



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, DERECHO Y
BIENESTAR**

Carrera de Comunicación

MODALIDAD: ENSAYO ACADÉMICO

Previo a la obtención del título de grado de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

TEMA:

El rol político de la primera dama en la construcción de la imagen presidencial
en Ecuador

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación, opinión pública y democracia

AUTORA:

Isis Ariadne Solórzano Romero

TUTOR:

Lcdo. Edgar Bureau Grain, Mg.

2025(2)

DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, **Dr. Ariadne Espinoza Romero**, en calidad de la titular de la cédula de identidad No. **1350062582**

declaro que el presente trabajo de investigación es original, de mi propia autoría y no ha sido publicado en

ninguna de las revistas científicas, periódicas o de otro tipo de divulgación científica, como

resultado de la investigación o de otro tipo de actividad académica o de investigación.

Por lo tanto, **EL SOL DEL MUNDO DE LA PRIMERA DAMA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA**

IMAGEN PRESIDENCIAL EN ECUADOR

TEMA:**EL ROL POLÍTICO DE LA PRIMERA DAMA EN LA CONSTRUCCIÓN DE
LA IMAGEN PRESIDENCIAL EN ECUADOR**

aprobando la creación de este trabajo, me comprometo a no ceder los derechos de explotación

de este trabajo a ninguna otra persona o entidad, sin el consentimiento previo y expreso de la

autor, quien se compromete a no ceder los derechos de explotación de este trabajo a

ninguna otra persona o entidad, sin el consentimiento previo y expreso de la

autor, quien se compromete a no ceder los derechos de explotación de este trabajo a

ninguna otra persona o entidad, sin el consentimiento previo y expreso de la

Para constancia, en la ciudad de Quito, a los

Dr. Ariadne Espinoza Romero
C.I. 1350062582

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, Isis Ariadne Solorzano Romero, portador de la cédula de ciudadanía No. 135006258-2, declaro que el presente trabajo de investigación y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: "EL ROL POLITICO DE LA PRIMERA DAMA EN LA CONSTRUCCION DE LA IMAGEN PRESIDENCIAL EN ECUADOR", son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



Isis Ariadne Solorzano Romero
C.I. 1350062582

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A)	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2
		Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Facultad Ciencias Sociales Derecho y Bienestar, Extensión Manta de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

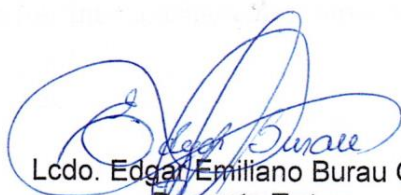
Haber dirigido y revisado el ensayo académico, bajo la autoría de la estudiante, SOLORZANO ROMERO ISIS ARIADNE legalmente matriculada en la carrera de Comunicación período académico 2025(2), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de ENSAYO ACADEMICO cuyo tema es "EL ROL POLITICO DE LA PRIMERA DAMA EN LA CONSTRUCCION DE LA IMAGEN PRESIDENCIAL EN ECUADOR".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, Manta 15 de enero de 2026.

Lo certifico,



Lcdo. Edgar Emiliano Burau Grain
Docente Tutor
Área: Comunicación

CERTIFICADO DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la carrera de **Comunicación** de la **Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar** de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación de la alumna SOLORZANO ROMERO ISIS ARIADNE, estudiante de la carrera de Comunicación, período académico 2025(2); cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de **Ensayo Académico**, cuyo tema es "EL ROL POLITICO DE LA PRIMERA DAMA EN LA CONSTRUCCION DE LA IMAGEN PRESIDENCIAL EN ECUADOR". Dicho trabajo ha sido desarrollado de acuerdo con los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, razón por la cual reúne los méritos académicos, científicos y formales suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente. En consecuencia, la estudiante en mención se encuentra apta para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 15 de enero de 2026

Lo certifico,

Lcd. Edgar Bureau Grain
DOCENTE TUTOR

AGRADECIMIENTO

Creo que esta es una de las páginas más difíciles de escribir porque uno tiende a recordar todo aquello que vivió y como es que la presencia de alguien te ha motivado a continuar y ser mejor cada día, pero es una forma de honrar a todos aquellos que son importantes. Decir gracias es una de las cosas que uno nunca debería olvidar decir.

Me agradezco a mí misma, Isis, por no rendirme cuando el cansancio fue más fuerte que la motivación; por confiar en mis capacidades incluso en los momentos de duda; por la disciplina, la paciencia y el compromiso que sostuve hasta el final. Este trabajo también es el reflejo de mi crecimiento personal y académico, y de la valentía de creer que sí podía lograrlo.

Agradezco profunda e infinitamente a mis padres, Fernanda y Moisés, por su amor incondicional, su apoyo constante y por creer en mí incluso cuando yo dudé. Gracias por cada sacrificio, por su paciencia y por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia. A mi hermana, Shaden, por ser compañía, apoyo y motivación en este camino, por su escucha y por recordarme siempre que no estaba sola. Este logro también les pertenece a ustedes.

A James, gracias por ser refugio en los días de cansancio y fuerza en los momentos de duda. Por acompañarme con amor, paciencia y comprensión en cada etapa de este camino, incluso cuando el proceso parecía interminable. Gracias por creer en mí, por sostenerme cuando flaqueé y por recordarme siempre lo capaz que soy. Este logro también lleva un poco de ti.

A mis amigas, gracias porque, aunque no estuvieron físicamente conmigo, siempre estuvieron presentes con sus mensajes de apoyo, con sus ¿para cuándo la tesis? ¿Cómo vas?, su compañía incluso a la distancia fue motivación en este proceso

Al final somos una mezcla de todas las personas que han sido parte de nuestro camino. Me alegra saber que algunas de ellas son parte esencial de quien soy hoy.

Isis Ariadne Solórzano Romero

DEDICATORIA

Para papi y mami, que siempre creyeron mucho más en mí de lo que yo lo hacía, pues es más fácil ser valiente cuando sé que ellos están a mi lado.

Espero que se sientan tan afortunados de ser mis padres, como yo me he sentido toda mi vida de ser su hija.

Gracias por haber hecho de nuestra casa un suministro ilimitado de amor, respeto y fe incondicional.

Algún día llegaré a ser tan excepcional como lo son ustedes, mientras tanto lucharé todos los días de mi vida para seguir siendo su orgullo.

Los amo, con todas las fuerzas de mi alma.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	9
Introducción	11
Desarrollo temático	14
Comunicación política e imagen presidencial.....	14
Personalización del liderazgo en contextos mediáticos digitales.....	15
La primera dama como actor simbólico en la comunicación política presidencial	16
Medios, redes sociales y visibilidad pública en la construcción de la imagen.....	18
Incidencia de la primera dama en la construcción de la imagen presidencial en Ecuador ..	20
Conclusiones	24
Referencias.....	26

Resumen

El presente ensayo analiza el rol político de la primera dama en la construcción de la imagen presidencial en Ecuador, en el marco de la comunicación política contemporánea. Mediante un enfoque deductivo, se examinan los fundamentos teóricos de la imagen presidencial, la personalización del liderazgo y la incidencia de los medios digitales en la formación de percepciones ciudadanas. El desarrollo temático evidencia que la primera dama actúa como un actor simbólico que refuerza valores de cercanía y legitimidad, especialmente en contextos de alta mediatización y fragilidad institucional. Desde esta perspectiva, se advierte que su presencia en el plano comunicacional influye en la construcción de la narrativa visual que acompaña al liderazgo presidencial, sin que ello implique una participación directa en los espacios formales de decisión política. Al mismo tiempo, el análisis permite reconocer la existencia de límites comunicacionales y democráticos vinculados tanto a la sobreexposición mediática como a la necesaria delimitación de funciones dentro del Ejecutivo. Bajo esta lógica, el ensayo plantea que la imagen presidencial en Ecuador no se produce de manera aislada, sino que se configura como un proceso relacional en el que interactúan el liderazgo político, la comunicación estratégica y la mediación simbólica.

Palabras clave: comunicación política, imagen presidencial, liderazgo político, medios digitales.

Abstract

This essay analyzes the political role of the first lady in shaping the presidential image in Ecuador, within the framework of contemporary political communication. Using a deductive approach, it examines the theoretical foundations of the presidential image, the personalization of leadership, and the impact of digital media on the formation of public perceptions. The thematic development shows that the first lady acts as a symbolic actor who reinforces values of closeness and legitimacy, especially in contexts of high media coverage and institutional fragility. From this perspective, it is noted that her presence in the communication sphere influences the construction of the visual narrative that accompanies presidential leadership, without this implying direct participation in formal political decision-making spaces. At the same time, the analysis allows us to recognize the existence of communicational and democratic limits linked both to media overexposure and to the necessary delimitation of functions within the executive branch. Under this logic, the essay argues that the presidential image in Ecuador is not produced in isolation, but rather is configured as a relational process in which political leadership, strategic communication, and symbolic mediation interact.

Keywords: political communication, presidential image, political leadership, digital media.

Introducción

En la política contemporánea, la imagen presidencial ya no se construye únicamente a partir de discursos formales o actos institucionales, sino que se configura dentro de un ecosistema mediático donde predominan la visibilidad constante, la emocionalidad y la narrativa visual. En este escenario, la comunicación política se articula como un proceso estratégico que incide directamente en la legitimidad del poder y en la forma en que la ciudadanía interpreta el liderazgo presidencial (Cuadrado, 2023).

En el escenario político ecuatoriano reciente, la dinámica competitiva ha enfatizado el papel cada vez más central de las plataformas digitales en la construcción de imagen, así como en el establecimiento de posicionamientos públicos de los actores políticos. También, los estudios sobre las campañas electorales realizados en el país coinciden en que, a partir del año 2021, las redes sociales dejaron de ser canales secundarios para transformarse en espacios centrales en el que se configuraba el liderazgo político y se van moldeando las percepciones ciudadanas (Zeas & Espada, 2025). Desde otra aproximación, la investigación en comunicación política digital muestra que el empleo de recursos audiovisuales influye en cómo se perciben determinadas cualidades como la credibilidad, la cercanía y la autoridad que se atribuye al liderazgo presidencial (Suárez, 2024). Este contexto confirma que la imagen política no es simplemente un producto estático, sino que se trata de una construcción que permanece en constante disputa, en medio de entornos digitales muy competitivos.

En este marco, la figura de la primera dama adquiere una relevancia que trasciende el plano estrictamente protocolar y se proyecta hacia el ámbito simbólico de la comunicación política. La literatura reciente señala que su presencia pública puede funcionar como un recurso comunicacional orientado a fortalecer la legitimidad simbólica del proyecto gubernamental, especialmente cuando se vincula con causas sociales y valores éticos socialmente compartidos (Cevallos, 2024). A su vez, los análisis comparativos realizados en distintos países de América

Latina evidencian que las primeras damas han ampliado progresivamente su margen de actuación pública, asumiendo roles de mediación simbólica que inciden de manera indirecta en la construcción de la imagen presidencial (Pucha, 2024). En la práctica, esta actuación se inserta dentro de estrategias comunicacionales que buscan dotar al ejercicio del poder de una dimensión más cercana y humanizada.

Esta capacidad de incidencia se intensifica en los entornos digitales, donde la imagen política es gestionada mediante códigos visuales y narrativas de carácter emocional. Las investigaciones centradas en la comunicación visual en plataformas como Instagram muestran que los liderazgos políticos recurren a un tipo de estrategias de representación cuidadosa para proyectar autenticidad, cercanía y control del mensaje, a pesar de que los contenidos se presenten con una apariencia de espontaneidad (Chaguaro, 2025). De manera convergente, estudios recientes identifican que los presidentes latinoamericanos utilizan estas plataformas para reforzar las dinámicas de personalismo político y para administrar su reputación pública en contextos de alta exposición mediática (Miranda & Galarza, 2025). Estas prácticas terminan influyendo en la forma en que la ciudadanía interpreta el liderazgo y legitima la autoridad presidencial.

En el caso ecuatoriano, los análisis contemporáneos sobre discurso o la imagen presidencial ponen de manifiesto que la construcción simbólica del liderazgo se sostiene, cada vez con más fuerza, en recursos estéticos, narrativos y emocionales. La investigación sobre liderazgo político en el país subraya que la utilización estratégica de la imagen tiene una función central en la consolidación de la autoridad como en la diferenciación de estilos de gobierno dentro de escenarios marcados por una exposición mediática constante (Luzuriaga, 2024). Igualmente, estudios centrados en comunicación política contemporánea señalan que la narrativa visual se transforma en un elemento clave para influir en la opinión pública y para mantener la confianza ciudadana (Miniguano & Garcia, 2025). Evidenciando que la imagen

presidencial se ha construido como un activo comunicacional clave en la gobernabilidad.

Bajo estas consideraciones, el presente ensayo sostiene que el rol político de la primera dama influye de manera significativa en la construcción de la imagen presidencial en Ecuador, al actuar como mediadora simbólica entre el poder ejecutivo y la ciudadanía. A partir de esta tesis, el análisis se orienta a examinar los fundamentos de la comunicación política, la evolución del papel público de la primera dama en el contexto latinoamericano, su incidencia mediática en el escenario ecuatoriano y los límites democráticos que emergen de su participación, con el propósito de aportar una reflexión desde la Comunicación Social.

Desarrollo temático

El desarrollo temático del presente ensayo se estructura a partir de una lógica deductiva que permite comprender progresivamente el rol político de la primera dama en la construcción de la imagen presidencial. En este apartado, el análisis se inicia con enfoques generales de la comunicación política y la imagen presidencial, para luego avanzar hacia dimensiones más específicas vinculadas a la personalización del liderazgo, la mediación simbólica y la incidencia de los entornos digitales.

Comunicación política e imagen presidencial

La comunicación política constituye como un eje fundamental de la imagen presidencial, en tanto permite la articulación de discursos, símbolos y representaciones que influyen directamente en la percepción ciudadana del liderazgo. En los contextos democráticos contemporáneos, la figura del mandatario deja de ser evaluado y valorado sólo en función de su gestión institucional y se convierte en un objeto de construcción mediante un proceso comunicacional permanente, en el que convergen elementos narrativos, estéticos y emocionales orientados a legitimar el ejercicio del poder (Méndez & Duchi, 2022). Desde esta lógica, la imagen presidencial se entiende menos como un efecto espontáneo de la gestión y más como un recurso estratégico cuidadosamente articulado.

Desde esta aproximación, la literatura especializada coincide en que la imagen presidencial es un medio o un puente entre el poder político y la ciudadanía, al traducir contenidos complejos en representaciones simbólicas accesibles. La comunicación política, entonces, no solo es un medio para transmitir información, sino que también genera interpretaciones sociales sobre autoridad, credibilidad y cercanía por parte del liderazgo cuando existe un alto grado de exposición mediática (Iparraguirre, 2023). En este sentido, la imagen se convierte en un componente clave para sostener la legitimidad y la gobernabilidad.

A partir de lo expuesto, la construcción de la imagen presidencial puede comprenderse como una práctica deliberada que articula distintos actores, discursos y escenarios comunicacionales. En este proceso se habilita la intervención de figuras que, aun sin ocupar cargos formales, inciden en la forma en que se proyecta y se interpreta públicamente el poder ejecutivo. De esta manera, la comunicación política se consolida como un espacio donde la dimensión simbólica del liderazgo adquiere relevancia central en la relación que se establece entre el gobierno y la sociedad.

Personalización del liderazgo en contextos mediáticos digitales

En los entornos políticos actuales, la personalización del liderazgo se consolida como una estrategia clave de la comunicación política, impulsada por la expansión de los medios digitales y redes sociales. Diferentes estudios coinciden en que la atención pública se orienta cada vez más hacia rasgos personales, emocionales y simbólicos de los líderes, disminuyendo el peso que mantendría la carga exclusiva de las agendas de los partidos políticos en la percepción de los ciudadanos (Bedón, 2023).

Las plataformas de comunicación en los entornos digitales, en la actualidad, contribuyen a generar narrativas orientadas a la cercanía, autenticidad y carga emocional, aspectos clave para captar y mantener la atención de audiencias cada vez más fragmentadas. La investigación en comunicación política digital sostiene que estos espacios optan por el uso de formatos audiovisuales y relatos personalizados que ayudan a humanizar la figura del liderazgo y favorece la creación de vínculos afectivos con los públicos (Mancero & Aguaguiña, 2022). De esta forma, el liderazgo no es percibido como una figura lejana, sino que cobra más presencia en la cotidianidad mediática.

Bajo esta lógica, la imagen política se consolida a través de una exposición constante que articula elementos institucionales con dimensiones personales, dando lugar a un relato

público gestionado de forma estratégica. Los estudios centrados en campañas digitales indican que la personalización responde a decisiones comunicacionales orientadas a mantener coherencia simbólica y control narrativo en contextos de alta visibilidad (Torres, 2024). Esta estrategia favorece la percepción de cercanía, aunque también refuerza la dependencia del liderazgo respecto de su imagen pública.

Desde otra perspectiva, los estudios sobre liderazgo político en las redes sociales revelan que la personalización no es producto espontáneo; es una construcción planificada en la que se intenta mantener los niveles de credibilidad y empatía en el tiempo (Ávila & Alemán, 2022). En consecuencia, la personalización se establece como un recurso comunicacional que impacta directamente en la manera que tiene la sociedad para interpretar el ejercicio del poder.

En este contexto, la personalización del liderazgo redefine la comunicación política y posiciona a la imagen presidencial como un eje central de legitimación. La exposición reiterada y la apelación emocional fortalecen el vínculo con la ciudadanía, pero también amplían el margen de influencia de actores del entorno presidencial. Esta dinámica resulta clave para comprender cómo se configura, en la actualidad, la imagen política desde una dimensión simbólica y relacional.

La primera dama como actor simbólico en la comunicación política presidencial

En el análisis de la comunicación política contemporánea, se reconoce que determinados actores del entorno presidencial adquieren relevancia simbólica sin ocupar cargos formales. En este marco, la primera dama emerge se constituye como una figura que participa en la construcción de significados asociados al poder, al proyectar valores sociales y emocionales que complementan la imagen del mandatario (Altamirano, 2024). Esta presencia simbólica no responde a un rol institucionalizado, sino a dinámicas comunicacionales propias de contextos de alta visibilidad pública.

Desde una perspectiva regional, diversos estudios señalan que la figura conyugal del jefe de Estado ha experimentado una transformación progresiva en América Latina. De un acompañamiento principalmente protocolar, se ha transitado hacia una participación pública más activa, vinculada a causas sociales, agendas humanitarias y representación simbólica del gobierno (Tacuri, 2025). Esta evolución permite comprender cómo su actuación se integra a estrategias de comunicación política orientadas a humanizar el ejercicio del poder.

En este escenario, la actuación de esta figura cercana al presidente podría ser considerada como una especie de mediación simbólica entre el poder ejecutivo y la ciudadanía. Investigaciones recientes sostienen que la asociación con valores como familia, cuidado y sensibilidad social pueden ayudar a suavizar la imagen del poder y a reforzar percepciones positivas del liderazgo presidencial (Ordoñez, 2022). Así, su presencia pública adquiere un sentido político indirecto, aunque con efectos comunicacionales relevantes.

A fin de sintetizar esta transformación del rol simbólico, se da a conocer la siguiente tabla comparativa, donde se puede observar las diferencias más importantes entre la función tradicional y la función contemporánea de la primera dama en el contexto latinoamericano.

Tabla 1. *Evolución del rol simbólico de la primera dama en América Latina*

Dimensión	Rol tradicional	Rol contemporáneo
Función principal	Acompañamiento protocolar del mandatario	Mediación simbólica y comunicacional
Visibilidad pública	Limitada a actos oficiales	Alta exposición mediática y digital
Vinculación política	No explícita	Incidencia indirecta en la imagen presidencial
Tipo de participación	Ceremonial	Social, simbólica y comunicacional
Impacto en la ciudadanía	Bajo	Alto, asociado a cercanía y legitimidad

Nota. Elaboración propia a partir de estudios recientes sobre comunicación política y liderazgo simbólico. Fuente: Cordero y Astudillo (2024)

A partir de la información presentada en la Tabla 1, puede advertirse que la primera dama ha transitado de un rol meramente ceremonial hacia una función simbólica con incidencia

comunicacional. Este cambio no se explica por modificaciones normativas, sino por transformaciones en las formas contemporáneas de representación y legitimación del poder político ante la ciudadanía. En escenarios mediáticos donde predominan la imagen y la emocionalidad, su presencia pública opera como un recurso estratégico que refuerza determinados valores asociados al liderazgo presidencial, sin involucrarse en los espacios formales de decisión.

Desde esta lectura, la consolidación de este actor simbólico pone de manifiesto que la imagen presidencial se construye de forma colectiva y relacional. La participación de figuras del entorno personal del mandatario responde a una estrategia comunicacional que busca hacer crecer el alcance que tiene el impacto emocional del liderazgo, lo que obliga a realizar un análisis crítico que se ocupe de su capacidad legitimadora pero también de las implicaciones democráticas que se derivan de este tipo de prácticas.

Medios, redes sociales y visibilidad pública en la construcción de la imagen presidencial

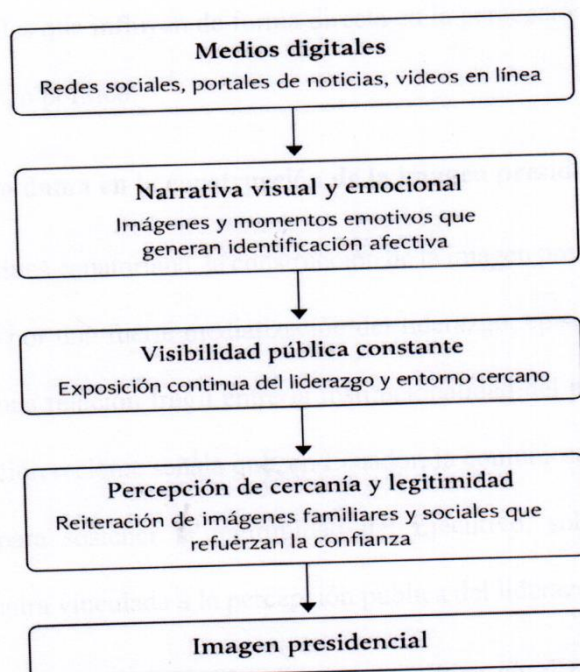
En la comunicación política contemporánea, los medios digitales se consolidan como espacios centrales para la construcción y proyección de la imagen presidencial. La expansión de las redes sociales ha modificado las formas tradicionales de intermediación política, permitiendo una comunicación más directa, visual y emocional entre el liderazgo y la ciudadanía (Ávalos & Álvarez, 2022).

En los entornos comunicacionales actuales, las plataformas digitales propician narrativas orientadas a la cercanía y a la autenticidad, en las que la imagen adquiere un peso mayor que el discurso estrictamente racional. La literatura reciente señala que estos espacios privilegian contenidos capaces de sostener la atención de las audiencias, lo que intensifica los procesos de personalización del liderazgo político (Valarezo, 2022).

De acuerdo con esta lógica, las investigaciones sobre comunicación política en redes sociales muestran que la gestión de la visibilidad pública responde a estrategias previamente definidas, orientadas a influir en los marcos interpretativos y a disminuir la distancia simbólica entre el poder y la ciudadanía (Cedeño, 2023). Este tipo de estrategias amplía la incidencia de actores del entorno presidencial, cuya presencia mediática contribuye a reforzar percepciones de cercanía, estabilidad y sensibilidad social, aun sin una participación directa en la esfera institucional.

Desde una mirada crítica, la visibilidad mediática no puede ser considerada como un fenómeno neutral, sino como un recurso estratégico que incide de manera directa en la percepción pública del liderazgo. Diversos estudios advierten que la reiteración de imágenes asociadas a lo familiar y social favorece la construcción de confianza, aunque al mismo tiempo incrementa la dependencia del poder político (Siguenza, 2024).

Figura 1. *Modelo conceptual de medios digitales y construcción de la imagen presidencial*



Nota adaptación basada en estudios recientes sobre comunicación política digital y liderazgo mediático. Fuente: Maldonado (2023)

La Figura 1 permite comprender que la construcción de la imagen presidencial se produce a través de un proceso comunicacional encadenado, donde los medios digitales actúan como catalizadores de visibilidad y emocionalidad. Esta dinámica fortalece la percepción de cercanía y legitimidad del liderazgo, al mismo tiempo que amplía la incidencia de actores vinculados al entorno presidencial. De este modo, la imagen política deja de entenderse como un elemento estático y pasa a configurarse como un producto comunicacional en constante transformación, fuertemente condicionado por la exposición mediática y por el uso estratégico de recursos visuales.

En contextos caracterizados por una elevada competencia simbólica, la visibilidad pública adquiere un papel determinante en el sostenimiento de la imagen presidencial. La centralidad que alcanzan los medios digitales no solo modifica las estrategias comunicacionales del liderazgo, sino que extiende el alcance de figuras que actúan en el plano simbólico del poder. Esta situación reafirma que la imagen presidencial se construye de manera colectiva, a través de narrativas visuales que influyen de forma directa en la percepción que la ciudadanía construye sobre el liderazgo político.

Incidencia de la primera dama en la construcción de la imagen presidencial en Ecuador

En la realidad política ecuatoriana, la construcción de la imagen presidencial se produce en un contexto marcado por una fuerte mediatización del liderazgo, episodios recurrentes de inestabilidad política y una relación frágil entre la institucionalidad del poder y la confianza ciudadana. La investigación reciente señala que, en Ecuador, la comunicación política cumple una función decisiva para sostener la legitimidad del Ejecutivo, sobre todo cuando la gobernabilidad se encuentra vinculada a la percepción pública del liderazgo (Cortez, 2023).

Desde este ángulo, los estudios sobre liderazgo político en el país advierten que la gestión de la imagen presidencial recurre cada vez con mayor intensidad a narrativas visuales,

emocionales y personalizadas, difundidas principalmente a través de medios digitales y redes sociales. La reiteración de escenas asociadas a cercanía, familia y sensibilidad social responde a una estrategia comunicacional orientada a humanizar el ejercicio del poder y a acortar la distancia simbólica entre el mandatario y la ciudadanía (González, 2025). Así, la imagen presidencial se configura como un relato simbólico construido de manera deliberada.

Dentro de este marco, la visibilidad pública de la primera dama adquiere un peso comunicacional relevante en la estrategia de construcción de la imagen presidencial. Los estudios sobre comunicación política en Ecuador destacan que su presencia en actos oficiales, agendas sociales y espacios mediáticos contribuye a reforzar percepciones de estabilidad, empatía y normalidad institucional, particularmente en escenarios de tensión política o de cuestionamiento a la legitimidad del poder (Valdivieso, 2022). Esta dinámica permite comprender cómo la imagen del presidente se ve influida por representaciones que trascienden su figura individual.

A fin de sistematizar las principales formas en que la *primera dama* incide simbólicamente en la construcción de la imagen presidencial en Ecuador, se presenta la siguiente tabla:

Tabla 2. Ámbitos de incidencia simbólica de la primera dama

Ámbito	Manifestación comunicacional	Efecto en la imagen presidencial
Medios digitales	Publicaciones visuales y narrativas emocionales	Refuerzo de cercanía y empatía
Actos públicos	Apariciones conjuntas en eventos sociales	Proyección de estabilidad y unidad
Agenda social	Vinculación con causas sociales	Legitimación ética del liderazgo
Exposición mediática	Cobertura en prensa y redes	Consolidación de visibilidad simbólica

Nota. Elaboración propia a partir de estudios sobre comunicación política y liderazgo en Ecuador. Fuente: Quizhpe (2025)

La Tabla 2 permite identificar que la incidencia de la *primera dama* en la construcción de la imagen presidencial no responde a un solo canal comunicacional, sino a una articulación de espacios mediáticos, simbólicos y sociales. Esta combinación refuerza la percepción de cercanía y legitimidad del liderazgo, al tiempo que amplía el alcance simbólico del Ejecutivo ante la ciudadanía. De este modo, la imagen del mandatario se construye como un proceso relacional que integra representación visual, narrativa política y mediación simbólica.

Límites del rol político de la primera dama en la imagen presidencial en Ecuador

En Ecuador, el rol político de la primera dama en la construcción de la imagen presidencial presenta límites que deben analizarse desde una perspectiva comunicacional y simbólica. Estudios recientes advierten que, aunque su visibilidad pública puede fortalecer percepciones de cercanía y legitimidad, una exposición excesiva o mal gestionada puede generar tensiones en la interpretación ciudadana del poder y en la delimitación de funciones dentro del Ejecutivo (Bravo, 2022).

Desde una mirada crítica, los estudios en comunicación política advierten que la personalización del liderazgo puede generar tensiones cuando las figuras del entorno presidencial adquieren un protagonismo excesivo dentro de la narrativa pública. En estas circunstancias, la imagen presidencial corre el riesgo de interpretarse desde claves de informalidad (Ontaneda, 2025). Por ello, la gestión simbólica de la primera dama requiere coherencia y límites claros.

Asimismo, análisis centrados en liderazgo político y representación simbólica sostienen que la influencia indirecta de esta figura debe mantenerse dentro de marcos comunicacionales que no sustituyan ni opaquen la responsabilidad política del presidente. Cuando la narrativa mediática desplaza el foco hacia actores no electos, se corre el riesgo de debilitar la centralidad institucional del liderazgo y de generar cuestionamientos sobre la

transparencia del ejercicio del poder (Obando, 2023). Este límite resulta especialmente relevante en contextos de alta mediatización como el ecuatoriano.

En consecuencia, el rol político de la primera dama en la imagen presidencial debe entenderse como un apoyo simbólico complementario y no como un eje central de la estrategia comunicacional del Ejecutivo. Su incidencia resulta efectiva cuando refuerza valores asociados a cercanía y sensibilidad social, pero se vuelve problemática si desdibuja las fronteras entre representación simbólica y autoridad institucional. De este modo, el análisis de estos límites permite cerrar el desarrollo temático y sentar las bases para una reflexión conclusiva sobre el equilibrio entre comunicación política, legitimidad democrática y construcción de la imagen presidencial en Ecuador.

Conclusiones

A partir del análisis desarrollado, se reafirma que el rol político de la primera dama incide de manera significativa en la construcción de la imagen presidencial en Ecuador, al actuar como un actor simbólico que complementa la representación pública del liderazgo. Los argumentos expuestos demuestran que su presencia mediática, social y comunicacional contribuye a reforzar percepciones de cercanía, sensibilidad social y legitimidad, elementos clave en contextos políticos altamente mediatizados.

La revisión de los principales enfoques teóricos sobre la comunicación política, personalización del liderazgo y visibilidad mediática permitió comprender que la imagen presidencial no se construye de manera aislada, sino como un proceso relacional en el que confluyen diversos actores, discursos y dinámicas simbólicas. En este escenario, la figura conyugal del mandatario se incorpora a estrategias comunicacionales orientadas a humanizar el ejercicio del poder, reforzar su dimensión simbólica y estrechar el vínculo emocional con la ciudadanía, especialmente mediante el uso de entornos digitales.

El examen del contexto ecuatoriano evidenció que esta incidencia simbólica adquiere una relevancia particular debido a la fragilidad de la confianza institucional y al peso que la imagen tiene en la estabilidad gubernamental. Al mismo tiempo, se identificaron límites claros, ya que una exposición excesiva o una gestión poco definida de este rol puede derivar en ambigüedades funcionales y tensiones en la percepción pública del poder, lo que vuelve necesaria una delimitación simbólica coherente dentro del Ejecutivo.

Como reflexión de cierre, el análisis del rol político de la primera dama permite reconocer que la comunicación política contemporánea trasciende el discurso oficial y se apoya en figuras del entorno presidencial para construir legitimidad. Esta aproximación abre nuevas líneas de investigación orientadas a examinar el impacto de actores no electos en la

comunicación gubernamental y el papel de las plataformas digitales en la redefinición de los límites entre representación simbólica, liderazgo político y democracia en el contexto ecuatoriano.

Referencias

- Altamirano, P. (2024). La participación política representativa de mujeres rurales en los GAD parroquiales del cantón Cuenca en el año 2023 (Tesis de grado). Universidad de Cuenca. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/a04b006a-9194-43de-856c-34f064f0d20d>
- Ávalos, M., & Álvarez, R. (2022). Análisis de la imagen política de Guillermo Lasso durante la campaña electoral a presidente del Ecuador. Caso: Facebook y Twitter, periodo noviembre 2020–abril 2021 (Tesis de grado). Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/9290>
- Ávila, C., & Alemán, M. (2022). Análisis del discurso populista durante el debate de la primera vuelta de las elecciones presidenciales del Ecuador del 2021 y su relación con la polarización de la conversación política (Tesis de grado). Universidad del Azuay. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11930>
- Bedón, R. (2023). Comunicación política: propuesta de campaña electoral de Jéssica Jaramillo a la alcaldía de Quito 2023 (Tesis de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/9487>
- Bravo, Y. L. (2022). La vestimenta de la primera dama de Ecuador como dispositivo de comunicación estratégica en el marco de una acción de gobierno. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, (169), 1–14. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8786176>

Cedeño, J. (2023). La incidencia del liderazgo político en Colombia y Ecuador en su rol de oferentes de cooperación Sur-Sur (2008–2015). *Revista Integración y Cooperación Internacional*, (37), 1–20. <https://doi.org/10.35305/revistamici.vi37.132>

Cevallos, K. (2024). La imagen política de los candidatos Andrés Arauz y Guillermo Lasso en las canciones y videos musicales de campaña en primera y segunda vuelta electoral, Ecuador 2021 (Tesis de maestría). FLACSO Ecuador. <http://hdl.handle.net/10469/21646>

Chaguaro, L. (2025). Honores y bohémias de mi reinado ¡Qué viva Sarita Chacón!: Los concursos de belleza como operadores simbólicos de dinámicas sociales y culturales. Estudio de caso Señorita Ecuador (1930) (Tesis de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/10438>

Cordero, E., & Astudillo, M. (2024). Comunicación visual para promoción política a través de redes sociales (Tesis de grado). Universidad del Azuay. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/13922>

Cortez, E. (2023). Itinerarios del documental presidencial en Ecuador. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, (8). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9058320>

Cuadrado, K. (2023). Análisis crítico-jurídico sobre la participación política de la mujer en la historia del Ecuador (Tesis de grado). Universidad UNIANDÉS. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/17099>

- González, E. P. (2025). La contribución de Michelle Obama en la transformación educativa. *Revista Dilemas Contemporáneos*, (3), 1–14. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v12i3.4622>
- Iparraguirre, L. (2023). Uso de la fotografía en la imagen presidencial durante el periodo comprendido entre los años 2011 al 2020 (Tesis de grado). Universidad Jaime Bausate y Meza. <https://repositorio.bausate.edu.pe/handle/20.500.14229/298>
- Luzuriaga, E. (2024). Dinámicas de comunicación digital en Twitter en contextos electorales durante campañas políticas en Latinoamérica: El caso de Ecuador (Tesis de grado). Universidad de Antioquia. <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/entities/publication/4dbbf261-27fb-475d-8bcd-ed89a545d06>
- Maldonado, A. d. (2023). Elecciones en Ecuador 2023: ¿Cambio o continuum? Análisis Carolina, (13), 1–17. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9248280>
- Mancero, J., & Aguaguiña, V. (2022). Estudio del discurso político utilizado por el candidato Yaku Pérez en las elecciones presidenciales del Ecuador, período noviembre 2020–abril 2021 (Tesis de grado). Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8627>
- Méndez, E., & Duchi, A. (2022). Aporte político de Matilde Hidalgo a los procesos de democratización en el Ecuador (Tesis de grado). Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8625>

- Miniguano, A., & García, K. (2025). Impacto del sufragio de Matilde Hidalgo en la normativa sobre el voto femenino en el Ecuador (Tesis de grado). Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/14643>
- Obando, K. (2023). La construcción de la identidad colectiva del movimiento de mujeres de Ecuador: Estudios de caso Mujeres por el Cambio y Coordinadora Política de Mujeres Ecuatorianas (CPME) (Tesis de maestría). FLACSO Ecuador. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/items/4c571887-0d80-46e6-bed5-ffcfb68a076a>
- Ontaneda, N. M. (2025). Estudio de la construcción y proyección de la imagen de Daniel Noboa a la presidencia del Ecuador en las elecciones del 2023. *Revista Veritas de Difusión Científica*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.61616/rvdc.v6i1.470>
- Ordóñez, A. (2022). Propaganda política de los candidatos a la presidencia de la república del Ecuador, Guillermo Lasso y Andrés Arauz en las plataformas digitales de Twitter y TikTok (Tesis de grado). Universidad Politécnica Salesiana. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/22313>
- Pucha, X. (2024). Cartel político y memoria social. Una revisión de la historia política en el Ecuador (Tesis de grado). Universidad de Cuenca. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/d8c2e432-8ddc-45d9-8620-a6ea9a9b99f7>
- Quizhpe, A. R. (2025). Análisis del discurso político en Facebook e Instagram de la parlamentaria andina Verónica Arias en la percepción ciudadana de los ecuatorianos durante el periodo enero–diciembre 2024. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(3), 1–13. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i3.17869

- Sigüenza, M. F. (2024). Reflexiones sobre la representación política de las mujeres: Un análisis de las organizaciones políticas en Ecuador. *Revista Democracias*, (13). <https://doi.org/10.54887/27376192.118>
- Suárez, C. (2024). Estrategia política de la asambleísta Johanna Moreira durante su candidatura en el año 2020–2021 (Tesis de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/9927>
- Tacuri, A. (2025). Desigualdad y violencia política de género contra las mujeres: Un análisis de experiencias de las presidentas electas en el período 2023 en los GAD parroquiales rurales de Paccha y Sinincay (Tesis de grado). Universidad de Cuenca. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/fac07218-ac93-4139-b2a6-c645ef990ab0>
- Torres, A. (2024). Imágenes de la violencia en Ecuador: Análisis de la construcción del enemigo interno en el periodo 2021–2024 (Tesis de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/10403>
- Valarezo, N. (2022). Análisis del rol de la primera dama de Ecuador en el periodo 2017–2021. *Política y Políticas*, (1), 1–28. <https://utpl.edu.ec/maestrias/sites/default/files/Art%C3%ADculo%20Nicole%20Valarezo.pdf>
- Valdivieso, C. (2022). Mujer militar y política de defensa: Reflexiones desde Ecuador y el Buen Vivir. *Relaciones Internacionales*, (49), 1–15. <https://revistas.uam.es/relacionesinternacionales/article/view/14377>

Zeas, S., & Espada, M. (2025). Influencia de la moda en la política: Análisis de las formas del vestir en la imagen pública de representantes políticas del Ecuador (Tesis de grado). Universidad del Azuay. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/16025>