

# Representaciones sociales y culturales de las primeras damas Susana Higuchi y Nadine Heredia durante sus periodos como primeras damas: análisis comparativo en los diarios El Comercio, La República y El Peruano.

## *Social and cultural representations of first ladies Susana Higuchi and Nadine Heredia during their terms as first ladies: a comparative analysis in the newspapers El Comercio, La República and El Peruano.*

Condori-Huaraca, Pamela Hilda<sup>1</sup>; Sosa-Guzmán, Yanely<sup>2</sup>; Salvatierra-Mendoza, Estefania<sup>3</sup>; Miranda-Escalante, Brighitt Achirana<sup>4</sup>.

**Cita:** Condori-Huaraca, P. H., Sosa-Guzmán, Y., Salvatierra-Mendoza, E., & Miranda-Escalante, B. A. (2026). Representaciones sociales y culturales de las primeras damas Susana Higuchi y Nadine Heredia durante sus periodos como primeras damas: análisis comparativo en los diarios El Comercio, La República y El Peruano. *Innova Science Journal*, 4(2), 191-214. <https://doi.org/10.63618/omd/isi/v4/n2/265>

**Recibido:** 02/11/2025  
**Aceptado:** 12/03/2026  
**Publicado:** 30/04/2026



**Copyright:** © 2026 por los autores. Este artículo es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos y condiciones de la **Licencia Creative Commons, Atribución-NonComercial 4.0 Internacional. (CC BY-NC)**.

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

<sup>1</sup> Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga; Perú, Ayacucho; <https://orcid.org/0009-0002-4445-0065>; [pamela.condori.23@unsch.edu.pe](mailto:pamela.condori.23@unsch.edu.pe)

<sup>2</sup> Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga; Perú, Ayacucho; <https://orcid.org/0009-0005-7217-3773>; [yanely.sosa.23@unsch.edu.pe](mailto:yanely.sosa.23@unsch.edu.pe)

<sup>3</sup> Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga; Perú, Ayacucho; <https://orcid.org/0009-0009-5569-8251>; [estefania.salvatierra.23@unsch.edu.pe](mailto:estefania.salvatierra.23@unsch.edu.pe)

<sup>4</sup> Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga; Perú, Ayacucho; <https://orcid.org/0009-0005-2006-9421>; [brighitt.miranda.31@unsch.edu.pe](mailto:brighitt.miranda.31@unsch.edu.pe)

<sup>1</sup> Autor Correspondencia

 <https://doi.org/10.63618/omd/isi/v4/n2/265>

**Resumen:** El presente estudio analiza cómo la prensa nacional configuró las representaciones sociales y culturales de las primeras damas Susana Higuchi y Nadine Heredia durante sus periodos como primeras damas. Se examinaron 49 artículos publicados en los diarios El Comercio, La República y El Peruano, aplicando análisis de contenido y Análisis Crítico del Discurso (ACD). Los hallazgos revelan que, pese a la diversificación de roles y funciones asumidos por estas primeras damas, los medios tienden a representarlas en ámbitos tradicionales y domésticos. Además, se evidencia que los factores ideológicos como la orientación política, la línea editorial y la afinidad con determinados actores del poder influyen directamente en la construcción de estas representaciones, destacando ciertos aspectos de su labor social mientras se minimizan otros. El estudio demuestra cómo las representaciones mediáticas no son neutrales, sino que reflejan intereses políticos, sociales y culturales que moldean la percepción pública de las primeras damas en Perú.

**Palabras clave:** Primeras damas de la nación; representaciones sociales; discurso mediático; prensa nacional.

**Abstract:** This study examines how the national press shaped the social and cultural representations of first ladies Susana Higuchi and Nadine Heredia during their terms in office. A total of 49 articles from the newspapers El Comercio, La República, and El Peruano were analyzed using content analysis and Critical Discourse Analysis (CDA). Findings indicate that, despite the expanding roles and responsibilities of these first ladies, the media consistently represented them within traditional and domestic spheres. Furthermore, ideological factors including political orientation, editorial line, and alignment with specific power actors directly influence the construction of these representations, emphasizing certain aspects of their social work while minimizing others. The study demonstrates that media portrayals are not neutral, but reflect political, social, and cultural interests that shape public perceptions of first ladies in Peru.

**Keywords:** First ladies of the nation; social representations; media discourse; national press.

## 1. Introducción

La imagen de la mujer en el Perú ha estado históricamente marcada por la inequidad, la persistencia de estereotipos de género y la subordinación a roles tradicionales, lo que ha generado desafíos constantes en la búsqueda de una verdadera equidad (Villarreal, 2007; Ensuncho, 2021). No obstante, en las últimas décadas se ha observado un aumento en la conciencia social sobre los derechos de las mujeres, favoreciendo su acceso a espacios de poder que antes les eran restringidos (Wolbrecht, et al 2008; Goetz, 2003). En este contexto, la figura de la primera dama ha adquirido una presencia cada vez más visible en la vida política y social del país, configurándose como un actor cuya influencia trasciende el carácter meramente protocolar que formalmente define el cargo (Ribeiro, 2019; Álvarez, 2020).

Los medios de comunicación tradicionales, especialmente la prensa escrita, desempeñan un papel central en la construcción de representaciones sociales. Villarreal (2007) señala que estas representaciones constituyen un proceso dinámico y colectivo, en el que la interacción y negociación entre individuos y grupos sociales se ve influida por factores externos como los medios y la política. Moscovici (1984) define las representaciones sociales como formas colectivas de percepción e interpretación de la realidad difundidas a través de la cultura y la comunicación, mientras que Jodelet (1984) destaca que estas incluyen “informaciones, imágenes, opiniones, actitudes, etc.” vinculadas a un objeto social específico. Banchs (1986) enfatiza su carácter dual como contenido y proceso, y Araya (2002) resalta cómo los elementos ideológicos funcionan como esquemas organizadores de significado, condicionando la forma en que se perciben y construyen estas representaciones.

Barbero (1991), por su parte, plantea que los medios de comunicación no deben entenderse únicamente como herramientas técnicas de transmisión de información, sino como mediaciones culturales y sociales que participan activamente en la producción de significados. Según el autor, los medios no solo transmiten información, sino que moldean la forma en que las personas interpretan y experimentan la realidad. Esta perspectiva resulta clave para este estudio, ya que permite comprender cómo los diarios analizados no solo informan sobre Susana Higuchi y Nadine Heredia, sino que también construyen representaciones sociales cargadas de valores, ideologías y significados culturales, influyendo en la percepción pública de su rol político y social.

El cargo de primera dama presenta particularidades que condicionan su representación mediática. Al no contar con funciones formalmente establecidas, su rol se define a través de las acciones concretas que estas figuras desarrollan, consolidándose mediante la práctica reiterada (Ribeiro, 2019; Álvarez, 2020). Aunque carecen de poder legal explícito, las primeras damas pueden influir políticamente mediante la construcción de significados alternativos que trascienden las estructuras tradicionales de autoridad, ejerciendo poder simbólico y configurando marcos de percepción social (Tovar y López, 2016).

En el Perú, Susana Higuchi (1990–1994) y Nadine Heredia (2011–2016) representan casos paradigmáticos de esta dinámica. Higuchi se convirtió en una figura polémica durante el gobierno de Alberto Fujimori al denunciar actos de corrupción en la presidencia, lo que culminó con su renuncia y la construcción mediática de una imagen ambivalente: víctima de hostigamiento político y, al mismo tiempo, objeto de

cuestionamiento público (Goshi y Kazuko, 2023). Por su parte, Heredia rompió con expectativas tradicionales al ejercer un liderazgo político visible durante el gobierno de Ollanta Humala, generando un intenso debate mediático sobre el alcance de su influencia y evidenciando cómo los medios construyen imágenes cargadas de significados ideológicos según su orientación política y editorial (Riquelme-Segura, et al, 2025; Blanco, 2012).

Desde la perspectiva del análisis del discurso, Van Dijk (1990) advierte que el lenguaje no solo describe la realidad, sino que también la construye y reproduce relaciones de poder. Esta visión se articula con Cajas et al. (2017), que destacan la dimensión persuasiva e ideológica del discurso, y con Martínez (2016), quien subraya que los medios ejercen poder simbólico al clasificar, explicar y valorar los objetos sociales, configurando estereotipos y marcos interpretativos que moldean la percepción ciudadana. En este sentido, los factores ideológicos presentes en los medios como afinidad política, línea editorial u orientación ideológica determinan qué aspectos de la labor de las primeras damas son destacados, enfatizando ciertos atributos mientras se minimizan otros, evidenciando la construcción de representaciones sociales mediadas por intereses culturales, políticos y sociales.

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 conceptualización enfatiza la naturaleza dinámica y compleja de la cultura y su relación estrecha con la creación de significado en relación con las estructuras sociales. La cultura funciona como un marco interpretativo mediante el cual los individuos comprenden y atribuyen sentido a instituciones, normas, valores y prácticas compartidas, permitiendo que estas estructuras sean percibidas de manera significativa dentro de su contexto social y cultural.

En este marco, los diarios El Comercio, La República y El Peruano cumplen un papel central en la circulación de significados sobre la figura de la primera dama en la opinión pública. Este estudio, centrado en Susana Higuchi y Nadine Heredia, busca aportar al campo de los estudios de comunicación y género, ofreciendo una reflexión crítica sobre el vínculo entre prensa, poder y representación femenina, así como sobre la influencia de factores ideológicos en la construcción simbólica de estas figuras en el Perú contemporáneo.

## 2. Materiales y Métodos

El presente estudio se enmarca en un enfoque cualitativo, orientado al análisis de fenómenos sociales a partir de la observación e interpretación de información no cuantitativa (Inga et al., 2025; Franco & Castelo, 2023). Este enfoque resulta adecuado para explorar cómo los medios construyen representaciones sociales, permitiendo comprender las visiones, valores, actitudes y significados implícitos en los textos periodísticos (Merriam & Tisdell, 2016).

Se seleccionó un corpus de 49 artículos impresos y digitales publicados en los diarios El Comercio, La República y El Peruano, enfocados en la cobertura de las primeras damas Susana Higuchi y Nadine Heredia durante sus periodos como primeras damas. La selección de medios se fundamenta en su cobertura política amplia, su lectoría significativa a nivel nacional y su disponibilidad histórica de archivos, características que

aseguran un análisis representativo del discurso mediático. Según estudios de lectoría realizados en 2016, El Comercio y La República se encuentran entre los periódicos más leídos en Lima Metropolitana y otras ciudades como Arequipa, Cajamarca, Cusco, Ayacucho y Huaraz, mientras que El Peruano, con enfoque en normas y política, constituye una fuente relevante de información oficial (Asociación de Prensa Peruana, 2016). Además, se consideró la antigüedad de los diarios: El Peruano (1825), El Comercio (1839) y La República (1981), lo que refuerza su autoridad histórica en la construcción mediática.

Para el análisis de los textos, se combinaron métodos interpretativos y analíticos. Se aplicó análisis de contenido hermenéutico (Martínez, 2006), que permitió identificar patrones, temas recurrentes y tendencias en la representación de las primeras damas, así como un Análisis Crítico del Discurso (ACD) (Van Dijk, 1990) enfocado en cómo los textos reproducen relaciones de poder, ideología y estereotipos de género. Este enfoque combinado posibilita no solo una comprensión de lo que se comunica, sino también de cómo y por qué se construyen ciertas representaciones.

Como instrumentos para la recolección y sistematización de datos se emplearon una guía de análisis de contenido y una guía de análisis hermenéutico, diseñadas para detectar categorías temáticas, recursos discursivos, enfoques ideológicos y estrategias retóricas presentes en los artículos. Esto permitió examinar de manera profunda las representaciones sociales y culturales de Susana Higuchi y Nadine Heredia, considerando tanto los contenidos explícitos como los elementos implícitos que reflejan valores, creencias y orientaciones ideológicas de los medios.

En síntesis, la metodología utilizada garantiza que el estudio capture de manera integral cómo los diarios seleccionados construyen y difunden representaciones de las primeras damas, ofreciendo evidencia para comprender la interacción entre prensa, poder, ideología y género en el contexto mediático peruano contemporáneo.

### **3. Resultados**

#### **3.1. Susana Higuchi (1990-1994)**

##### **3.1.1. La República**

El diario La República configura la representación de Susana Higuchi como un actor político relevante dentro del triunfo de Cambio 90, subrayando su protagonismo durante la celebración electoral. Al retratarla utilizando un megáfono y dirigiéndose de manera directa a la ciudadanía, el medio destaca que su influencia trasciende el rol de esposa del presidente, atribuyéndole una participación activa tanto en la esfera política como en el vínculo con la población, tal como se observa en las figuras (1, 2, 3 y 4).

Asimismo, el periódico enfatiza su compromiso con la dignificación de la mujer y la reivindicación del rol materno, construyendo una imagen de Higuchi como defensora de los derechos femeninos y promotora de la equidad de género. Este énfasis discursivo contribuye a consolidar la percepción de que poseía una agenda propia en asuntos sociales.

Por otro lado, la cobertura resalta el interés insistente de la ciudadanía por escuchar su mensaje y la respuesta enérgica que ella ofrece, posicionándola como una figura con liderazgo, carisma y capacidad de convocatoria. De este modo, su habilidad para

generar cercanía y apoyo popular fortalece su representación como un personaje con significativo peso político y social en el contexto de la época.

**Figura 1**

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



**Fuente.** La República, lunes 11 de julio de 1990

La nota informativa de La República presenta a Susana Higuchi como una primera dama política e influyente en el éxito de Cambio 90 durante las elecciones. Su intervención en el evento de victoria, tomando el megáfono y dirigiéndose a la población, evidencia su rol activo en la política y su capacidad para movilizar y conectar con la sociedad.

Asimismo, se destaca su compromiso con la dignificación de la mujer y la revalorización del papel de las madres, proyectándola como defensora de los derechos femeninos y promotora de la igualdad de género. La insistencia del público para que hable y la respuesta entusiasta durante su discurso reflejan su carisma y poder de influencia, mostrando que su autoridad política y social trasciende el ámbito estrictamente protocolar de la primera dama.

**Figura 2**

**Vuelo en Primera**



**Fuente.** La República, 03 de agosto 1990

En su columna, Andrea Gucci analiza la transformación de la familia Fujimori al asumir la presidencia, destacando el papel de Susana Higuchi en las campañas presidenciales. La imagen del triunfo de Alberto Fujimori junto a su esposa refuerza la relevancia de Higuchi en la esfera pública.

Gucci la compara con celebridades europeas “jet setters”, resaltando su fama, estilo versátil y personalidad vibrante, construyendo la imagen de una primera dama empoderada y activa en la sociedad peruana. Su carisma y capacidad para cautivar en entrevistas muestran su habilidad como oradora y su influencia más allá del rol protocolar.

La columna también subraya que Higuchi no es una “limeñita cautelosa”, sino una mujer de decisiones firmes, integrando su vida privada, su matrimonio con Alberto Fujimori y su carrera como ingeniera civil con su proyección pública. Finalmente, se destaca su elegancia en ceremonias de juramentación, comparándola con la anterior primera dama, Pilar Nores, evidenciando un estilo que combinaba moda, sofisticación y visibilidad pública.

**Figura 3**

**Susana dice que sabe de irregularidades que “involucra al premier Goldenberg”**



**Fuente.** La República, 27 de agosto de 1994

Susana Higuchi es presentada como una figura política valiente que denuncia actos de corrupción dentro del gobierno, incluyendo al congresista Efraín Goldenberg y el caso de electrificación del Asentamiento Humano "Mi Perú". Estas acciones muestran su disposición a desafiar instituciones y políticos, evidenciando poder, determinación y valentía.

A pesar de enfrentar encarcelamientos y presiones en el Palacio de Gobierno, Higuchi continúa con sus denuncias, lo que se interpreta como un acto de empoderamiento y resistencia, reforzado por el respaldo popular que indica su influencia y apoyo social. Su confrontación con el congresista Rafael Rey demuestra que no teme expresar opiniones y defender su posición frente a críticas, consolidando su imagen como una figura política decidida.

Además, Higuchi desafía las normas tradicionales de género asociadas al cargo de primera dama al mantener su rol simbólico incluso después de su destitución oficial, evidenciando un cuestionamiento a las expectativas convencionales sobre las mujeres en la política y el poder.

#### Figura 4

#### *Susana Higuchi admite candidatura y cuestiona el programa económico*



**Fuente.** La República, 7 de agosto de 1994.

La nota presenta a Susana Higuchi como una figura política con proyección propia, considerando incluso postular a la Presidencia si se modifica la Ley electoral. Se la muestra como crítica del programa económico ultraliberal, defensora de los desfavorecidos y comprometida con el bienestar social.

Su carácter decidido se refleja en su disposición a confrontar al gobierno, subrayando la participación colectiva con la afirmación de que “los logros no dependen de un señor sino de todos los peruanos”. Además, cuestiona el estilo personalista del presidente Fujimori, evidenciando una lucha por control e influencia dentro del gobierno.

#### 3.1.2. El Comercio

El diario El Comercio configura la representación de Susana Higuchi poniendo énfasis en las tensiones políticas que marcaron su desempeño como primera dama, particularmente al evidenciar la limitación impuesta para brindar una conferencia de prensa en Palacio de Gobierno, ver figuras (5, 6, 7 y 8). Este hecho sugiere la existencia de conflictos internos y dificultades en su relación con el poder presidencial.

Asimismo, el medio contrapone las concepciones tradicionales atribuidas a Alberto Fujimori vinculadas a “tradiciones orientales” con la figura de Higuchi, presentada como una mujer peruana empoderada, defensora de sus derechos y participante activa en la vida política. Esta oposición discursiva fortalece su imagen como símbolo de resistencia frente a estereotipos de género.

Por otro lado, al incluir cuestionamientos de congresistas respecto a su destitución como primera dama en lugar de responder a las denuncias de corrupción, El Comercio contribuye a construirla como víctima de decisiones presidenciales. De esta manera, su

trayectoria y su defensa pública de sus derechos consolidan una representación asociada a la autonomía, la independencia y el empoderamiento femenino.

Figura 5

**Susana Higuchi demanda a Alberto Fujimori por violencia psíquica y moral**



Fuente. El Comercio, 3 de septiembre de 1994

La nota de El Comercio construye la representación de Susana Higuchi como una mujer decidida y dispuesta a enfrentar situaciones difíciles, destacando su demanda contra el presidente Fujimori en el Juzgado 18 en busca de protección y justicia.

Se subraya que la violencia no podía considerarse un asunto privado, proyectando a Higuchi como defensora de los derechos y la dignidad de quienes sufren abuso. La nota también describe violencia psicológica, como intimidación y prohibición de ver a sus familiares, reforzando su condición de víctima.

Finalmente, el mensaje de Fujimori, que la descalificaba moralmente y la separaba del cargo de primera dama, refuerza la percepción de Higuchi como víctima de trato injusto dentro del ámbito personal y político.

Figura 6

**Primera dama acudiría a instancias internacionales si no atienden su reclamo .**



Fuente. El Comercio, Lima, 1994.

El diario El Comercio construye a Susana Higuchi como una figura política decidida y audaz, destacando su disposición a recurrir a instancias internacionales para defender sus derechos y su firmeza al considerar una posible postulación presidencial en 1995. Esto proyecta una imagen de primera dama reflexiva, segura y capaz de tomar decisiones estratégicas.

La nota también enfatiza que el conflicto con el presidente Alberto Fujimori se centró en diferencias políticas más que familiares, mostrando a Higuchi como una persona capaz de separar lo personal de lo político. Sin embargo, las declaraciones de Fujimori que minimizan sus preocupaciones sugieren un intento de desestimar su influencia.

Además, el artículo subraya el impacto político de Higuchi y la preocupación de otros actores ante su potencial postulación, evidenciando su poder e influencia tanto en la sociedad como en la política.

### Figura 7

***No permitieron a Susana Higuchi a dar una conferencia de prensa en Palacio.***



**Fuente.** El Comercio, Lima, septiembre de 1994

El Comercio presenta a Susana Higuchi como una figura política empoderada, destacando la restricción que sufrió al no poder dar una conferencia en el Palacio de Gobierno, lo que evidencia tensiones en su rol.

Se contrasta su postura con las expectativas tradicionales de sumisión hacia la mujer atribuibles a Alberto Fujimori, mostrando a Higuchi como una mujer peruana que defiende sus derechos y ejerce un rol activo en la política, desafiando estereotipos de género.

Las críticas de congresistas hacia Fujimori por retirarla del cargo de primera dama refuerzan su representación como víctima de circunstancias, mientras que su historia personal y defensa de sus derechos subrayan su carácter independiente y empoderado.

Figura 8

***Pese a restricciones palaciegas, prosigue con sus labores sociales.***



**Fuente.** El Comercio, Lima, sábado 27 de agosto de 1994.

A través de la entrevista de Gladys Bernal, El Comercio representa a Susana Higuchi como una figura política decidida y comprometida, que continúa con sus labores sociales pese a las restricciones del Ejecutivo y busca pruebas que respalden sus denuncias.

Su serenidad frente a las presiones, atribuida a su convicción y fe religiosa, la proyecta como resiliente y fuerte. Además, su trabajo por el bienestar de los niños la muestra como defensora de los derechos infantiles y comprometida con los sectores más vulnerables.

Aunque fue retirada del cargo de primera dama, Higuchi mantiene su postura y poder dentro del gobierno, afirmando su influencia política. A la vez, su temor por su seguridad ante las denuncias agrega un matiz de vulnerabilidad a su representación social.

### 3.1.3. El Peruano

El diario El Peruano configuró la representación de Susana Higuchi destacando su peso político y su desempeño como Primera Dama, al subrayar que sería la 37.<sup>a</sup> Primera Dama del país (ver Figura 9). Asimismo, puso énfasis en su formación académica y trayectoria empresarial como elementos que respaldaban y legitimaban su posición. Mediante el uso de expresiones como “revalorizar” y “dignificar” en referencia a las mujeres, el discurso fortaleció una imagen asociada al liderazgo en temas de género y familia.

De igual modo, al mencionar su compromiso con la “gente postergada”, en particular con niños, madres y adultos mayores, el medio la situó dentro de una narrativa vinculada a la sensibilidad y responsabilidad social. Finalmente, al resaltar su capacidad de incidir en la reorganización de instituciones, el diario no solo la presentó como un apoyo simbólico del presidente, sino como una figura con influencia efectiva dentro del aparato gubernamental.

Figura 9

**Susana Higuchi de Fujimori será la 37 ° Primera Dama del país.**



**Fuente.** Diario El Peruano, Lima, lunes 23 de junio de 1999.

El Peruano presenta a Susana Higuchi como la 37.ª primera dama del Perú, destacando su influencia política y experiencia, respaldada por su formación en Ingeniería Civil y su gestión empresarial junto a Alberto Fujimori.

Se resalta su defensa de los derechos de las mujeres y su llamado a dignificar los roles de esposa, madre y mujer peruana, así como su compromiso con los sectores más vulnerables, especialmente niños, madres y ancianos. Además, se subraya su poder e incidencia dentro del gobierno, incluyendo la capacidad de influir en la reorganización de organismos e instituciones, proyectándola como una figura de liderazgo y autoridad en la esfera política.

Figura 10

**Convenio asegura atención integral de 2 mil niños.**



**Fuente.** El Peruano, Lima, viernes 1 de julio de 1994.

La noticia de El Peruano destaca el compromiso activo de Susana Higuchi con actividades benéficas en favor de los sectores más necesitados del país. Su declaración de “trabajo indesmayable” refleja su dedicación constante a brindar apoyo directo, evidenciando un fuerte compromiso humanitario, ejemplificado en la creación del programa PRONAA.

Asimismo, se resalta su agenda pública, que incluyó visitas al ex Hospital Lazareto Guía y a la Biblioteca Nacional, mostrando su interés por la salud, la educación y la cultura. La inauguración del laboratorio de restauración de libros refuerza su apoyo a la preservación del patrimonio cultural y su involucramiento en iniciativas de desarrollo social.

**3.2. Nadine Heredia (2011-2016)**

**3.2.1. La República**

La representación de Nadine Heredia en La República la presenta como una figura influyente en la política peruana, resaltando su papel como mujer con poder y capacidad de decisión (ver Figura 11). A diferencia de otros discursos que la ubican en un rol protocolar o subordinado a su esposo, el medio enfatiza su intelecto y liderazgo, mostrando que su influencia en el gobierno de Ollanta Humala surge de sus propias competencias y conocimientos, y no de manera circunstancial.

No obstante, aunque esta construcción destaca su empoderamiento y el progreso de la participación femenina, también puede interpretarse críticamente como una representación que enmarca su autoridad principalmente a partir de su vínculo con el mandatario. Esto genera cuestionamientos sobre la autonomía de su rol y su verdadero impacto en la política, evidenciando que, incluso en narrativas que buscan romper estereotipos, la dimensión personal y de pareja sigue siendo central en la conformación de su imagen pública.

**Figura 11**

*La mujer y el poder.*



**Fuente.** La República, 27 de julio del 2015

La nota presenta a Nadine Heredia como una figura influyente en la política peruana, destacando la solidez de su relación con el presidente Ollanta Humala y su impacto en la toma de decisiones gubernamentales.

Se resalta que su participación política se basa en su intelecto y capacidad, subrayando que su influencia no es meramente decorativa. Esto construye una representación de Heredia como una mujer empoderada, con habilidades políticas e intelectuales, desafiando estereotipos de género y marcando un hito en la participación femenina en la política del país.

Figura 12

Título: La juventud de Nadine le da un estilo a su atuendo.



Fuente. La República, Lima, 17 de julio de 2011.

La nota de La República, a través de la opinión de la diseñadora Chío Leca, construye la representación social de Nadine Heredia centrando la atención en su estilo de vestir y su imagen como "icono de la moda". Esta construcción mediática resalta estereotipos de género, priorizando la apariencia sobre sus responsabilidades públicas y perpetuando la expectativa de que las mujeres en el poder deben ser juzgadas por su imagen más que por sus acciones.

Figura 13

El Caso de Nadine y Tres Razones Públicas



Fuente. La República, Lima, Viernes, 17 de julio de 2015.

En La República, la representación social de Nadine Heredia se construye a partir de su liderazgo político como esposa del presidente Ollanta Humala y líder del Partido Nacionalista, destacando su influencia en la toma de decisiones y su presencia en la política nacional. Al mismo tiempo, se enfatizan las controversias y críticas relacionadas con sus movimientos bancarios, lo que proyecta una imagen de poder político, pero también de figura controvertida y sujeta a escrutinio público.

#### Figura 14

**Plan Esperanza atendió a más de 130,000 peruanos.**



**Fuente.** La República, Lima, 21 de agosto de 2015

En La República, Nadine Heredia se construye como una figura política comprometida con la salud pública y el bienestar de la población, especialmente de los sectores más vulnerables. Su liderazgo se refleja en la promoción de programas gubernamentales y en su capacidad para influir en la toma de decisiones del Partido Nacionalista.

Su experiencia política, incluyendo roles en la campaña presidencial de 2011 y como líder del partido durante el gobierno de Ollanta Humala, refuerza su representación como una primera dama activa, influyente y con profundo conocimiento de la política peruana, diferenciándola de algunas de sus predecesoras.

#### 3.2.2. El Comercio

El Comercio construye la representación de Nadine Heredia como una figura que se sitúa entre el poder y la controversia, resaltando su involucramiento en investigaciones judiciales junto con el respaldo incondicional de su esposo, el presidente Ollanta Humala. Este apoyo no se muestra únicamente como un gesto personal, sino también como un posible uso del poder estatal para proteger a una figura con acceso privilegiado al aparato gubernamental (ver Figura 15, 16, 17 y 18). La narrativa refuerza la percepción de nepotismo y tráfico de influencias en el gobierno, donde la defensa de Heredia por parte del presidente puede interpretarse como una interferencia en el debido proceso.

Asimismo, el medio la presenta bajo una estrategia de victimización, sugiriendo que las críticas a las investigaciones y la defensa pública de Heredia podrían emplearse políticamente para generar simpatía y deslegitimar las acusaciones en su contra. Este enfoque proyecta su rol no solo como primera dama con poder político, sino también como una figura capaz de utilizar el escrutinio mediático y judicial para consolidar su posición pública. De esta manera, El Comercio la retrata como un personaje polarizante, cuya influencia política trasciende las funciones tradicionales de la primera dama y se

inserta en complejas dinámicas de poder que difuminan los límites entre lo personal y lo institucional.

**Figura 15**

**Nadine: aun si ganan pierde.**



**Fuente.** El Comercio, Lima, 02 de julio de 2015

En El Comercio, la representación social de Nadine Heredia se construye a partir de una narrativa crítica y escéptica centrada en las controversias sobre sus movimientos bancarios y sus respuestas a las mismas.

Se destaca su rol como líder del Partido Nacionalista, lo que evidencia su influencia en la política peruana y su participación activa en la toma de decisiones dentro del partido. Al mismo tiempo, su posición oficial como primera dama refuerza su visibilidad y autoridad en el ámbito político y social.

El diario subraya su actitud defensiva ante las investigaciones financieras y las acciones judiciales emprendidas, proyectándola como una figura bajo escrutinio constante. Esta construcción vincula su liderazgo político con los cuestionamientos sobre transparencia y responsabilidad, mostrando cómo su papel público y su manejo financiero están estrechamente interrelacionados y sujetos a la evaluación de la ciudadanía.

**Figura 16**

**¿Nadine Heredia o el país?**



**Fuente.** El Comercio, Lima 12 de julio de 2015

En El Comercio, la representación social de Nadine Heredia se centra en su influencia política y las preocupaciones sobre transparencia y rendición de cuentas. Se sugiere que podría ejercer poder sobre el presidente Ollanta Humala y beneficiarse de medidas

que la protejan de investigaciones, proyectándola como una figura influyente pero controvertida dentro del gobierno. Esta construcción plantea interrogantes sobre su papel en la toma de decisiones y su capacidad para influir en la gestión política, destacando tensiones entre poder, responsabilidad y supervisión pública.

### Figura 17

*Que nadie toque a la reina.*



**Fuente.** El Comercio, 8 de julio del 2015

El artículo de El Comercio construye la representación social de Nadine Heredia en el ámbito político como una figura enfrentada a investigaciones y controversias, pero respaldada activamente por su esposo, el presidente Ollanta Humala.

En el artículo “Que nadie toque a la reina”, Heredia se presenta en un contexto de posibles abusos de poder y nepotismo, evidenciado en la defensa pública de Humala, lo que sugiere que su influencia política podría utilizarse para protegerla de investigaciones legítimas.

Asimismo, las pesquisas sobre sus gastos personales, incluyendo compras en el extranjero, generan dudas sobre la transparencia y rendición de cuentas de su gestión financiera, proyectando una imagen de opacidad. Finalmente, la cobertura también refleja un uso político de la victimización: la defensa de Heredia y las críticas a las investigaciones pueden interpretarse como una estrategia para movilizar apoyo político y generar simpatía en el ámbito electoral.

Figura 18

**Vestida para mandar .**

**Fuente.** El Comercio, 2 de junio de 2015

En el artículo “Vestida para mandar” de El Comercio, la representación social de Nadine Heredia se construye en torno a su estilo de vida lujoso y sus elevados gastos en prendas, joyas y artículos personales, principalmente adquiridos en el extranjero.

Se subraya que estas compras han generado investigaciones por parte de la fiscalía y el Ministerio Público, planteando dudas sobre la transparencia de sus finanzas y su rendición de cuentas. Además, el contexto político, cercano a una campaña electoral, sugiere que las acusaciones podrían tener motivaciones políticas, destinadas a afectar su imagen y la del presidente Ollanta Humala.

En conjunto, el artículo presenta a Heredia como una figura política polémica, cuyo estilo de vida y gastos personales se entrelazan con cuestionamientos sobre transparencia, rendición de cuentas e influencias políticas en su entorno.

### 3.2.3. El Peruano

El Peruano construye la imagen de Nadine Heredia equilibrando su faceta política y asistencial, resaltando su decisión de no postularse en las elecciones de 2016 y su dedicación a actividades de apoyo social (ver Figura 19, 20 y 21). Este enfoque busca distanciarla de un protagonismo político directo, reforzando la percepción de que su papel se mantiene dentro de los límites tradicionales de una primera dama, pese a que su influencia en el gobierno haya sido objeto de debate público.

El llamado de Heredia a evitar la politización de su figura refleja una estrategia para proteger su imagen, pero también pone de manifiesto la dificultad de separar la función de primera dama de la esfera política, especialmente en un contexto en el que su presencia resultó clave en la gestión gubernamental. De esta manera, la representación que ofrece El Peruano combina el reconocimiento de su labor social con la despolitización de su figura, reforzando, en última instancia, estereotipos de género que limitan la participación femenina en la política más allá de roles de apoyo y asistencia.

Figura 19

**Primera dama de la nación: Mujeres destacan en organizaciones.**



**Fuente.** El Peruano, 18 de agosto de 2015

En El Peruano, la representación social de la primera dama Nadine Heredia se construye principalmente como defensora de las mujeres y de las organizaciones sociales, como los comedores populares, reconociendo su liderazgo y contribución al bienestar de sus familias.

Se la presenta como promotora de la igualdad y la inclusión, comprometida con reducir las brechas de desigualdad y brindar oportunidades de desarrollo a todos los peruanos. Además, se enfatiza su apoyo a las madres y la niñez, reforzando su imagen de defensora del bienestar infantil y del fortalecimiento del rol materno en la sociedad.

Finalmente, el artículo destaca su compromiso gubernamental, mostrando su participación activa en la implementación de políticas y programas destinados a mejorar las condiciones de las organizaciones sociales, consolidando así su papel como una figura pública comprometida con la justicia social y el desarrollo comunitario.

Figura 20

**Primera Dama: No seré candidata.**



**Fuente.** El Peruano, 06 de julio del 2013

La nota de El Peruano construye la representación social de Nadine Heredia resaltando su rol como primera dama y su enfoque en tareas sociales. Se subraya que descarta

postularse en las elecciones de 2016, proyectándola como una figura decidida a mantener su rol actual.

Asimismo, se destaca su compromiso con programas en favor de los sectores más vulnerables, presentándola como defensora de causas sociales. Su disposición a apoyar al presidente en actividades oficiales refuerza su carácter protocolario y de respaldo al gobierno. Finalmente, su llamado a evitar la politización excesiva refleja su intención de proteger su imagen y centrarse en sus funciones de primera dama.

### Figura 21

#### *La gran transformación del país está en marcha.*



**Fuente.** El Peruano, Lima, sábado 30 de julio de 2011.

La representación social de Nadine Heredia en la noticia se construye destacando su papel como primera dama y su influencia en el gobierno de Ollanta Humala. La imagen que la muestra junto al presidente transmite unidad y cohesión, sugiriendo que respalda activamente la gestión y forma parte clave del equipo gubernamental.

Asimismo, se enfatiza su vinculación con la “Gran transformación” del país, proyectando a Heredia como una figura comprometida con los objetivos y logros del gobierno. Su presencia junto al presidente refuerza la percepción de una administración positiva y exitosa, consolidando su representación como una primera dama influyente y comprometida con el desarrollo y la imagen de unidad del gobierno, según la perspectiva de El Peruano.

## 4. Discusión

El análisis de la cobertura mediática de Susana Higuchi y Nadine Heredia evidencia cómo los medios construyen representaciones sociales diferenciadas, articulando poder, género y legitimidad política, y cómo estas representaciones influyen en la percepción pública.

Susana Higuchi fue inicialmente representada como una primera dama influyente y con notable visibilidad social. Por ejemplo, la columna “Vuelo en Primera” de El Comercio destacaba que Higuchi “no es una simple dama de...”, enfatizando que su personalidad y presencia superaban el rol pasivo tradicional (Gucci, 1990). La prensa también comparó su notoriedad con la de las “jet setters” europeas, subrayando su estilo versátil y carisma como elementos que reforzaban su influencia social y política. Desde la

perspectiva de Bourdieu (2000), Higuchi ejercía un poder simbólico basado en la legitimidad y reconocimiento social, a pesar de carecer de autoridad formal. Barbero (1991) y García Canclini (2013) permiten interpretar que los medios no solo transmitían información sobre ella, sino que producían significados culturales que configuraban la percepción de su rol público. Van Dijk (1990) aporta la noción de que el lenguaje mediático construye relaciones de poder, lo que se evidencia en la cobertura que resaltaba su liderazgo indirecto y capacidad de movilización social.

Sin embargo, la representación de Higuchi cambió drásticamente tras su enfrentamiento con Alberto Fujimori y la denuncia de actos de corrupción. Los artículos de El Comercio y La República la presentaron como víctima de hostigamiento y control político, enfatizando su destitución del cargo de primera dama y los calificativos negativos de su esposo, como “inestable e influenciable”. Desde la perspectiva de Foucault (1979, 2002), esto muestra cómo el poder no se ejerce únicamente de manera explícita, sino mediante discursos y normas que regulan la percepción social de la autoridad, construyendo a Higuchi como vulnerable y dependiente, reforzando estereotipos de género que limitan la autonomía femenina en la política.

Por su parte, Nadine Heredia ingresó al rol de primera dama con experiencia política previa, consolidándose rápidamente como líder del Partido Nacionalista y figura influyente en la toma de decisiones (El Comercio, “Que nadie toque a la reina”, 2012; El Peruano, 2013). Su cobertura mediática la presenta como una figura activa, con poder político real, pero también objeto de escrutinio y controversias financieras, como los gastos personales investigados por la Fiscalía (“Vestida para mandar”, El Comercio, 2013). Esta construcción combina reconocimiento político con cuestionamientos sobre transparencia y ética, ilustrando cómo Bourdieu (1988, citado en Blanco, 2012) entiende el campo político como un espacio de lucha por el capital simbólico y el poder, donde las primeras damas deben legitimar su influencia frente a actores establecidos.

Asimismo, Heredia se muestra como defensora de la inclusión social y de la igualdad de género, respaldando programas de apoyo a comedores populares y madres vulnerables (El Peruano, 2012). Esto refuerza la noción de que los medios también construyen representaciones sociales a través de mediaciones culturales (Barbero, 1991) y contribuye a la formación de imaginarios sociales sobre el rol activo de las mujeres en la política, como señala García Canclini (2013). La cobertura mediática equilibra su empoderamiento político con cuestionamientos sobre su integridad financiera, mostrando cómo la opinión pública y los discursos mediáticos interactúan para modelar percepciones de poder, legitimidad y género.

En conjunto, el contraste entre Higuchi y Heredia evidencia dos modalidades de representación mediática: Higuchi, cuya influencia simbólica y política se ve limitada y cuestionada en contextos de conflicto con el poder; y Heredia, que combina liderazgo político efectivo con vulnerabilidad ante escrutinios públicos y mediáticos. La perspectiva de Foucault permite entender cómo los discursos mediáticos participan en la regulación de conductas y en la construcción de autoridad, mientras que Bourdieu aporta la clave para analizar cómo se distribuye y legitima el poder simbólico dentro del campo político. Barbero y García Canclini subrayan que los medios actúan como mediaciones culturales que producen significados, y Van Dijk evidencia cómo el discurso moldea la percepción de autoridad y estereotipos de género.

En síntesis, las representaciones sociales de Susana Higuchi y Nadine Heredia reflejan la interacción entre poder simbólico, visibilidad mediática y normas de género. La cobertura construye significados que trascienden las acciones de las primeras damas, moldeando la percepción pública de su rol político y social en el Perú, e ilustrando cómo los medios actúan como agentes de construcción cultural y política.

## 5. Conclusiones

El análisis de la cobertura mediática en Perú, a través de medios como El Comercio, La República y El Peruano, evidencia que los medios desempeñaron un papel central en la construcción de las representaciones sociales de las primeras damas, condicionando la percepción pública sobre su poder, influencia y legitimidad. Estas representaciones no fueron neutrales, sino que estuvieron mediadas por factores culturales, políticos e ideológicos. Los medios funcionan como mediaciones culturales que generan significados y modelan la interpretación social de los actores públicos, actuando como agentes de construcción simbólica de la realidad.

Las figuras de Susana Higuchi y Nadine Heredia muestran cómo algunas primeras damas desafiaron las expectativas tradicionales vinculadas al rol ceremonial de esposa del presidente. Higuchi se consolidó como una figura política activa, movilizando apoyo social y promoviendo campañas de sensibilización con respaldo de movimientos feministas, mientras que Heredia combinó liderazgo partidario con participación directa en decisiones políticas, reforzando su poder simbólico y político. Su influencia puede interpretarse como acumulación de capital simbólico dentro del campo político, legitimada tanto por su visibilidad mediática como por la interacción con diferentes actores sociales y políticos.

No obstante, la construcción mediática también evidenció tensiones y limitaciones de género. En el caso de Higuchi, la cobertura posterior a su enfrentamiento con Alberto Fujimori la representó como vulnerable y subordinada, evidenciando cómo los discursos mediáticos regulan la autoridad y moldean la percepción de autonomía femenina. Este fenómeno puede entenderse como un ejercicio del poder a través de normas y discursos sociales que configuran lo aceptable en la esfera política.

Asimismo, la comparación entre Higuchi y Heredia demuestra que la visibilidad política de las primeras damas no depende únicamente de sus acciones, sino de cómo los medios construyen narrativas y enmarcan sus actividades. El discurso mediático no solo describe la realidad, sino que también la construye, estableciendo relaciones de poder simbólico y definiendo qué comportamientos, valores y acciones se consideran legítimos en la esfera pública.

En síntesis, este estudio concluye que los medios han sido actores activos en la configuración de significados sobre las primeras damas, evidenciando la tensión constante entre roles tradicionales y emergentes en la política peruana. La representación de Higuchi y Heredia demuestra que las primeras damas pueden acumular poder simbólico y político, influir en la agenda pública y desafiar estereotipos de género, aunque la persistencia de prejuicios y expectativas convencionales limita parcialmente esta proyección. Estos hallazgos subrayan la relevancia de considerar el poder mediático, la cultura y los discursos sociales para comprender cómo se construyen y negocian las figuras femeninas en contextos políticos contemporáneos.

## Referencias Bibliográficas

- 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>
- 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>
- 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](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
- Bourdieu, P. (2000). *Poder, Derecho y Clases Sociales*. (Bernuz, J; García, A; Gonzáles, J y Oliver, D. 2da ed.). Editorial Desclee de Brouwer, S.A., 2000. (Trabajo original publicado en 2000).
- Cajas, V; Casimiro, C; Casimiro, W y Pasquel, L. (2017). Las representaciones sociales y el discurso noticioso de la Ley Universitaria – Perú. [Artículo] *Comuni@cción*, 8(2), 2219-7168. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2219-71682017000200003](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682017000200003)
- 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/REPRESNTACIONES%20SOCIALES%20DE%20LA%20MUJER%20EN%20LA%20PRENSA%20DE%20MONTER%20C3%8DA%201916-1960.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo XXI. <https://www.ivanillich.org.mx/Foucault-Castigar.pdf>
- 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>
- Franco-Intriago, M. E., & Angel Gerardo, A. G. (2023). Liderazgo transformacional y su influencia en el rendimiento empresarial en un enfoque exploratorio. *Innova Science Journal*, 1(1), 13-25. <https://doi.org/10.63618/omd/isj/v1/n1/7>

- García – Canclini, 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](https://monoskop.org/images/7/75/Canclini_Nestor_Garcia_Culturas_hibridas.pdf)
- Goetz, AM (2003). Eficacia política de las mujeres: Un marco conceptual. En AM Goetz y S. Hassim (Eds.), Sin atajos al poder: Mujeres africanas en la política y la formulación de políticas (pp. 29-80). Zed Books.
- Gosshi, A y Kazuko, C. (2023). Los singulares cautiverios de Susana Higuchi: la primera mujer (des)leal del fujimorato. [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Archivo digital. <https://tesis.pucp.edu.pe/items/96e92c8f-b976-4618-9297-ea7046142b27>
- 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\\_teor%C3%ADa](https://www.researchgate.net/publication/327013694_La_representacion_social_fenomenos_concepto_y_teor%C3%ADa)
- Inga, C., Moreira, A., Choez, A., Perdomo, L. y Gusqui, N. (2025). Antropología del alimento: prácticas, saberes y significados en contextos rurales. *Innova Science Journal*, 3(4), 696-707. <https://innovasciencejournal.omeditorial.com/index.php/home/article/view/167/352>
- 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>
- Martínez, M, (2006). Validez y confiabilidad en la metodología cualitativa. *Paradigma*. 27(2). [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1011-22512006000200002](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1011-22512006000200002)
- 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](https://www.academia.edu/45127743/Biblioteca_Serge_Moscovici_Psicologia_social_I)
- Riquelme-Segura, L., Quintano, F., Silva, F., Mayorga, C y Briceño, X. (2025). La mujer como agente noticioso en medios de prensa escritos en Chile. *Desde el Sur*, 17(1), e0007.
- Ribeiro, A. (2019). Mujeres en el liderazgo del regionalismo latinoamericano. *Desafíos*, 31(1), p.349-362. <https://www.redalyc.org/journal/3596/359657972011/html/>
- Tovar, R y López, P. (2016). Understanding the role of women as leaders in Mexican politics: looking back and moving forward. University of San Diego. Dissertations. 58. <https://digital.sandiego.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1058&context=dissertations>

- 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.
- 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>
- 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>
- Wolbrecht, C., Beckwith, K y Baldez, L. (2008). Political Women and American Democracy. [https://assets.cambridge.org/97805217/13849/frontmatter/9780521713849\\_frontmatter.pdf#:~:text=She%20\(%20Lisa%20Baldez%20\)%20is%20currently,the%20writen%20permission%20of%20Cambridge%20University%20Press.](https://assets.cambridge.org/97805217/13849/frontmatter/9780521713849_frontmatter.pdf#:~:text=She%20(%20Lisa%20Baldez%20)%20is%20currently,the%20writen%20permission%20of%20Cambridge%20University%20Press.)

#### CONFLICTO DE INTERESES

“Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses”.