilidad social al destacar temas relevantes y fomentar el debate público. Esto contribuirá a una representación más completa y reflexiva de las primeras damas en la prensa peruana.
- La precisión y el rigor periodístico son esenciales para una cobertura objetiva y equitativa de las primeras damas del Perú. Los medios deben ser transparentes en la obtención y presentación de la información, evitando la difusión de rumores o información no verificada.
- Es importante que los medios revisen y evalúen constantemente su cobertura de las primeras damas, asegurándose de que se ajuste a estándares éticos y periodísticos, y de que refleje de manera precisa y equitativa la diversidad de roles y perspectivas de estas figuras en la sociedad peruana
- Resaltar el papel activo de algunas primeras damas en la política y en la formulación de políticas públicas podría ser una estrategia efectiva para fomentar la participación política de las mujeres en su conjunto..
- Fomentar la educación mediática entre la población para que las personas sean críticas y conscientes de cómo se construyen las representaciones en los medios de comunicación, y su comprensión sobre lo cual.
- Reconocer y destacar la diversidad de trayectorias y roles desempeñados por las primeras damas a lo largo del tiempo. Evitar la simplificación de su papel y enfocarse en su contribución real a la sociedad.

REFERENCIAS

- Abric, J. (2001). *Pratiques sociales Représentations*. (Dacosta, J y Flora, F, 1ra. Ed.). Ediciones Coyoacán. (Trabajo original publicado en 2001).
https://www.academia.edu/24607076/PR%C3%81CTICAS_SOCIALES_Y_REPRESENTACIONES
- Álvarez, E. (2023). Las historias de Instagram de Mariana Rodríguez: análisis de su agenda y rol como primera dama. *index. comunicación*, 13(1), 271-293.
<https://doi.org/10.33732/ixc/13/01Lashis>
- Álvaro, J y Fernández, B. (2006). Representaciones sociales de las mujeres. *Athenea Digital*, 9, 65-77.
- Álvarez, E. (2020). Encuadres noticiosos sobre primeras damas: las expertas, las novatas y las actuales. *Profesionales de la información*, 29, 6, e290621.
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.21>
- Álvarez, E. (2020). *De primera dama a señora presidenta. Encuadre noticioso y lecturas de las audiencias en la cobertura de las mujeres políticas*. [Tesis doctoral, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey]. Archivo digital
https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/636412/AlvarezMonsivai_TesisDoctoraIPDFA.pdf?sequence=5
- Angulo, M. (2015). *Representaciones sociales de las comunidades aimaras, el gobierno central y el gobierno regional durante el conflicto social del “Aimarazo” en los artículos de opinión de los diarios Correo y Los Andes de Puno (2011)*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Archivo digital
http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/4676/Angulo_gm.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Araya, S. (2002). *Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión*. (1ra ed.). Leonardo Villegas.
<http://www.efamiliarcomunitaria.fcm.unc.edu.ar/libros/Araya%20Uma%F1a%20Representaciones%20sociales.pdf>
- Baeza, A y Lamadrid, S. (2016). Representaciones de candidatas parlamentarias en nuevos medios de comunicación. [Artículo] *Cuadernos info. Sciel*, 1(39), 67-86.
https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2016000200005
- Banchs, M. (1986). Representaciones sociales: Análisis comparativo. [Artículo] *Revista Costarricense de psicología*, (9), 27-40. <http://rcps-cr.org/wp-content/uploads/2016/05/1986.pdf>
- Barbero, M. (1991). *De los medios a las mediaciones, Comunicación, cultura y hegemonía*, (2nd ed.). Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona.
https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comunicacionyrecepcion/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/de_los_medios_a_las_mediaciones.pdf
- Blanco, R. (2012). Campos, relaciones y redes de poder: Debates teóricos para la comprensión de las disputas por el control del Estado. [Artículo] *Revista Reflexiones/ Jornadas de Investigación Interdisciplinarias*, 95-106, ISSN, 1021-1209.
- Blázquez, N; Flores, F; Ríos, M; Harding, S; Bartra, E; Fernández, R; Corres, P; Maffía, D; Gargallo, F; Delgado, G; Castañeda, M; Pedrero, M; Tena, O; Restrepo, A; Arruda, A; Mora, J y Ursini, S. (2010). *Investigación feminista Epistemología, metodología y representaciones sociales*. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades Universidad Nacional Autónoma de México.
http://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/ceiichunam/20170428032751/pdf_1307.pdf

- Bourdieu, P. (1998). *La Distinción: Criterios y bases sociales del gusto*. Ediciones Santillana. Colombia. https://pics.unison.mx/maestria/wp-content/uploads/2020/05/La_Distincion-Bourdieu_Pierre.pdf
- Bourdieu, P. (2000). *Poder, Derecho y Clases Sociales*. (Bernuz, J; García, A; Gonzáles, J y Oliver, D. 2da ed.). Editorial Desclée de Brouwer, S.A., 2000. (Trabajo original publicado en 2000).
- Cáceres, A. (2015). *Entre el autoritarismo y la democracia: Feminismo, relaciones de género y violencia en la cultura peruana contemporánea (cine, televisión y creación poética)*. [Tesis de doctorado, Universidad de Salamanca]. Archivo digital.
https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/128821/III_C%C3%A1ceresSztorcAC_HistoriaAm%C3%A9rica.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cajas, V; Casimiro, C; Casimiro, W y Pasquel, L. (2017). Las representaciones sociales y el discurso noticioso de la Ley Universitaria – Perú. [Artículo] *Comunicación*, 8(2), 2219-7168.
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682017000200003
- Carrasco, B. (2015). *La representación social de las comunidades andinas en el discurso de la prensa ayacuchana*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga] Repositorio Institucional UNSCH.
http://repositorio.unsch.edu.pe/bitstream/UNSCH/2911/1/TESIS%20CC70_Car.pdf
- César, H. (2006). Bourdieu, Foucault y el poder. [Artículo] *Revista Voces y contexto*, 11.
<https://www.uv.mx/tipmal/files/2016/09/BOURDIEU-FOUCAULT-Y-PODER.pdf>

- Chávez, R. (2013). Construcción de la Imagen Femenina a través de la Prensa Piurana (1850-1900). [Tesis de pregrado, Universidad de Piura] Archivo digital. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1770/EDUC_019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cordero, A. (2022, marzo 24). Alberto Fujimori: historia del expresidente más polémico de Perú. *France 24*. <https://www.france24.com/es/programas/historia/20220324-fujimori-peru-presidencia-polemica-historia>
- Coronado, C. (2017). Víctimas invisibles: representación de la mujer y la vida cotidiana en los noticieros Luce de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945). [Artículo] *Revista Universitaria de Historia Militar*, 6 (11), 239-257. <file:///C:/Users/HP/Downloads/DialnetVictimasInvisibles-6130571.pdf>
- Cubillos, M. (2014). Mujeres en el papel: representaciones de la mujer en el discurso de la moda, 1960-1970. [Artículo] *Revista Historia y Sociedad*, 26, p.209-236
- Cuevas, Y. (2011). Representaciones sociales en la prensa: aportaciones teóricas y metodológicas. [Artículo] *Revista Scielo*, 36. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-109X2011000100003
- Días, J; Martínez, A; Espinoza, F; Vizúete, C; Mier, D; Cárate, S y Becdach, A. (2017). *Discriminación hacía las mujeres y su representación en los medios de comunicación*. Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/56758.pdf>
- Ensuncho, A. (2021). *Representaciones sociales de la mujer en la prensa de Montería 1916-1960* [Tesis de maestría en Ciencias Sociales, Universidad de Córdoba] <https://repositorio.unicordoba.edu.co/bitstream/handle/ucordoba/6389/REPRESENTACIONES%20SOCIALES%20DE%20LA%20MUJER%20EN%20LA%20PR>

[ENSA%20DE%20MONTER%C3%8DA%201916-1960.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

Ford, E. (2024). El proceso de transición democrática en Perú y el liderazgo de Toledo.

Revista Enfoques, 2, 143-156.

Foucault, M. (1979). *Microphysique du pouvoir*. (Varela, J y Alvarez-Uría, F, 2da ed.).

Santiago Estevez, 26 - Madrid-19. (Trabajo original publicado en 1979).

<https://www.pensamientopenal.com.ar/system/files/2014/12/doctrina39453.pdf>

García, N. (2013). Mujeres políticas y medios de comunicación: representación en la prensa escrita del gobierno catalán (2010). [Artículo] *Estudio sobre el mensaje periodístico*, 19 (1), 365- 381.

periodístico, 19 (1), 365- 381.

<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/42527/40436>

García, N. (1989). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*.

Editorial Grijalbo, S.A. de C.V. México.

https://monoskop.org/images/7/75/Canclini_Nestor_Garcia_Culturas_hibridas.pdf

Gómez, L y Pino, Y. (2016). Representaciones sociales de género de las y los periodistas

en el periodismo impreso cubano: Estudio de caso del suplemento cultural

vitales. *Revista Razón y Palabra*, 20, 4-95.

Gómez, C y García, F. (2018). Representaciones sociales y la construcción de discurso

estereotipados en la enseñanza de la Historia. Un análisis a partir del campesinado

(XVI-XVIII). *Historia y comunicación social*, 24(1), 127-145.

Gonzales, S. (2018). *Representación del racismo y los estereotipos étnico/raciales en la*

prensa escrita deportiva peruana en el 2014. [Tesis de pre grado Pontificia

Universidad Católica del Perú]. Archivo original.

<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12492/Gonzal>

[es_Sharun_Representaci%c3%b3n_racismo_estereotipos1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*.

London, Sage Publications, Cap. 1, p. 13-74. (Elías Sevilla Casas, C 1, p. 13-74).

(Trabajo original publicado en 1979).

http://metamentaldoc.com/14_El_trabajo_de_la_representacion_Stuart_Hall.pdf

Jodelet, D. (1986). *La representación social: fenómenos, concepto y teoría*. In S.

Moscovici (Ed.), *Psicología Social II: Pensamiento y vida social* (pp. 469-494).

Barcelona, Paidós.

https://www.researchgate.net/publication/327013694_La_representacion_social_fenomenos_concepto_y_teoría

Knapp, E; Suárez, M y Mesa, Madeleine (2003). Aspectos teóricos y epistemológicos de la categoría representación social. *Revista cubana de psicología*, Vol, 20, N°1.

<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rcp/v20n1/03.pdf>

Latina Televisión. (2015, 26 de julio). *Nadine Heredia y sus polémicos cuatros años opacando a Ollanta Humala* [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=Jv40tkyrnmo>

Martínez, M. *Cómo hacer un buen Proyecto de tesis con metodología cualitativa*.

<https://padron.entretemas.com.ve/INICC2018-2/lecturas/u3/martinez-como.pdf>

Martínez, L. (2016). *Construcción de las representaciones sociales en el Meridiano de Córdova, sobre la Planeación, Construcción y Funcionamiento de la Ronda Sinú en Montería*. [Tesis de maestría, Universidad del Norte Barranquilla]. Archivo digital.

<https://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/9968/TESIS%20LIDY.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Martín, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Editorial Gustavo Gili S.A. Versión revisada 1991.
https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comunicacionyrepcion/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/de_los_medios_a_las_mediaciones.pdf
- Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici.
[Artículo] *Athenea Digital*, 2, 1-15.
<https://ddd.uab.cat/pub/athdig/15788946n2/15788946n2a8.pdf>
- Moscovici, S. (1984). *Psychologie Sociale*. (Rosenbaum, D; 1ra ed.). Ediciones Paidós Ibérica. (Trabajo original publicado en 1985).
https://www.academia.edu/45127743/Biblioteca_Serge_Moscovici_Psicologia_social_I
- Moscovici, S. (1971). *La psychanalyse son image et son public*. (María, F, 1ra ed.). Printed en la Argentina. (Trabajo original publicado en 1979).
<https://taniars.files.wordpress.com/2008/02/moscovici-el-psicoanalisis-su-imagen-y-su-publico.pdf>
- Parratt, S. (2008). Géneros periodísticos en prensa. Editorial “Quipus”, CIESPAL.
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=55350>
- Pérez, B y García, N. (2010). *El nosotros desde nuestra mirada*. Escuela de Lengua y Literaturas Hispánicas. México. <https://www.uv.mx/mecc/files/2016/02/009-Nosotras-laconstruccion-del-colectivo-femenino-en-el-discurso-periodistico.pdf>
- Ramos, V. (2019). *La representación de las personas con discapacidad en cuatro periódicos de Lima: El Comercio, La República, El Peruano y Tome*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Archivo digital.
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14570/RAMO_S_OBREGON_LA_REPRESENTACION_DE_LAS_PERSONAS_CON_DISCA

[PACIDAD EN CUATRO PERIODICOS DE LIMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

Ricardo, J. (2014). La prensa como vehículo de representaciones sociales en tiempos del modernismo (1985 – 1910). Un ejemplo de aplicación: la ciudad de Mendoza (Argentina). *TINKUY- Boletín de Investigación y Debate*, 21, 109-128.

<https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/8981>

Rodríguez, F y Messeet, F. (2019). Mujeres y sufragio: Sátira política en las elecciones 2016, Estudio de las representaciones sociales femeninas en The Clinic (Chile). [Artículo] *Estudio sobre el Mensaje Periodístico*, 25(3), 1589-1603.

<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/67006/4564456552701>

Rodríguez, H; Gonzáles, R y Paz, P. (2017). Representaciones sociales, territorio y prensa. En Pereira, J (1ra Ed). *Humanidades digitales, diálogo de saberes y prácticas colaborativas en red: Cátedra UNESCO de comunicación* (p.196-199). Editorial PUJ – Acceso abierto [64].

https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/pdf/IV_49.pdf

Sánchez, R y Cárdenas, E. (2017). Representaciones sociales de la mujer en estudiantes de quinto grado de una institución educativa de Tunja. *Revista de Psicología Universal de Antioquía*, 9(2),67-86.

Valle, A. (2021, 21 de julio). Lilia Paredes: la docente que busca apoyar a las mujeres y poblaciones vulnerables en los próximos 5 años. [Artículo periodístico] *La República*. <https://larepublica.pe/politica/2021/07/21/lilia-paredes-navarro-quien-es-la-primera-dama-biografia-y-perfil-de-la-esposa-del-presidente-pedro-castillo-atmp>

- Villarroel, G. (2007). Las representaciones sociales: una nueva relación entre el individuo y la sociedad Fermentum. *Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 17(49), 434-454. <https://www.redalyc.org/pdf/705/70504911.pdf>
- Van Dijk, T. (1998). Ideology: A Multidisciplinary Approach. (Irene, A). *Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social London: Sage*, 10 (29), 9-36.
<http://www.discursos.org/oldarticles/Ideolog%EDa%20y%20an%El%20del%20discurso.pdf>
- Van Dijk, T. (1996). Una teoría sociocognitiva de la representación: Opiniones e ideologías en la prensa. *Revista Voces y culturas*, 9-50.
<http://www.discursos.org/oldarticles/Opiniones%20e%20ideolog%EDas%20en%20la%20prensa.pdf>
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. (Gal, G, 1era ed.). Editorial Paidós, SAICF, Barcelona-Buenos Aires-México.

ANEXO

Anexo 1: Ficha técnica de validación de instrumentos

Matriz de validación de instrumentos

Construcción de las representaciones sociales por la prensa nacional sobre las primeras damas en el Perú, 1990 – 2022; Caso: El Comercio, La República y El Peruano.

Nombre del experto:

Profesión:

Ocupación:

Matriz de coherencia para la validación

Objetivos	Categoría de estudio	Instrumentos de recolección de datos	Método de estudio y procedimiento de aplicación
<p>Objetivo general Entender cómo se construyó las representaciones sociales de las primeras damas del Perú, 1990 – 2022 (Susana Higuchi, Keiko Fujimori, Eliane Karp, Nadine Heredia y Lilia Paredes) por el diario El Comercio, La República y El Peruano.</p>	<p>Construcción de las representaciones sociales por la prensa nacional.</p>	<p>Análisis de contenido hermenéutico.</p>	<p>Método de estudio Interpretativo-hermenéutico (círculo hermenéutico) Primera fase: Etapa previa o clarificación de supuestos.</p>

			Segunda fase: Recoger las experiencias vividas.
			Tercera fase: Reflexionar acerca de la experiencia vivida- etapa estructural.
			Cuarta fase: Escribir-reflexionar acerca de la experiencia vivida.
Analizar cómo se presentó el rol de las primeras damas del Perú en los diarios El Comercio, La República y El Peruano.	Construcción de las representaciones sociales por la prensa nacional.	Análisis de contenido hermenéutico.	
Debelar de qué manera se describe a las primeras damas del Perú en los diarios, El Comercio, La República y El Peruano.	Construcción de las representaciones sociales por la prensa nacional.	Análisis de contenido hermenéutico.	
Identificar qué factores influyeron en la representación de las primeras damas del Perú, por el diario El Comercio, La República y El Peruano.	Construcción de las representaciones sociales por la prensa nacional.	Análisis de contenido hermenéutico.	
Analizar el contenido de mensaje sobre la construcción de las representaciones sociales de las primeras damas del Perú,	Construcción de las representaciones sociales por la prensa nacional.	Análisis de contenido hermenéutico.	

por el diario El Comercio, La República y el El Peruano.			
--	--	--	--

Objetivo de la validación

Garantizar la calidad y la idoneidad de los instrumentos utilizados para recopilar los datos. Asimismo, precisar la validez o pertinencia, adecuación y confiabilidad del instrumento.

Metodología

La validación de los instrumentos de recolección se hizo con dos expertos en el tema de investigación presentada, se les entregó una ficha con los contenidos para que evalúen la validez o pertinencia, confiabilidad y adecuación del instrumento por pregunta. El experto evaluará en función a las categorías y objeto de estudio.

Anexo 2: Guía de análisis de contenido hermenéutico

Título de investigación: “Construcción de las representaciones sociales por la prensa nacional sobre las primeras damas en el Perú, 1990 – 2022; caso: *El Comercio*, *La República* y *El Peruano*”

Nombre del diario periodístico	
Nombre de la primera dama	
Título del artículo	
Género periodístico	
Autor (es)	
Fecha de publicación	
Contexto histórico y social	
Categoría	
Sub Categoría	
Sub Categoría	
Fases del método	Descripción
COMPRENSIÓN	
Mensaje general del texto	
Planteamiento de la tesis del autor y cómo está argumentada	
Conceptos clave utilizados y definiciones	
Relaciones de conceptos y las ideas presentados	
Contexto histórico, social y cultural en el que se produce el texto	
INTERPRETACIÓN	
Significado del texto	
Interpretación del autor	

Análisis de los argumentos	
Influencia de la perspectiva del autor	
APLICACIÓN	
Relevancia del tema	
Valoración personal	
Implicaciones prácticas	
Posibles direcciones futuras	
COMPRENSIÓN	
Volver a la fase de comprensión para profundizar en la interpretación y aplicación del texto.	
Realizar una síntesis de la interpretación y aplicación del texto.	
Comprender el texto como parte de un proceso continuo de comprensión e interpretación en el que se incorporan nuevos conocimientos y perspectivas.	

Anexo 3: Ficha de validación

Especialista 1

Elementos de validación	Valoración		
	Sí	No	Parcialmente
¿El instrumento responde al objetivo general de la investigación?	X		
¿El instrumento recoge suficiente información sobre las categorías y objeto de estudio?	X		
¿El instrumento es válido y pertinente para la investigación planteada?	X		
¿El instrumento se adecua al método de investigación?	X		
¿El instrumento es confiable para su aplicación?	X		
¿El instrumento facilita la comprensión y la interpretación profunda de los diarios (La República, El Comercio y El Peruano)?	X		
¿El instrumento aborda adecuadamente los aspectos hermenéuticos fundamentales, como la interpretación, la comprensión histórica y contextual, y el análisis de significados?	X		
¿El instrumento permite la exploración y el descubrimiento de los diversos niveles de significado presentes en los diarios?	X		
¿El instrumento incluye preguntas que fomentan la reflexión y la autorreflexión en el proceso interpretativo?	X		
¿El instrumento abarca tanto los aspectos explícitos como los implícitos de los diarios, permitiendo una comprensión holística?	X		

¿El instrumento tiene en cuenta la historicidad y las influencias culturales que pueden afectar la interpretación de los diarios?	X		
¿El instrumento ofrece pautas claras para el análisis y la codificación de los datos textuales?	X		
¿El instrumento promueve una exploración rigurosa y sistemática de los datos, evitando interpretaciones sesgadas o superficiales?	X		
¿El instrumento incluye preguntas que estimulan la identificación de patrones, temáticas recurrentes y conexiones entre diferentes partes de los diarios?			X
¿El instrumento permite el análisis crítico y reflexivo de las interpretaciones propias y la apertura a nuevas perspectivas durante el proceso interpretativo?			X
¿El instrumento facilita la captura y la documentación sistemática de los hallazgos e interpretaciones realizadas?	X		
Observaciones:			
Recomendaciones:			

Fecha de validación: 13/07/2023

Firma



Lic. Rafael Martín Naveros Castro

Anexo 4: Ficha de validación

Especialista 2

Elementos de validación	Valoración		
	Sí	No	Parcialmente
¿El instrumento responde al objetivo general de la investigación?	X		
¿El instrumento recoge suficiente información sobre las categorías y objeto de estudio?	X		
¿El instrumento es válido y pertinente para la investigación planteada?	X		
¿El instrumento se adecua al método de investigación?	X		
¿El instrumento es confiable para su aplicación?	X		
¿El instrumento facilita la comprensión y la interpretación profunda de los diarios (La República, El Comercio y El Peruano)?			
¿El instrumento aborda adecuadamente los aspectos hermenéuticos fundamentales, como la interpretación, la comprensión histórica y contextual, y el análisis de significados?	X		
¿El instrumento permite la exploración y el descubrimiento de los diversos niveles de significado presentes en los diarios?	X		
¿El instrumento incluye preguntas que fomentan la reflexión y la autorreflexión en el proceso interpretativo?	X		

¿El instrumento abarca tanto los aspectos explícitos como los implícitos de los diarios, permitiendo una comprensión holística?	X		
¿El instrumento tiene en cuenta la historicidad y las influencias culturales que pueden afectar la interpretación de los diarios?	X		
¿El instrumento ofrece pautas claras para el análisis y la codificación de los datos textuales?	X		
¿El instrumento promueve una exploración rigurosa y sistemática de los datos, evitando interpretaciones sesgadas o superficiales?	X		
¿El instrumento permite el análisis crítico y reflexivo de las interpretaciones propias y la apertura a nuevas perspectivas durante el proceso interpretativo?	X		
¿El instrumento facilita la captura y la documentación sistemática de los hallazgos e interpretaciones realizadas?	X		
Observaciones:			
Recomendaciones:			

Fecha de validación: 13/07/2023

Firma:



Mtra. Mariela Marisol Llantoy Barboza

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Ayacucho, a las 4:41 p.m. del miércoles 31 de enero de 2024, se llevó a cabo la sustentación de la tesis en la sala de sesiones del Consejo de Facultad. El jurado, presidido por el Dr. Oscar Juan Roque Siguas, e integrado por la Mtra. Mariela Marisol Llantoy Barboza, el Lic. Rafael Martín Naveros Castro, la Mtra. Rosita Rosario Lazo Leonardo (no asistió), el Dr. Boris Enrique Peña Morales (asesor) y el Mg. Juan B. Gutiérrez Martínez (secretario Docente), se reúne para evaluar la tesis presentada por la Bach. **Pamela Hilda Condori Huaraca**. El título de la tesis es “**Construcción de las representaciones sociales por la prensa nacional sobre las primeras damas en el Perú, 1990 – 2022; caso: El Comercio, La república y El Peruano**”; con el objetivo de obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Después de verificar el quórum reglamentario, el presidente del jurado solicitó al secretario docente la lectura de la RESOLUCIÓN DECANAL N° 071-2024-UNSCH-FCS/D, conforme al reglamento de Grados y Títulos del Plan de Estudios Reajustado de 2004 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación. Posteriormente, el presidente del jurado autorizó al Bach. a iniciar la sustentación, otorgándole un tiempo de veinte minutos para ello.

Terminada la exposición, se procedió a la ronda de preguntas por parte de los jurados. La Mtra. Mariela Marisol Llantoy Barboza fue la primera en preguntar, seguido del Lic. Rafael Martín Naveros Castro. Finalmente, el asesor de la tesis aclaró algunos puntos que el sustentante no había abordado completamente.

Concluida la ronda de preguntas, el presidente del jurado pidió a la tesista y al público asistente abandonar la sala para la deliberación y la emisión de la calificación correspondiente. El secretario docente recoge las hojas de calificación, siendo la calificación del Mtra. Mariela Marisol Llantoy Barboza (18) y del Lic. Rafael Martín Naveros Castro (18). El resultado final fue aprobado por unanimidad con una nota promedio de dieciocho (18). El acto académico concluyó a las 5:27 p.m. y fue firmado en señal de conformidad por el presidente del jurado y el secretario docente.


UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN
CRISTÓBAL DE HUAMANGA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
Dr. Oscar J. Roque Siguas
DECANO


Juan B. Gutiérrez Martínez
Secretario docente



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
(Segunda Universidad Fundada en el Perú)
Av. Independencia s/n- Ciudad Universitaria

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

N° 0155/EPCC/FCS/UNSCH

1. Apellidos y nombres del investigador: Condori Huaraca, Pamela Hilda
DNI: 70428384 Código: 23170502
2. Escuela Profesional/Unidad de investigación: E.P. de Ciencias de la Comunicación
3. Facultad: Ciencias Sociales.
4. Tipo de trabajo académico evaluado: Tesis para optar título profesional
5. Título del trabajo académico: "Construcción de las representaciones sociales por la prensa nacional sobre las primeras damas en el Perú, 1990 – 2022; Caso: El Comercio, La República y El Peruano."
6. Software de similitud: TURNITIN
7. Fecha de recepción: 18 de marzo de 2024
8. Fecha de evaluación: 20 de marzo de 2024
9. Porcentaje de similitudes: 04 %
10. Evaluación de originalidad.

Porcentaje de originalidad	Resultado
* 04 %	** APROBADO

*Consignar el porcentaje de similitud

**Consignar APROBADO si se encuentra dentro del rango de porcentaje establecido, Levantar observaciones o DESAPROBADO si excede el porcentaje permisible de similitud.

Ayacucho, 20 de marzo de 2024


.....
Lic. Rafael Martín Naveros Castro
Docente-Instructor-EPCC
D. A. de Ciencias Histórico Sociales

Construcción de las representaciones sociales por la prensa nacional sobre las primeras damas en el Perú, 1990 – 2022; Caso: El Comercio, La República y El Peruano.

by Pamela Hilda Condori Huaraca

Submission date: 20-Mar-2024 05:54AM (UTC-0500)

Submission ID: 2325665474

File name: Tesis_Final_Pamela_Condori.pdf (5.2M)

Word count: 84608

Character count: 466861

Construcción de las representaciones sociales por la prensa nacional sobre las primeras damas en el Perú, 1990 - 2022; Caso: El Comercio, La República y El Peruano.

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositorio.ufpa.br Internet Source	1%
2	larepublica.pe Internet Source	<1%
3	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga Student Paper	<1%
4	www.cdpcognitivo.org Internet Source	<1%
5	www.asesor.com.pe Internet Source	<1%
6	www.regionnortegrande.com.ar Internet Source	<1%
7	gredos.usal.es Internet Source	<1%
8	elcomercio.pe Internet Source	<1%

9	www.frentepopulargalega.org Internet Source	<1 %
10	hdl.handle.net Internet Source	<1 %
11	www.clubensayos.com Internet Source	<1 %
12	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
13	www.bib.uia.mx Internet Source	<1 %
14	iberorus.spbu.ru Internet Source	<1 %
15	documentop.com Internet Source	<1 %
16	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Student Paper	<1 %
17	repositorio.unprg.edu.pe Internet Source	<1 %
18	Rocha Rivero, Gloria Isabel. "Las representaciones sociales de la enfermedad: una mirada sociologica a la perspectiva lega", El Colegio de Mexico, 2022 Publication	<1 %

Submitted to University of La Guajira

19

Student Paper

<1 %

20

es.unionpedia.org

Internet Source

<1 %

21

es.scribd.com

Internet Source

<1 %

22

es.wikipedia.org

Internet Source

<1 %

23

historiauniversal.org

Internet Source

<1 %

24

www.coursehero.com

Internet Source

<1 %

25

tesis.pucp.edu.pe

Internet Source

<1 %

26

urepublicana.edu.co

Internet Source

<1 %

27

cybertesis.unmsm.edu.pe

Internet Source

<1 %

28

issuu.com

Internet Source

<1 %

29

repositorio.autonoma.edu.co

Internet Source

<1 %

30

internacional.hispavista.es

Internet Source

<1 %

31	Almeida Goshi, Claudia Kazuko. "El fujimorismo a través del crimen: un análisis de los discursos sobre las tragedias de Barrios Altos, la cantuta y el homicidio de Mariela Barreto en la prensa escrita peruana.", Pontificia Universidad Católica del Perú - CENTRUM Católica (Peru), 2021 Publication	<1 %
32	idoc.pub Internet Source	<1 %
33	www.fulbright.de Internet Source	<1 %
34	tr-ex.me Internet Source	<1 %
35	www.dykinson.com Internet Source	<1 %
36	Osnaya Alarcón, Fernando. "Las Representaciones sociales de las unidades de servicio de apoyo a la educación regular", Bellaterra : Universitat Autònoma de Barcelona,, 2004 Internet Source	<1 %
37	repositorio.unsch.edu.pe Internet Source	<1 %
38	repositorio.unicauca.edu.co:8080 Internet Source	<1 %

39

1library.co

Internet Source

<1 %

40

Submitted to Universidad Rey Juan Carlos

Student Paper

<1 %

41

www.slideshare.net

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 30 words

Exclude bibliography On