



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

Análisis de Keiko Fujimori: ¿Posible lideresa populista del siglo XXI?

Elaborado por:

Mateo Alessandro Artieda Iulita

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Periodismo, con mención en Deportes

Guayaquil – Ecuador

Noviembre 2022



UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

**Análisis de Keiko Fujimori: ¿Posible lideresa populista
del siglo XXI?**

Elaborado por:

Mateo Alessandro Artieda Iulita

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Periodismo, con mención en Deportes

DOCENTE INVESTIGADOR

Ingrid Ríos Rivera

CO-INVESTIGADOR

Estefanía Luzuriaga

Guayaquil, Ecuador

Noviembre, 2022

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo identificar si existían o no rasgos populistas en la ex candidata a la presidencia del Perú, Keiko Fujimori, a través de su cuenta de Instagram en donde se realizó un estudio exhaustivo a sus publicaciones desde Septiembre de 2022 hasta Diciembre de 2018. Esta investigación pudo desarrollarse al procesar las publicaciones de la cuenta de Instagram de Keiko Fujimori a través de formularios y otras herramientas de carácter cualitativo que ayudaron a determinar la imagen de Fujimori. Al procesar los datos, pudimos observar que la imagen que proyecta la lideresa en su cuenta de Instagram, es una imagen de ayuda al pueblo peruano que tienen bastante necesidades y Keiko está ahí para atenderlas. Esta posición se notó más durante la campaña presidencial de Perú en 2021. Es así como en este trabajo, se caracteriza a Keiko Fujimori como una lideresa populista del siglo XXI.

Palabras clave: Keiko Fujimori, campaña presidencial, liderazgo femenino, populismo.

Abstract

The objective of this investigation was to identify whether or not there were populist traits in the former candidate for the presidency of Peru, Keiko Fujimori, through her Instagram account, where an exhaustive study was carried out on her publications from September 2022 to December 2022. 2018. This research could be developed by processing the posts from Keiko Fujimori's Instagram account through forms and other qualitative tools that helped determine Fujimori's image. When processing the data, we were able to observe that the image projected by the leader on her Instagram account is an image of help to the Peruvian people who have many needs and Keiko is there to attend to them. This position

was most noticeable during Peru's presidential campaign in 2021. This is how in this work, Keiko Fujimori is characterized as a populist leader of the 21st century.

Keywords: Keiko Fujimori, presidential campaign, female leadership, populism.

Tabla de contenidos

1. Introducción	7
1.1 Planteamiento del problema	10
1.2 Justificación	11
1.3 Antecedentes	12
2. Revisión de literatura.....	15
2.1 Marco conceptual.....	15
2.1.1 Populismo.....	16
2.1.2 Liderazgo y liderazgo femenino.....	17
2.2 Estado del arte.....	19
3. Objetivos de Investigación	22
3.1 Objetivo General.....	22
3.2 Objetivos Específicos	22
4. Metodología	22
4.1 Diseño de investigación	22
4.2 Método de investigación	23
4.3 Unidad de análisis y muestra	23
4.4 Temporalidad del estudio	24
4.5 Análisis de resultados	24
5. Resultados.....	25
6. Discusión de resultados.....	38

7. Conclusión	40
8. Recomendaciones	41
9. Referencias	42
10. Anexos.....	44

Índice de tablas

Tabla 1. Categorías.....	24
Tabla 2. Actividades realizadas.....	27
Tabla 3. Vestimenta.....	29
Tabla 4. Temas abordados.....	34

Índice de gráficos

Gráfico 1. Tipo de publicaciones	26
Gráfico 2. Se evita la diferenciación entre los cuerpos.....	28
Gráfico 3. Se evita la diferenciación entre los cuerpos.....	29
Gráfico 4. Vestimenta.....	31
Gráfico 5. Foto familiar	32
Gráfico 6. Foto familiar.....	33
Gráfico 7. Foto familiar.....	33
Gráfico 8. Campaña presidencial	35
Gráfico 9. Campaña presidencial.....	36
Gráfico 10. Información o datos personales.....	36
Gráfico 11. Representación de la mujer y sus derechos.....	37
Gráfico 12. Representación de la mujer y sus derechos.....	38
Gráfico 13. Atención a las demandas sociales.....	40

Nota introductoria

El trabajo que contiene el presente documento integra el Proyecto Interno de Investigación Semillero “La huella de Evita: conceptualizando el populismo latinoamericano desde el liderazgo femenino”, propuesto y dirigido por las Docentes Investigadoras Ingrid Ríos y Estefanía Luzuriaga, docentes de la Universidad Casa Grande.

El objetivo del Proyecto de Investigación Semillero es identificar características de populismo femenino que podrían tener lideresas políticas latinoamericanas a través de sus cuentas de instagram. El enfoque del Proyecto es cuantitativo. La investigación se realizó en Ecuador. El método de la investigación fue el estudio de caso, y la técnica fue una ficha de análisis para redes sociales.

Introducción

Una de las dificultades que han atravesado las líderes políticas con el paso de los años para aspirar a crecer dentro de su campo laboral, sean en las posiciones y cargos que se les adjudique o aspiren, ha sido los distintos estereotipos de género. Según Beaudoux (2019), es una problemática que lamentablemente sigue pasando hoy en día. Apostar por la mujer como lideresas e impulsarlas dentro de las esferas de poder, es el elemento disruptivo que desde hace tiempo se viene tomando los cargos públicos en algunos países de la región. (de Nicolás Castro, 2021)

Esta observación nos hace pensar y reflexionar en lo indispensable que es eliminar totalmente los roles de género para dejar establecido el liderazgo femenino y a su vez

comprometerlo en sus diferentes formas de acción (de Nicolás Castro, C. 2021), no solo en el campo laboral que tiene un sin número de aristas, sino en una sección que históricamente ha tenido protagonistas que han marcado la historia de un país y es en la política ejercida en latinoamérica.

El populismo es un fenómeno que se puede estudiar en varios países del mundo, de hecho, en América Latina tenemos casos muy fértiles que tienen que ver mucho con la construcción del Estado y la evolución de su democracia (Mármol, E. O. (2009). Podríamos decir entonces, que el Peronismo es el punto de partida de esta investigación, hablamos de un hecho trascendental como el “nacimiento del populismo” en nuestra región. Sin embargo, no fue hasta 1946 cuando Eva Perón empezó a tomar protagonismo en la política Argentina desde su posición como Primera Dama de la República. Comenzó entonces a cobrar visibilidad, aunque tímidamente, una nueva figura en la escena política: Evita, en un proceso lento que la transformaría en el personaje político más importante de la Argentina peronista, después de Perón (Barry Carolina, 2011).

Esto sin duda fue un punto de inflexión para que muchas mujeres con el paso de los años poco a poco se introduzcan en la política local e internacional, y en algunos casos, lideresas políticas el cuál es el tema general de esta investigación.

Después de Eva Perón tuvimos varias mujeres que desempeñaron un papel importante en los gobiernos de sus países, dentro de una línea de tiempo, en 1974 Isabel Martínez de Perón asumió el cargo de presidenta de la nación Argentina tras el fallecimiento de su esposo Juan Domingo Perón. En 1979, Lidia Gueiler se convirtió en la primera presidenta de Bolivia por sucesión constitucional. Llegamos a 1997 en donde Rosalía Arteaga ocupó el cargo de presidenta de la república del Ecuador por dos días. El período presidencial más fugaz en toda la historia política de ese país. Dos años más tarde, Mireya Moscoso sería presidenta

constitucional de Panamá. La única en su país hasta la fecha de esta investigación.

(Férrandez, 2006)

Tenemos a una lideresa en particular: Keiko Fujimori, política peruana e hija del ex presidente de Perú, Alberto Fujimori quien ejerció el cargo durante el período 1990-2000, en donde Keiko fue posesionada como Primera Dama a partir de 1994.

Fundó y es actualmente presidenta de uno de los partidos con bastantes adeptos políticos en Perú, Fuerza Popular. Fue congresista de la República entre los años 2006 y 2011 para finalmente abandonar el cargo e ir por el mayor desafío de su vida: ganar las elecciones presidenciales de 2011 y ser la primera presidenta en toda la historia del Perú. Objetivo que no logró alcanzar tras perder ante el candidato opositor Ollanta Humala del partido Gana Perú en la segunda vuelta.

No contenta con ello, Fujimori vuelve a lanzarse como candidata presidencial a las elecciones de 2016, en donde se da un hecho histórico en toda la historia del Perú alcanzando el primer lugar de las votaciones con un 39,86%, sin embargo en segunda vuelta perdería ante el candidato opositor Pedro Pablo Kuczynski.

Finalmente en las recientes elecciones presidenciales del año 2021 en Perú, Keiko Fujimori fue por su 3er intento de alcanzar el puesto de presidenta, pero la historia volvería a jugar en contra y repetirse un segundo lugar en primera vuelta y perder en la segunda vuelta ante el candidato opositor Pedro Castillo.

Si bien es cierto que Keiko Fujimori no logró llegar al Palacio de la Gobernación como Presidenta de la República, sus números representados en votos fueron los mejores que haya podido tener una candidata mujer desde su primera participación en las elecciones de 1990 en donde se postuló la primera candidata presidencial afiliada a un partido político, Dora Narrea. (Carla Samon, 2021).

Algunos autores catalogan al partido fujimorista, Fuerza Popular, como un *“movimiento conservador con reflejos populistas”* (Meléndez, 2019, p. 5). Antonio Fons también sostiene este argumento y menciona lo siguiente, *“Los populismos pueden regenerar una vida política corrupta y modernizar anquilosadas instituciones. Si el sistema es fuerte podrá, como afirma Freidenberg, “reciclar” el populismo, convirtiéndolo en un aporte positivo para la democracia (...) Sin embargo, si el sistema no es fuerte, será incapaz de “reciclar” ese auge populista, entrando el Estado en una crisis institucional (...) cuando Alberto Fujimori llegó a la presidencia en 1990, el sistema estaba en crisis pero “el chino” fue el encargado de rematarlo y establecer un gobierno autoritario, de derechas y neoliberal durante 10 años.”* (Fons, 2017, p. 93)

Con esta introducción el presente documento busca aproximarse a la teorización de los rasgos y recursos populistas del sujeto de estudio, en este caso Keiko Fujimori, usados en sus campañas presidenciales para lograr llegar al cargo de Presidencia.

Planteamiento del problema

Este documento tiene como objetivo ser un aporte teórico al objetivo general de investigación, el busca reflejar rasgos populistas en diferentes lideresas políticas que han desempeñado cargos públicos en países de América Latina.

Para lograr este punto, esta investigación fue asignada a un caso de estudio específico quien ya fue mencionado anteriormente, Keiko Fujimori y sus diferentes participaciones en las campañas presidenciales de Perú en 3 períodos diferentes. Cabe mencionar que en la macro investigación se seleccionaron lideresas que fueron electas como presidentas, en este caso Keiko Fujimori participó en elecciones presidenciales, pero nunca fue electa. Es importante destacar también que fue diputada del congreso durante el período 2006 - 2011.

Puesto que anteriormente no se ha estudiado netamente las acciones en sus campañas como tal, ni se las ha identificado como populistas, será vital para la investigación en general del tema que se sepa de qué manera han actuado las lideresas políticas en los últimos años dentro de la región y qué las hace convertirse en populistas.

A través de esta investigación se quiere responder a la siguiente pregunta: ¿Cuáles fueron los rasgos populistas de Keiko Fujimori empleadas en la campaña presidencial de Perú (2021)?

Con el fin de responder la pregunta de investigación es necesario buscar y analizar toda la actividad que ha venido haciendo Fujimori en estos últimos años como política en Perú, esto incluye sobre todo la parte de sus discursos en campañas electorales, qué es lo que ha dicho, de qué manera y qué palabras empleó.

Conforme avance la investigación, se irán descubriendo otras acciones aparte del discurso que el sujeto de estudio ha empleado en su actividad.

Justificación

Son varios los estudios en donde se toman como ejemplos a ciertas mujeres que fueron influyentes y son evidentes casos de populismo que han tenido éxito en la región. No obstante, no existen estudios que hablen específicamente de las lideresas políticas en cuestión, haciendo un análisis de sus posiciones y acciones populistas que las ayudaron a ganar popularidad o en su defecto llegar al poder.

Dentro de los orígenes del populismo, se cree que esta corriente política nace en Argentina durante la dictadura de Juan Domingo Perón, en específico con su esposa, Eva

Perón. (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2019). En este texto también se mencionan otros casos de mujeres populistas, sin embargo, no se ahonda ni se especifica cuáles fueron sus acciones para identificarse con esta corriente como tal. Es por eso que, bajo el estudio de caso asignado de Keiko Fujimori, se podrá identificar cuáles fueron las acciones que implementó durante su época de congresista y posterior campaña presidencial, los discursos que empleó ante las personas que empezaron a seguirla y analizar si existe algún tipo de vínculo o parecido de acciones con otras lideresas de la región.

Antecedentes

A lo largo de los años en América Latina han existido varias mujeres que han representado importantes cargos políticos, de esta manera, han logrado representar a algunos países de la región sean en reuniones de Gobierno, congresos internacionales, etc...; Pero aún así se sigue viendo una grave desigualdad en cuanto a cargos políticos se refiere.

“Históricamente, la mujer ha estado infrarrepresentada, tanto por un elemento exógeno que se debía a los roles culturales de los que hablábamos anteriormente o a la educación recibida, como por otro elemento de carácter interno, que empujaba y excluía a las mujeres en puestos de responsabilidad, relegándolas a un segundo plano. Cosa que lamentablemente hoy por hoy sigue ocurriendo.” (Carla de Nicolás Castro, 2021).

Esta situación ha cambiado con el paso del tiempo, en 1995 había cuatro Jefas de Estado y ocho Primeras Ministras en 12 países del mundo. Para 2019, estas cifras aumentaron, había 10 mujeres Jefas de Estado y 13 Primeras Ministras en 22 países del mundo (ONU Mujeres, 2020). También tenemos otro dato, para el 2020 el 25,9% de quienes integran los parlamentos/asambleas de países en el mundo son mujeres.

En Latinoamérica, tuvimos las primeras incursiones de la mujer en la política, siendo esta su máxima exponente Eva Perón, quién lideró la legalización del voto femenino en

elecciones presidenciales en el año 1947 cuando Juan Domingo Perón era mandatario. Eva Perón por su parte fue elegida portavoz del partido para impulsar el voto femenino el cual en esa época era un fuerte tema social pero que políticamente fue aceptado en su gran mayoría por los dirigentes nacionales (Carolina Barry, 2011). El nombre de Eva Perón será recordado en los libros de historia al ser la impulsadora de la voz y el voto de las mujeres en una época muy complicada para la Argentina. Esta lucha reflejó sus logros en años posteriores cuando muchas mujeres decidieron ser más activas en la política de sus respectivos países.

“En América Latina, por primera vez en la historia, dos mujeres ejercen la Presidencia en países del Cono Sur. Ambas conjugan cierta imagen tradicional (mujer madre-esposa-cuidadora) con un desarrollo profesional-político de largo aliento y cierta representación de fortaleza” (Anna Fernández, 2008).

Dos grandes ejemplos de este concepto son las ex presidentas de Argentina y Chile, Cristina Kirchner y Michelle Bachelet respectivamente. Kirchner logra llegar a la presidencia del país austral en 2007 con el 45,28% de los votos escrutados mientras que Michelle Bachelet llega a la presidencia de Chile en 2006 y 2014, ganando en su primer mandato con el 53.5% de los votos escrutados y en el segundo con el 62.17%. Unas cifras totalmente abrumantes y contundentes para candidatas femeninas en la región.

Tenemos el caso de otra líder quién es nuestro caso de estudio en esta investigación, se trata de Keiko Fujimori y tiene un dato muy particular, a pesar de ser una de las mayores lideresas políticas en la región, nunca ha podido llegar a la presidencia del Perú. Sin embargo, los resultados electorales de Keiko Fujimori muestran la lealtad de una gran parte de la sociedad peruana al llamado “Fujimorismo”, una ideología confusa que gira en torno a la presidencia de Alberto Fujimori. (Fons, 2017)

Keiko nació en Lima el 25 de Mayo de 1975, hija de Susana Higuchi y Alberto Fujimori, ex presidente de Perú durante el mandato de 1990 - 2000, luego sería enjuiciado por varios

delitos de corrupción y crímenes de lesa humanidad. En 1994, Susana se divorció de Alberto Fujimori por tratar de silenciarla y torturarla tras denunciar los casos de corrupción que sucedieron en su gobierno. Con esta situación, Keiko Fujimori ascendió al cargo protocolar de primera dama en donde realizó varias labores relacionadas a fundaciones y ONG's dentro de su país. Luego de que Alberto Fujimori dimitiera como presidente del Perú en el 2000, lo que obligó a Keiko abandonar el palacio presidencial.

Keiko en 2006, alcanza el puesto de congresista en donde encabeza la oposición al entonces presidente de la república Alan García; para 2008 ella decide crear su propio partido político: Fuerza 2011 (más tarde conocido como Fuerza Popular) el cual serviría para su posterior candidatura a las elecciones presidenciales de ese mismo año. En 2009 comenzamos a ver los primeros rasgos populistas de Keiko Fujimori pues en ese año su padre fue sentenciado a 25 años de prisión por crímenes de lesa humanidad, ante esta situación, Keiko organizó una manifestación a la que asistieron más de 10.000 personas e impugnó varias pruebas a favor de su padre.

En 2011 comenzaría su ciclo en las campañas presidenciales del Perú, en donde se mostraban algunas propuestas de campañas considerados por muchos como populistas pues ofrecía aplicar la pena de muerte a violadores, tratados de libre comercio para incrementar la inversión extranjera en el país y la que más predominó: la defensa de su padre. En las urnas fue derrotada por Ollanta Humala en segunda vuelta, Keiko obtuvo el 48,51% de los votos escrutados y Humala el 51,49%. La primera derrota en unas elecciones.

En el período de 2011-2016, Keiko se encargó de recorrer todo el país para fortalecer su candidatura a las elecciones presidenciales de 2016. Fue así que en ese mismo año, lanzó su segunda candidatura a la presidencia de Perú, esta vez propuso algunos pilares de campaña como el fortalecimiento de las instituciones del estado, protección de los derechos humanos, nuevamente apoyó el libre mercado para las inversiones, bonos del gobierno y la más

recordada: recorte de impuestos. Kekiko Fujimori logró nuevamente llegar a segunda vuelta, esta vez ante el candidato de centro derecha Pedro Pablo Kuczynski. Fujimori experimentaría su segunda derrota al obtener el 49,88% de los votos escrutados ante el 50,12% de PPK.

Durante este tiempo que fue previo a lo que sería hasta el momento su tercera y última postulación a elecciones presidenciales, Keiko estuvo envuelta en varios escándalos que fueron de opinión pública, entre ellos el haber recibido sobornos de la empresa brasileña Odebrecht así como también tener disputas con su hermano Kenji Fujimori relacionadas a la liberación de su padre.

Finalmente en 2021 se postularía a su tercer intento por la presidencia del Perú, brindando algunas soluciones rápidas y populistas como luchar contra los estragos que dejó la pandemia del COVID-19, ayudando a dar alimentos y pruebas moleculares masivas para todo el país, así como también realizar una reactivación económica debido a la paralización de la pandemia. Eliminar la cuarentena y el toque de queda. Keiko terminaría perdiendo, nuevamente, en segunda vuelta ante el líder de izquierda Pedro Castillo. Fujimori obtuvo en esas últimas elecciones un 49,87% de los votos escrutados mientras que su rival obtuvo el 50,13%. La última derrota de Fujimori.

Revisión de literatura

Marco Conceptual

En este apartado se esclarecieron los conceptos que más adelante aportarán a los objetivos y desarrollo de la investigación. En primer lugar se definió el concepto de Populismo y algunas de sus corrientes para abordar otros subtemas, además en este apartado se buscó contrastar las diferentes definiciones de lo que populismo significa para varios escritores e investigadores pues estamos hablando de un concepto que en principio tiene un

número amplio de significados y es interesante conocer una parte de cada uno de ellos.

Finalmente, se profundizó en la parte teórica del liderazgo femenino, esta idea servirá para establecer nexos con otros conceptos que tienen que ver con el sujeto de estudio.

Populismo

El concepto de populismo en América Latina sigue generando un intenso debate en términos de relevancia, claridad y alcance (Drake, 1982). Tratar de definir el populismo no es una tarea sencilla. Por ejemplo Roberts (2008), Kaltwasser (2015) y Ulloa (2017) sostienen que el populismo es un fenómeno disruptivo en donde la política prevalece en tiempos de crisis e incertidumbre cuando los líderes son carismáticos y logran la movilización de las masas. Sin embargo los escritores anteriormente mencionados no hablan sobre la influencia del populismo dentro del ámbito político, algo que Laclau en su libro *Sobre La Razón Populista* (2005) sí menciona y es que el populismo es un fenómeno patológico que afecta el funcionamiento de las democracias liberales, aún así es indispensable entender el concepto para comprender las reglas de la política. (Laclau, 2005 cómo se citó en *Routledge handbook of global populism* - De La Torre, 2019)

Pero existen otros autores que sostienen un argumento diferente de lo que es el populismo, por ejemplo Mudde (2004) menciona que el populismo es un concepto controvertido que puede concebirse como un conjunto de ideas incluso como una ideología débil y centralizada. Así mismo, Weyland (2016) menciona que definir el populismo va mucho más allá de los términos políticos, sin embargo, el punto de encuentro de los líderes populistas es la estrategia política basada en el liderazgo. Más adelante Weyland agrega que los elementos típicos del populismo son el liderazgo personalista y la falta de institucionalización del vínculo con los votantes, estipulado que comparten Ríos y Umpierrez (2022) en donde

mencionan que con el pasar de los años, se han mantenido 3 elementos importantes dentro del eje transversal del populismo. *“Estos son: la presencia del líder, la confrontación entre el pueblo y la élite, así como la exaltación de la voluntad popular.”* (Ríos, I., & Umpierrez de Reguero, S, 2022, p. 12). A partir de la variación de conceptos que existen para esta definición, podemos caracterizar la idea principal como *“un sistema de reglas que trazan un horizonte dentro del cual algunos objetos son representables mientras que otros son excluidos”* (Laclau, 2005, p.150.); también debemos incluir elementos que hacen del populismo una corriente política que se ha hecho notar por diferentes líderes en escenarios de América Latina, todas ellas usadas para llegar al poder (Ríos y Umpierrez, 2022). Mencionando lo anterior, existen ciertas atribuciones que se le realizan al populismo, en donde se refieren a personas involucradas en un tema político, económico y social frente a eventos como: nacionalismo económico, antiimperialismo, desarrollo, industrialización, urbanización, política exterior independiente, y otros eventos. (Mármol, 2009)

Liderazgo y liderazgo femenino

En América Latina, un puñado de estudios conciben al populismo como una especie de liderazgo político que apela a discursos de género para construir una identidad popular y potenciar la propia identidad del líder. (Ríos y Umpierrez, 2022); precisamente es importante primero establecer la definición de lo que es el liderazgo para ahondar más en los conceptos de liderazgo femenino, pues tienen diferentes connotaciones.

Yarce (2010) establece el término liderazgo como el conjunto de acciones que motiva y organiza a un grupo de personas para llevar a cabo el logro u objetivos y así lograr los fines pertinentes, todo esto dentro del marco de valores. No obstante, Goleman (2005) contradice

la última parte de la definición anterior, pues menciona que ningún estudio ha podido demostrar que conductas del liderazgo son las que encaminan a dar resultados positivos. Stodgill (1974) concluye que existen tantas definiciones de la palabra “liderazgo” como personas que tratan de definirla. A pesar de ello, es importante destacar que la mayoría de conceptos no son opuestos o excluyentes por lo que, de cierta manera, ayuda a reducir el espectro teórico de esta definición. (Agudo et al. 2014).

Profundizando en el liderazgo femenino, que es el concepto que nos atañe, Llanos (2021) menciona que el concepto nace del reconocimiento de su identidad como mujer y de su capacidad y habilidades para revivir un grupo colectivo y que buscan la reconciliación a través una orientación humana y solidaria. En este estipulado, Blackmore (2006) corrobora esta información mencionando que el liderazgo femenino busca posicionarse como un instrumento de fortalecimiento social pero que sobre todo busca dar reconocimiento a la capacidad de la mujer como líder en los diferentes entornos de trabajos que usualmente han sido ocupados por hombres.

Para Lagarde (1999) el liderazgo femenino es una construcción epistemológica y responde a cómo las mujeres se construyen bajo la cotidianeidad, por eso la autora también se refiere a que el concepto de liderazgo femenino se forja con las entrañas, sentimiento y corazón. Por supuesto, la autora también menciona que este concepto busca abatir la desigualdad y que los fines de este distan de la lógica masculina.

En este apartado se interceptan otros conceptos que crean nexos con el tema central de investigación, definiciones como patriarcado, machismo, igualdad de género y sus símiles son palabras que varios autores toman en cuenta a la hora de construir el significado de liderazgo femenino. Nuevamente Llanos (2021) sostiene que la mujer líder es la que

emprende un camino de forma consciente y responsable, librándose de condicionamientos y siglos de patriarcado (como ella lo denomina).

Estado del arte

En la actualidad, existen abundantes textos académicos relacionados al tema de investigación que han ayudado a resolver varios aspectos de la misma y nutrirla de contenido. En el año 2019, los investigadores Germán Campos Herrera y Sebastián Umpierrez de Reguero, publicaron un artículo académico para la Universidad de Miami, titulado “*Populism in Latin America: Past, present and future.*” (diseño de investigación cualitativo, técnica de revisión bibliográfica y estudio de caso) con el objetivo de realizar una cronología de los orígenes del fenómeno del populismo en América Latina, revisando sus líderes políticos más famosos en cada país a lo largo de los años y su forma de gobierno una vez que llegaron al poder. Es así que a través de un abordaje teórico con fuentes bibliográficas definidas correctamente, los autores concluyen en su artículo académico que el populismo no es un fenómeno nuevo en Latinoamérica pues existen antecedentes que datan de muchos años atrás, sin embargo esto no significa que la investigación se de por cerrada pues todavía hay varios enfoques de investigación que aún no han sido investigados en esta región.

Por su parte, Carlos de la Torre publicó en 2019 su libro “*Routledge handbook of global populism*” (diseño de investigación cualitativo y revisión bibliográfica) publicado por la editorial Routledge, donde plantea una revisión casi completa de la historia y desarrollo del populismo. De la mano de varias personas contribuyentes en esta obra como investigadores, sociólogos, escritores, profesores y demás, lograron crear esta guía que se sostiene en la teoría de Laclau y su discurso interpretativo en tanto en lo democrático como en lo económico. Más adelante profundizan en la historia del populismo hablando más de

democracia y constitucionalismo, democracia y autoritarismo. Finalmente, el autor concluye que el populismo es una salida a la crisis política de un país y a la reacción de sistemas políticos que simplemente no responden (Roberts 2015).

En el año 2015, el artículo académico escrito por Hernán Fair titulado “*Análisis político del discurso de Ernesto Laclau: una propuesta para la investigación social transdisciplinaria*” (investigación cualitativa y técnica de revisión bibliográfica) publicado por la revista ÍCONOS, en donde tuvo como objetivo aportar algunas herramientas teóricas para reforzar el discurso de Ernesto Laclau sin perder de vista el mensaje transformador que Laclau sostiene. En este contexto, Fair habla sobre el análisis del discurso político en donde se refiere a este tema como: “(...) el abordaje de los aspectos identitarios de los agentes en la construcción de hegemonías, aportando recursos valiosos para fortalecer a los estudios centrados en la teoría posfundacional del populismo...” (Fair, 2015, pg. 205). En otro apartado, Fair habla sobre las herramientas que pueden ayudar al estudio del populismo y él las describe como: “(...) el plus de goce que se inviste en el deseo de mirar/ser mirado, escuchar/ser oído, asociado al “deseo de reconocimiento” del Otro.” (Fair, 2015, pg. 207). El autor concluye que la hegemonía de Laclau forma parte de un marco conceptual posfundacional y posmarxista que cuestiona algunas perspectivas racionalistas y objetivistas. El análisis político del discurso, fue la herramienta aplicada en este artículo y sirvió para no caer en posturas dogmáticas o esencialistas.

En el año 2021 los escritores Pierre Ostiguy, Francisco Panizza y Benjamin Moffitt escribieron “*Populism in global perspective*” (investigación cualitativa y técnica de revisión bibliográfica) en donde lograron resumir en 2 partes compuestas por varios capítulos, la discursividad y *performance* del populismo. Este libro junta a expertos de ciencias políticas que logran recopilar casos de EE.UU, Europa Occidental, Sudáfrica y Filipinas, descubren un equilibrio deliberado entre el populismo de izquierda y de derecha. Es precisamente Samuel

Mazzolini quien dedicó una sección entera al caso populista de Rafael Correa y el partido Revolución Ciudadana en Ecuador. En este tema, Mazzolini menciona: *“Uno de los casos menos analizados del populismo de izquierda latinoamericano del siglo XXI es la Revolución Ciudadana Ecuatoriana liderada por Rafael Correa (...) Sin embargo, se puede ganar mucho con el despliegue de la teoría del populismo de Laclau para el caso ecuatoriano. La constitución de una nueva voluntad colectiva en medio de un período de traumas sociales y económicos puede ser persuasivamente analizada a través de su prisma teórico.”* (Ostiguy, Panizza et al, 2021, p. 95). El autor concluye este apartado dedicado a Rafael Correa con una gran ejemplificación del populismo y su discursividad, menciona: *“En línea con la teoría del populismo de Laclau, el proyecto de Correa se basaba (...) de una frontera política radical entre dos campos: por un lado, el “pueblo”, como destinatario de sus llamamientos, y por otro, las “élites”, identificadas por el discurso de la Revolución Ciudadana como los grandes bancos (...) los principales medios de comunicación, los sectores agroexportadores (...) el FMI, el Banco Mundial, así como los gobiernos de Estados Unidos y Colombia.”* (Ostiguy, Panizza et al, 2021, p. 99).

Por otra parte, en 2018 los editores Flavia Freidenberg, Mariana Caminotti, Betilde Muñoz-Pogossian y Tomáš Došek escribieron “Mujeres en la política: Experiencias nacionales y subnacionales en América Latina” (investigación cualitativa y técnica de revisión bibliográfica) en donde los autores hablaron mucho sobre el tema del liderazgo femenino, concepto que se engancha a esta investigación. Beadoux (2018) menciona que cuando una mujer tiene la competencia necesaria para ejercer una posición de poder o liderazgo, es rechazada por la sociedad porque su conducta desafía las creencias de una conducta deseable en perspectiva de género, la misma autora menciona un estipulado de otro autor y dice: *“Cuando existe alguna ambigüedad respecto de la competencia de una mujer en el ejercicio del liderazgo, es muy posible que sea considerada incompetente, mientras que*

cuando su competencia es incuestionable, es probable que sea rechazada socialmente”

(Cuadrado Guirado, 2011). Finalmente, los autores hacen referencia a un argumento de Eagly y Carli (2007) en donde señalan que, aunque sea posible superar las trabas, el camino del liderazgo femenino siempre va a ser un camino lleno de obstáculos.

Objetivos de investigación

Objetivo General

- Identificar rasgos de liderazgo populista femenino dentro del perfil de la ex candidata presidencial y ex diputada Keiko Fujimori en la red social Instagram desde Septiembre del 2022 hasta la fecha que da como resultado 200 posts para el análisis.

Objetivos específicos

- Identificar rasgos populistas de Keiko Fujimori a través de sus posts, reels o vídeos de larga duración que se encuentren en su feed.
- Una vez encontrados los elementos mencionados, describirlos y explicar por qué podemos identificarlos como rasgos de liderazgo populista.

Metodología

Diseño de investigación

Este trabajo se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, la cual según (Urbina, 2020) se orienta a la producción de datos descriptivos como las palabras y la discursividad de las personas. Es decir, estamos hablando de una conducta observable y que nos permitirá alcanzar los objetivos planteados para esta investigación. Esta teoría es sostenida por (Creswell, 1998) quien definió a la investigación cualitativa como un proceso interpretativo de un tema o problema social y que existen varias metodologías para abordar el tópico, la que

nos llama la atención es la denominada *estudio de casos*. En esto está de acuerdo (Morse, 2005) en donde sostiene que la forma de ver del investigador es la forma de conceptualizar y por ende se logra comunicar e interpretar la realidad.

Como se mencionó anteriormente en el apartado del objetivo general, esta investigación se centrará en observar el perfil de un caso de estudio, por lo que tal y como lo define (Hernández et al, 2017) definiremos el alcance como exploratorio puesto que no existen suficientes estudios del mismo y también porque como grupo de investigación estaremos dando paso a nuevos estudios sobre este tema.

Método de Investigación

El método que utilizamos para esta investigación es el de observación digital y tal como lo define (Fabbri, 1998) es el método por el cual establecimos una conexión concreta entre el investigador y el hecho social o caso de estudio, ya que luego recopilamos información en enormes cantidades para luego hacer una síntesis de la misma. También menciona el hecho de hacer énfasis en la técnica de observación más no en el método y dependiendo de la información que se recopile se empieza a ver los datos y organizarlos de acuerdo a los objetivos de investigación. Producto de lo señalado, procedimos a recabar la información del perfil de instagram del sujeto de estudio durante el intervalo de tiempo establecido en el objetivo general para luego resumir lo encontrado.

Unidad de análisis y muestra

La unidad de análisis de esta investigación será el perfil de la red social Instagram de Keiko Fujimori desde septiembre de 2022 hasta diciembre de 2018. Tomamos este intervalo de tiempo porque fue su último ciclo que tuvo como candidata a la presidencia del Perú y porque debíamos cumplir con un total de 200 posts analizados. Hay que recordar que Keiko

nunca ha sido electa, sin embargo ha destacado en el cargo público al ser diputada del congreso. Sin embargo, su perfil no consta de ese material para lograr un análisis por lo que se decidió tomar las últimas elecciones presidenciales en Perú donde ella fue partícipe y al ser un evento reciente, si consta de material en su perfil para llevar a cabo con éxito este análisis.

Temporalidad del estudio

La temporalidad del estudio tuvo una duración de 60 días, es decir 2 meses. Tiempo suficiente para observar como Keiko Fujimori lideró a la gente que la apoyaba durante las últimas elecciones presidenciales del Perú en 2021 y de esta manera, responder a las preguntas y objetivos de investigación planteados.

Análisis de resultados

Una vez analizadas las 200 publicaciones de la lideresa en su cuenta personal de Instagram, se realizó una categorización de datos para un mejor entendimiento a través de la herramienta Google Forms. A continuación observaremos las diferentes categorías:

Tabla 1

Categorías

Codificación	Categorías
C1	Contexto
C2	Performatividad
C3	Imagen
C4	Destinatario del mensaje
C5	Función contenido
C6	Referencia a la audiencia (hermanos, hijos, compañeros, simpatizantes)
C7	Temáticas
C8	Referencias concretas al género
C9	Referencias concretas a la oposición MASCULINA

C10	Referencias concretas a la oposición FEMENINA
-----	---

Nota: Ríos & Luzuriaga, 2020, “La huella de Evita: conceptualizando el populismo latinoamericano desde el liderazgo femenino”.

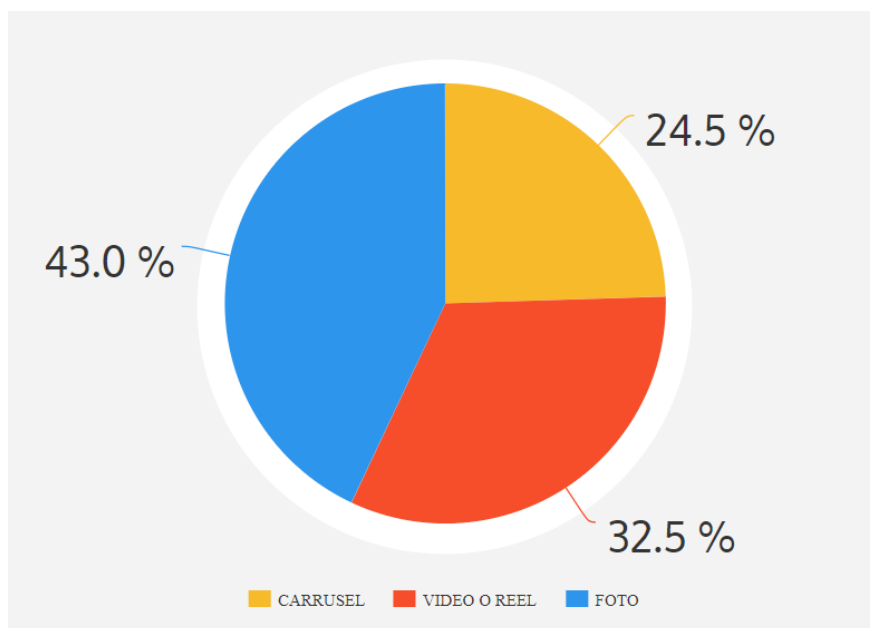
Resultados

Este estudio se enfocó en explicar los rasgos de liderazgo populista femenino dentro del perfil de la ex candidata presidencial y ex diputada Keiko Fujimori en la red social Instagram desde Septiembre del 2022 hasta la fecha que da como resultado 200 posts para su respectivo análisis. Las categorías anteriormente mencionadas se construyeron a partir del semillero de investigación la Huella de Evita en el 2021. Al igual que en otros documentos elaborados este año bajo el mismo tema pero con diferente sujeto de estudio, solo se analizó las categorías C1, C2, C3, C6, C7 y C8.

Finalmente, es válido aclarar que el estudio se realizó en la red social Instagram por lo que existen diferentes tipos de publicaciones que se registraron en el Google Forms para su posterior clasificación y análisis. Estas publicaciones fueron videos, reel, foto (solo una) y carrusel (varias fotos y/o videos). Se permitió unificar video y reel en una misma sección pues básicamente compartían las mismas especificaciones multimedia como capacidad, formato de video y duración.

Para Keiko Fujimori, la categoría de FOTO tuvo mayor presencia en su perfil de Instagram, como se demuestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 1:



En este estudio, los 3 diferentes formatos que se presentaron para este análisis son de carácter relevante, es por eso que se los ha organizado en forma de tablas para describir mejor la conducta de Keiko Fujimori en su perfil de Instagram.

- **Contexto (C1)**

Es importante tener en cuenta que el análisis de estos posts fueron tomados en su gran mayoría antes y durante la campaña política para las elecciones presidenciales de Perú a realizarse en 2021. El primer aspecto que se analizó fue el contenido explícito del posteo, con la finalidad de entender el propósito comunicacional. Los más mencionados fueron: Gestión y administración (74,7%), Confrontación (8,4%) y Representación de la mujer y sus derechos (6,6%). Con menor porcentaje en el timeline de la candidata, estuvieron los siguientes: presencia en medios (5,4%), Reivindicación de grupos oprimidos (2,4%) y Cambio o transformación (2,4%). Hay que destacar que esta pregunta tomada del formulario es una interrogante general y no pertenece a un tipo de formato en específico.

- **Performatividad (C2)**

Para esta segunda categoría, se tomaron dos preguntas que tienen como objetivo responder la performatividad de la lideresa. La primera es la pregunta del formulario *En el sentido performativo, ¿Cuál es la imagen que proyecta la líder en el post?*. Nuevamente estos porcentajes corresponden a una muestra general de las tres categorías. Se conoció entonces que dentro de los 121 posts que ella aparece, un 63,7% muestra una imagen masculinizada. Esto nos lleva a la segunda pregunta en la que queremos dar a conocer qué es lo que la lideresa está haciendo en cada publicación dado que este tema va relacionado con la pregunta anterior. A continuación se elaboró un tabla en donde se presentan la cantidad de actividades que Keiko Fujimori estuvo realizando dentro de la muestra.

Tabla 1

Actividades según el formato

Actividades				
	Asistiendo a un evento	Sentada en una mesa de trabajo	Caminando o haciendo un recorrido	
Reel/vídeo	28	11	14	
Foto	16	0	14	
Carrusel	40	13	35	
TOTAL	84	24	63	171

Fuente: Elaboración propia.

Es así como en esta tabla podemos observar que la actividad que más realizó la lideresa fue la de *Asistiendo a eventos*, esto representa el 49,53% de los posts en donde ella aparece asistiendo a varios eventos convocados por su partido político en

diferentes partes de Perú dada la situación de campaña presidencial. Lo cual corrobora la primera interrogante de que la lideresa sostuvo una imagen masculinizada. Es importante destacar también que en el 69.77% de las publicaciones en general, Keiko Fujimori tenía una actitud alegre. Seguida de un 18,67% en donde su actitud era neutral.

- **Imagen (C3)**

En esta tercera categoría, al igual que en la segunda (C2), comparamos los resultados de dos interrogantes. La primera se trata de *La materialidad de los cuerpos y el sexo de los mismos*, en donde se evidenció los siguientes resultados: En primer lugar tenemos que la lideresa Keiko Fujimori evita materializar la diferencia sexual entre los cuerpos masculinos y femeninos, lo cual se refleja en 174 posts que representa un 87,4% del total de la muestra. Seguido del 6,5% que indica que la pregunta no aplica ya que la lideresa no aparece en los 13 posts correspondientes (figura 1 y figura 2). Es importante mencionar que Keiko Fujimori en su cuenta de Instagram ha subido varias fotos en donde no necesariamente aparece ella sino que aparecen solo sus familiares, otras son comunicados y otras son fotos de paisajes.

Gráfico 2

Se evita materializar la diferencia sexual entre los cuerpos masculinos y femeninos



Fuente: Perfil de Instagram de Keiko Fujimori.

Gráfico 3

Se evita materializar la diferencia sexual entre los cuerpos masculinos y femeninos



Fuente: Perfil de Instagram de Keiko Fujimori.

La segunda pregunta que complementa esta sección es *¿Qué tipo de vestimenta está utilizando en la foto?*, así de esta manera podemos esclarecer cómo Keiko Fujimori se mostraba en su cuenta personal. En la tabla 3 observamos cuantas veces la lideresa repitió vestuario.

Tabla 2

Vestimenta

	Vestimenta					
	Formal	Casual	Deportivo	Elegante	Trajes Típicos	
Reel/video	9	44	10	1	-	
Foto	5	63	5	-	3	
Carrusel	2	38	3	-	6	
Total	16	145	18	1	9	189

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 2 podemos analizar que la lideresa ha utilizado con mayor frecuencia una vestimenta casual para asistir a los eventos de campaña, esto refleja un 76,87% de la muestra total de todos los formatos publicables. Le sigue el tipo de vestimenta deportivo con 18 publicaciones, es decir el 9,7%. Todo esto corrobora el resultado de la primera pregunta correspondiente a esta sección en donde efectivamente se evita materializar las diferencias sexuales entre los cuerpos masculinos y femeninos puesto que Keiko Fujimori en la mayoría de sus posts solía usar las mismas prendas para sus recorridos: Blusa/camiseta de la selección peruana, jeans y unos tenis blancos (figura 1). Cabe mencionar que existen varias fotos que no fueron tomadas en cuenta dentro de la muestra ya que son posts que muestran a la lideresa cuando era una bebé, estas fotografías fueron publicadas por la candidata para recordar momentos en su vida con su familia, sin embargo, no fueron consideradas dentro de la muestra porque la pregunta no aplica.

Gráfico 4



Fuente: Perfil de Instagram - Keiko Fujimori

- **Referencia a la audiencia (C6)**

En esta sección nos referiremos a la audiencia como el grupo de personas que lograron tener contacto con el sujeto de estudio en cuestión. Una vez aclarado esto, se analizó a la audiencia que apareció en los diferentes posts de Keiko Fujimori. Dentro del formulario se presentaron dos preguntas: *¿Aparecen mujeres en la imagen?*, *¿Aparecen niños, adultos mayores, mujeres embarazadas u otro grupo vulnerable?*.

En la primera interrogante, en 133 publicaciones se observó a mujeres que mantuvieron contacto sea directo o indirecto con la lideresa. Este valor representa el 66,5% del total de la muestra correspondiente a esa pregunta. Solo el 33,5% restante no se aprecian mujeres en las publicaciones.

Por otra parte, en la segunda pregunta, en 108 publicaciones no se observó niños, adultos mayores, mujeres embarazadas y grupos vulnerables, este valor representa el 54,3% de la muestra. El 45,7% restante se alcanzó a divisar los grupos anteriormente mencionados. Lo que podemos concluir con estos resultados dentro de

esta sección es que Keiko resaltó en gran parte a las mujeres de su país, esto debido a la campaña presidencial que venía haciendo para las elecciones presidenciales de Perú. Así como también se mostró a grupos vulnerables, niños y adultos mayores.

Es importante destacar que dentro de este análisis a la cuenta de Keiko Fujimori, hay varias fotos que hace referencia a sus hijas, su ex esposo (esposo en esa época), padres y abuelos. Estas publicaciones representan el 14,2% del total de la muestra y aunque no es un porcentaje significativo, podemos decir que la lideresa es una persona apegada a su familia como lo podemos corroborar en las siguientes figuras obtenidas de su cuenta personal:

Gráfico 5



Fuente: Perfil de Instagram de Keiko Fujimori.

Gráfico 6



Fuente: Perfil de Instagram de Keiko Fujimori

Gráfico 7



Fuente: Perfil de Instagram de Keiko Fujimori

- **Temáticas (C7)**

En esta parte de la investigación se analizó los temas que en este caso Keiko Fujimori mostraba en su cuenta de Instagram. Se tomó la pregunta del formulario *¿Qué tematizaciones están presentes en la descripción del post?* y si bien es cierto que existían opciones pre establecidas en el formulario para simplemente seleccionar y finalizar con la pregunta, en este tramo tuvimos que agregar opciones que sean más aterrizadas a lo que Keiko estaba haciendo en la publicación. Para tener una mejor visión, visualicemos la tabla 3:

Tabla 3

Temas abordados

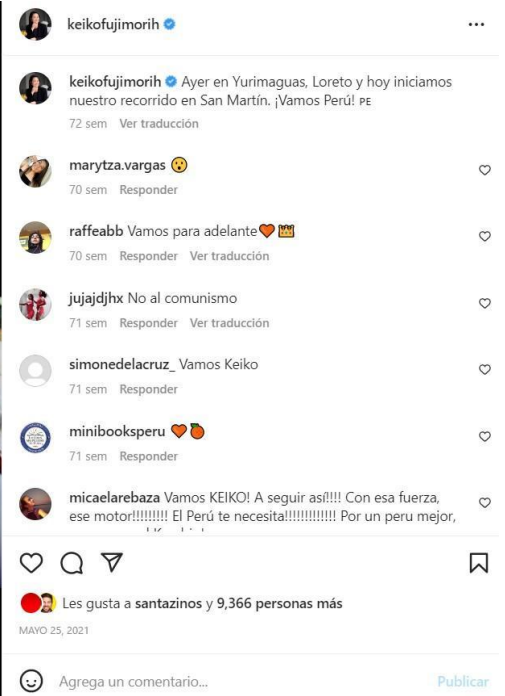
Temas	Frecuencia
Campaña Presidencial	32.5%
Información o datos personales	16%
Apoyo a la comunidad	15%
Elecciones Presidenciales 2021	5.5%
Fechas Conmemorativas	3%
Empoderamiento femenino	2%
Mensaje a sus seguidores	1%
Fortalecimiento del partido	0.5%
Congreso Nacional	0.5%

Fuente: Elaboración propia

La gran mayoría de sus publicaciones estaban relacionadas a su campaña presidencial para los comicios de 2021. A continuación observemos algunas de esas publicaciones con sus respectivas descripciones:

Gráfico 8

En relación a la campaña presidencial



Fuente: Perfil de Instagram de Keiko Fujimori.

Gráfico 9

En relación a la campaña presidencial



Fuente: Perfil de Instagram de Keiko Fujimori.

Gráfico 10

En relación a información o datos personales



Fuente: Perfil de Instagram de Keiko Fujimori.

- **Referencias concretas al género (C8)**

En esta última categoría tomamos en cuenta uno de los temas que analizamos en la primera sección (C1) en donde Fujimori habla sobre la Representación de la mujer y sus derechos, este tema se hizo presente en algunos posts publicados por la lideresa en su cuenta de Instagram y representan el 6,6% del total de la muestra. Al igual que en la C6, aquí también nos encontramos con un porcentaje que no es significativo, sin embargo, podemos establecer que Keiko habló sobre este tema a sus seguidores. Podemos observar lo que se publicó sobre esta categoría a continuación:

Gráfico 11



Fuente: Perfil de Instagram de Keiko Fujimori

Gráfico 12



Fuente: Perfil de Instagram de Keiko Fujimori.

Discusión de resultados

Dentro de esta investigación se explorará el contenido que la lideresa comparte a través de las redes. En este caso, a través de su cuenta de Instagram, la cual es utilizada principalmente para comunicar sus visitas a las diferentes partes del Perú cuando son tiempos de elecciones presidenciales. De acuerdo con Antonio Fons (2017), los resultados electorales de Keiko en elecciones presidenciales pasadas revelan la lealtad que la sociedad peruana mantiene con la ideología del Fujimorismo. Esto se ve reflejado en las expresiones que Keiko Fujimori tiene en sus múltiples visitas a los pueblos y ciudades de su país cuando le tocó realizar lo que hasta ahora es su última campaña presidencial en 2021, según al final de la sección C2 en el 69,77% de las publicaciones, Keiko tiene una actitud bastante alegre, ya que tanto en las fotos como en los videos, se podía apreciar el cariño y la admiración que la gente de diferentes lugares de Perú le tienen a la lideresa. Lupano y Castro (2008) mencionan que existen algunos rasgos de liderazgo femenino que se repiten en Latinoamérica, tales como la protección y los beneficios sociales del pueblo, algo que Keiko en varias de sus publicaciones

(C2) se la observa en mesas de trabajo en donde se reúne con los pobladores de las distintas localidades de Perú en busca de que la lideresa pueda solucionar sus problemas a nivel social.

Para explorar el liderazgo femenino populista en Keiko Fujimori partimos de sus publicaciones en su cuenta de Instagram en donde principalmente se basa en la campaña electoral de las elecciones presidenciales de Perú en 2021. En este caso, podemos desglosar el tema en 3 partes: Campaña (primera vuelta), Elecciones, Campaña (segunda vuelta). En todo este tiempo electoral que duró alrededor de 1 año, Keiko hizo mucho énfasis en las necesidades sociales a través del discurso y el contacto cercano con personas de escasos recursos, creando así una conexión entre la lideresa y las masas, lo cual se reflejó tanto en las votaciones de primera como de segunda vuelta. Transformándola en la candidata a la presidencia con más votos en la historia del Perú. Por otra parte y dejando de lado el tópico central de la Campaña, en su cuenta ella mostró su lado más personal, un lazo muy especial con su familia, habían fotos recordando a su madre y padre, una salida de fin de semana con sus hijas e incluso un vídeo cocinando con ellas. Esta última parte se conecta con lo mencionado por Llanos (2021) en donde sostiene que el liderazgo femenino va de la mano con la identidad de la mujer que logra conciliar una orientación humanística y empática.

Para cerrar, el tema que predominó en su cuenta de Instagram fue la ayuda urgente que la clase trabajadora del Perú necesita. Keiko, dedicó la gran mayoría de su tiempo de campaña en recorrer las partes más vulnerables del país lo cual fue reflejado a través de fotos y videos. Un ejemplo de pie de foto en una publicación fue:

Gráfico 13



Foto: Keiko Fujimori (2021). Descripción: “Hoy en [#Chimbote](#) visité a nuestros hermanos pescadores, quienes necesitan una reactivación y reordenamiento del sector, a través de una mesa de trabajo, que permitan su verdadero progreso. También estuve con los vecinos de San Pedro y Miraflores Alto, con quienes reafirmé mi compromiso de otorgar 2 millones de títulos de propiedad y la implementación de los servicios básicos. ¡Vamos por un cambio hacia adelante!” Lugar: Chimbote, Perú. Tomado de: Instagram - [@keikofujimorih](#)

Todas estas características mencionadas anteriormente forman parte de las ideas propuestas por Laclau (2005), por lo tanto podemos determinar que Keiko Fujimori es populista y proclama sus ideas de crear un nuevo Perú a través de su cuenta de Instagram.

Conclusiones

En base al anterior análisis de los resultados para responder a la pregunta de investigación que plantea descubrir si existen rasgos populistas en la ex congresista y tres veces candidata a la presidencia de la República del Perú (2011) (2016) y (2021), podemos concluir lo siguiente:

Según Margaret Canovan en el libro de Laclau (2005), sostiene que un movimiento político forma parte de la corriente populista cuando cuenta con el apoyo de la clase media

trabajadora y campesina, en este caso, se pudo evidenciar que Keiko Fujimori es una lideresa política populista ya que en la mayoría de sus publicaciones en su cuenta de Instagram la tematización principal fue su campaña presidencial para las últimas elecciones presidenciales de Perú (2021), en donde ella mantuvo siempre una postura de escuchar las necesidades y prometer cambios cuando llegue al poder, todos estos requerimientos en su gran mayoría fueron de ciudadanos peruanos de clase media y dedicadas a actividades como la agricultura, la ganadería y la pesca. Esto responde al apartado de Justificación en donde se indicaba que no era muy claro cuales eran las acciones y rasgos de las lideresas popuistas en LATAM.

En la sección de Metodología, podemos concluir que al recabar información de los 200 posts analizados desde Septiembre del 2022, no pensamos que iba a ser tan extensa la fecha pues era desconocida desde el inicio del análisis. Terminamos de procesar los datos en el último post con fecha del 25 de diciembre de 2018. Es importante recordar que los 200 posts abarcan 4 años de publicaciones en la cuenta de Instagram de Keiko Fujimori.

Finalmente, podemos decir que en Perú existe todavía un fuerte techo de cristal que evidencia barreras para que las mujeres puedan desarrollar sus roles de liderazgo y que a pesar de la corriente machista que vive Latinoamérica, la lucha social y política ha permitido la apertura de incluir mujeres en cargos públicos y en elecciones presidenciales (Ruíz y Camargo, 2017), tal y como ha venido sucediendo en varios países de la región en los últimos años.

Una vez demostrado que Keiko Fujimori es una lideresa política populista y que en Latinoamérica existen ideas y formas de ejecutar el populismo diferentes entre hombres y mujeres, es así como concluye esta investigación “La huella de Evita: Conceptualizando el populismo latinoamericano desde el liderazgo femenino”.

Recomendaciones

Tras haber realizado un trabajo exhaustivo al analizar 200 posts de la lideresa política

populista Keiko Fujimori obtenidos de su cuenta personal de Instagram, se pudo identificar las actitudes, tipos de vestimenta, emociones, y formas de trabajo que Fujimori ha venido desarrollando en estos últimos años. Se recomienda hacer un seguimiento a sus publicaciones a partir del año 2022 para conocer cómo se prepara la lideresa de cara a las próximas elecciones presidenciales en 2026 y comprobar si cambia o no la metodología cuando ya se encuentre realizando una eventual campaña política, de la mano de esta investigación.

Referencias bibliográficas

- Beaudoux, V. G. (2019). Medios de comunicación, estereotipos de género y liderazgo femenino en América Latina. *Mujeres*, 119.
- de Nicolás Castro, C. (2021). Feminizar la política desde el marco local como motor democrático. *Capital humano: revista para la integración y desarrollo de los recursos humanos*, (362), 11.
- Ortiz Mármol, Egda. (2009). Populismo y democracia en América Latina. *Frónesis*, 16(1), 43-62. Recuperado en 12 de agosto de 2022
- Barry, Carolina (2011) : Eva Perón y la organización política de las mujeres, Serie Documentos de Trabajo, No. 453, ISBN 978-987-1062-64-5, Universidad del Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina (UCEMA), Buenos Aires
- Fernández Poncela , Anna María (2006). Mujeres y política en América Latina: dificultades y aceptación social. *Argumentos*, 19(51),117-143.
- MUDDE, CAS Y ROVIRA KALTWASSER, CRISTÓBAL (2019): POPULISMO: UNA BREVE INTRODUCCIÓN.
- Onu Mujeres (2020). La representación de mujeres en la sociedad.
- Meléndez, Carlos. (2019). La derecha que se bifurca. Las vertientes populista-conservadora y tecnocrática-liberal en Perú post-2000. *Colombia Internacional*, (99), 3-27.

- Fons, A. G. (2017). El triunfo populista de Alberto Fujimori en Perú en el año de 1990. *InterNaciones*, (11).
- TORRE, Carlos (2020). *Routledge handbook of global populism*.
- DRAKE, Paul. W. (1982). "Conclusion: Requiem for Populism?"
- LACLAU, Ernesto (2005). La razón populista
- Lupano Perugini, M. L., & Castro Solano, A. (2011). TEORÍAS IMPLÍCITAS DEL LIDERAZGO MASCULINO Y FEMENINO SEGÚN ÁMBITO DE DESEMPEÑO. *Ciencias Psicológicas*, 5(2), 139–150. <https://doi.org/10.22235/cp.v5i2.80>
- Llanos Zuloaga, M. (2021). Liderazgo femenino en situaciones de emergencia. Pandemia Covid 19 en Perú. *Avances En Psicología*, 29(2), 151–166. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2021.v29n2.2401>
- Cevallos, J. (2016). El populismo: ¿una amenaza a la democracia en América Latina? Un diálogo con Kurt Weyland. *ÍCONOS*, (56), 163-168. Retrieved 19 July 2022, from [http://El populismo: ¿una amenaza a la democracia en América Latina? Un diálogo con Kurt Weyland](http://El%20populismo:%20%u00c3%ba%20una%20amenaza%20a%20la%20democracia%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina?%20Un%20di%C3%A1logo%20con%20Kurt%20Weyland).
- Rios, I., & Umpierrez de Reguero, S. (2022). *¿Cómo y por qué estudiar la influencia del populismo en el comportamiento político?* (1st ed., p. 12). Universidad Casa Grande.
- Ortiz Mármol, Egda. (2009). Populismo y democracia en América Latina
- Rios, I., & Umpierrez de Reguero, S. (2022). *¿Cómo y por qué estudiar la influencia del populismo en el comportamiento político?* (1st ed., p. 168). Universidad Casa Grande.
- Stogdill, R.M. (1974). *Handbook of leadership: A survey of the literature*, New York: Free Press.
- Agudo, José Luis, & Vázquez Toledo, Sandra, & Liesa Orús, Marta (2014). La conceptualización del liderazgo: una aproximación desde la práctica educativa. REICE. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*
- s Zuloaga, M. (2021). Liderazgo Femenino en Situaciones De Emergencia. Pandemia Covid 19 en Perú. *Avances En Psicología*, 29(2), 151–166. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2021.v29n2.2401>

- Blackmore, J. (2006). Justicia social y el estudio y la práctica del liderazgo en la educación: una historia feminista. *Journal of Educational Administration and History*, 38, 185-200.
- Lagarde, M. (1999). Claves feministas para liderazgos entrañables.
- Hernán Fair (2015). Análisis político del discurso de Ernesto Laclau: una propuesta para la investigación social transdisciplinaria *ÍCONOS*, (54), 199-226.
- Yarce, J. (2010). ¿ Qué es el liderazgo. *Recuperado del sitio: http://www.liderazgo.org.co/JorgeYarce/lider_va/que_es_el_liderazgo.pdf*, 5-05.
- Pierre Ostiguy, Francisco Panizza y Benjamin Moffitt (2021). Populism in Global Perspective: A Performative and Discursive Approach
- Mujeres en la Política. Experiencias nacionales y subnacionales en América Latina, México, iecm - unam - iij, 2018. Tla-Melaua, Revista de Ciencias Sociales. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales.
- Urbina, E. C. (2020). Investigación cualitativa. *Applied Sciences in Dentistry*, 1(3).
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative Research Inquiry and Research Design. Choosing among Five Traditions*. Thousand Oaks, California: Sage Publications Ltd.
- Morse, J. (2005). Fostering qualitative research. *Qualitative Health Research*, 15 pp. 287-288
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2017). Alcance de la Investigación.
- Fabbri, M. (1998). Las técnicas de investigación: la observación. *Disponible en: [humyar.unr.edu.ar/escuelas/3/materiales% 20de% 20catedras/trabajo% 20de% 20campo/solefabril.htm](http://humyar.unr.edu.ar/escuelas/3/materiales%20de%20catedras/trabajo%20de%20campo/solefabril.htm)*. (Fecha consulta: Julio de 2013).