



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

Analizando a Epsy Campbell: ¿posible lideresa populista del siglo XXI?

Elaborado por:

MARIA VIRGINIA PRIETO CABRERA

GRADO

**Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:
Licenciado en Marketing, con mención en Planning (Consumer Insight).**

Guayaquil – Ecuador

Noviembre 2022



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

Analizando a Epsy Campbell: ¿posible lideresa populista del siglo XXI?

Elaborado por:

MARIA VIRGINIA PRIETO CABRERA

GRADO

**Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:
Licenciado en Marketing, con mención en Planning (Consumer Insight).**

DOCENTE INVESTIGADOR

Ingrid Ríos

CO-INVESTIGADOR

Estefanía Luzuriaga

Guayaquil – Ecuador

Noviembre 2022

Resumen

Actualmente, dentro de Latinoamérica existe un crecimiento considerable de líderes y lideresas políticos populistas, sin embargo, el concepto de populismo desde un punto de vista de liderazgo femenino ha sido poco estudiado. Por esta razón la investigación tuvo como objetivo identificar características de populismo femenino en la cuenta de Instagram de nuestro estudio de caso, la ex vicepresidenta de Costa Rica Epsy Campbell desde septiembre del 2022 hasta octubre 2018. Para el desarrollo de esta investigación, se exploró el perfil de Instagram mediante el uso de herramientas y técnicas de carácter cuantitativo, para así determinar si el sujeto de estudio cumple con características que la puedan definir como una lideresa populista latinoamericana y cómo se refleja su liderazgo femenino a través de su cuenta en esta popular red social. Como resultado principal se pudo determinar rasgos muy definidos de la imagen fuerte pero neutral que Epsy construye en Instagram, y que a pesar ciertas características populistas, no podría ser definida o caracterizada como una líder femenina populista del siglo XXI.

Palabras clave: Liderazgo femenino, populismo, Latinoamérica, liderazgo populista femenino, Epsy Campbell.

Abstract

Currently, within Latin America there is a considerable growth of populist political leaders, however, the concept of populism from a female leadership point of view hasn't been studied enough. For this reason, the research aimed to identify characteristics of female populism in the Instagram account of our case of study, the former vice president of Costa Rica Epsy Campbell from September 2022 to October 2018. For the development of this research, the Instagram profile was explored through the use of quantitative tools and techniques, in order to determine if the study subject meets characteristics that can define her as a Latin American populist leader and how her female leadership is reflected through her account on this popular social media. As a main result, it was possible to determine very defined features of the image of strong but neutral that Epsy builds on her Instagram, and that despite certain populist characteristics, she could not be defined or characterized as a populist female leader of the 21st century.

Key Words: Female leadership, populism, Latin America, female populist leadership, Epsy Campbell

Tabla de Contenido

1. Introducción.....	7
1.1 Planteamiento del Problema.....	7
1.2 Justificación.....	9
1.3 Antecedentes.....	10
2. Revisión de Literatura.....	12
2.1 Estado del Arte.....	12
2.2 Marco Conceptual.....	16
2.1.1 Populismo.....	17
2.1.1 Liderazgo y Liderazgo Femenino.....	20
3. Objetivos de Investigación.....	22
3.1 Objetivo General.....	22
3.2 Objetivos Específicos.....	23
4. Metodología.....	23
4.1 Diseño de Investigación.....	23
4.2 Método de Investigación.....	24
4.3 Unidad de análisis y Muestra.....	25
4.4 Temporalidad del Estudio.....	25
4.5 Análisis de resultados.....	26
4.6 Consideraciones Éticas.....	26
5. Resultados.....	27
6. Discusión de Resultados.....	37
7. Conclusión.....	39
8. Recomendaciones.....	41
9. Referencias.....	42

10. Anexos.....	48
------------------------	-----------

Índice de Tablas

Tabla 1 Categorías.....	26
Tabla 2 Expresiones en cada formato.....	29
Tabla 3 Tipo de vestimenta.....	32
Tabla 4 Tematizaciones.....	36

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Formato de los posts.....	27
Gráfico 2 Temáticas de los posts.....	28
Gráfico 3 Expresiones de Epsy en formato carrusel.....	30
Gráfico 4 Enfatiza las particularidades sexuales femeninos.....	31
Gráfico 5 Evita materializar la diferencia sexual corporal entre los géneros.....	32
Gráfico 6 Vestimenta.....	33
Gráfico 7 Vestimenta.....	33
Gráfico 8 Porcentaje de cuántas mujeres aparecen en las publicaciones.....	34
Gráfico 9 Porcentaje de aparición grupos vulnerables en los posts.....	35
Gráfico 10 Referencia al género femenino.....	36

Nota Introdutoria

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. t. 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

Planteamiento del Problema

Es difícil hablar de la historia política latinoamericana sin referirnos al populismo. A partir del siglo XX y hasta hoy en día los teóricos, analistas y la población en general identifican diferentes oleadas de líderes populistas en la región. Nos referimos a actores políticos como Carlos Menem, Juan Domingo Perón, Lázaro Cárdenas, entre otros (Casullo, 2019) que nos dejan un claro ejemplo de cómo la región vivió una época exclusiva de gobiernos que usaban discursos de “carácter anti elitista y anti-establishment” (Block E, 2010, p. 67). La teoría establece tres olas distintas de populismo en América Latina: el populismo clásico, que va desde los años 40 hasta los 70. De acuerdo a Weyland (2001) el populismo clásico corresponde a la primera incorporación de sectores excluidos, cuando los líderes crean instituciones y organizaciones tales como partidos y sindicatos. El neopopulismo de los 90 que se ve determinado por la lucha en contra de la clase política, no se crean partidos y se moviliza a los electores a base de redes que se activan en cada elección (Weyland, 2001); y el populismo de izquierda, ejemplificado por los regímenes de Hugo Chávez, Evo Morales y Rafael Correa (de la Torre, 2013) el cual se ve caracterizado por la ideología que se basa en la separación de la sociedad en donde la élite es corrupta y el pueblo es puro, y la voluntad popular es central (Mudde, 2004).

Sin embargo, aunque haya diversos estudios sobre el populismo aún no existe un concepto único o consensuado sobre este (de la Torre, 2000). Por ejemplo, tenemos a Block (2010, p. 66) que lo define como una “habilidad de mover fibras y sentimientos”. Otros autores como Ernesto Laclau llegan a definirlo como una “lógica política” (2005, p.13) o de la Torre que lo conceptualiza como “una forma de dominación autoritaria que incorporaba a los excluidos de la política” (2013, p.120), por otro lado, Weyland (2001) definió el populismo como una estrategia política para llegar o ejercer el poder con el que líderes

personalistas buscan el apoyo directo no mediado ni institucionalizado de un gran número de seguidores.

La amplia bibliografía sobre populismo ha estado construida en su mayoría en base a líderes políticos masculinos. Esto nos llevó a identificar en primera instancia (en la primera fase de este proyecto semillero 2021) un vacío y una necesidad de explorar si existen y cómo se caracterizarían las lideresas femeninas con rasgos populistas en América Latina.

A pesar que en las últimas cuatro décadas en la región de América Latina han llegado al poder diversas lideresas, entre ellas Evita Perón (Argentina, 1974–1976), Michelle Bachellet (Chile, 2006–2010; 2014–2018), Cristina Fernández (Argentina, 2007– 2015), Dilma Rousseff (Brasil, 2011–2016), parece que han sido invisibilizadas desde la literatura sobre el tema.

Es por esta razón, que surge el proyecto de investigación titulado “La huella de Evita: conceptualizando el populismo latinoamericano desde el liderazgo femenino” el cual se va a basar en un caso de estudio y buscará identificar los rasgos de populismo femenino que podría tener la ex vicepresidenta de Costa Rica, Epsy Campbell, y de esta forma definir si ella posee características que la enmarcan como un personaje populista del siglo XXI.

Aproximarnos a este caso de estudio permitirá que se validen categorías diseñadas en el primer año del proyecto de investigación para explorar los liderazgos populistas desde categorías femeninas. Es dado a este motivo que se establece la pregunta de investigación que busca responder, si ¿existen y qué características populistas se evidencian en el discurso de la exvicepresidenta de Costa Rica Epsy Campbell?

Para poder llevar a cabo este estudio primero debemos entender cuáles son las características que definen a una lideresa política y aunque no existan investigaciones, se debe examinar otros casos de éxito de estas mujeres y de esta manera identificar qué similitudes hay en sus discursos y entre ellas. Hay que recordar que el mayor atributo de los

populistas es su discurso, en el cual se construye al pueblo y a las élites como polos antagónicos tal como lo mencionó de la Torre (2013) los líderes populistas revelan a flor de piel los deseos y virtudes del pueblo, prometen devolver el poder al pueblo y eliminar el dominio de las élites políticas, económicas y culturales.

Finalmente, los estudios que se han realizado a lo largo de los años sobre el populismo se han basado netamente en personajes de género masculino, por lo tanto, el concepto creado o las características de esta “estrategia política” han sido masculinizadas no solo por los políticos, sino que también por los medios de comunicación creando así un estereotipo de género en la sociedad.

Justificación

Ante la falta de conocimiento del populismo liderado por féminas, teniendo en cuenta que dentro de los últimos años existe un continuo crecimiento de la participación de las mujeres dentro de la política latinoamericana, se crea un vacío exploratorio que da la apertura a este estudio, que llegará a comprender como se ha hecho uso de la estrategia populista y las lideresas de la región. Se debe tener en consideración que existen personajes singulares como el de Evita Perón que han tenido relevancia a lo largo de los años, sin embargo, esto no significó que a través del tiempo más mujeres pudieron alcanzar altos puestos de poder dentro de Latinoamérica. Tenemos a dos mujeres más que han sido catalogadas como populistas y las que más alto han llegado dentro del rango político (presidentas), estas son Cristina Fernández de Kirchner (Argentina) y Michelle Bachelet (Brasil) (Buvinic & Roza, 2004; Riveros, 2018). A través de los años se han realizado pocos estudios sobre el tema, por ejemplo, el de María Esperanza Casullo llamado *How to Become a Leader: Identifying Global Repertoires for Populist Leadership* en el cual se identificó un patrón de comportamiento que se lo ha llamado “mujer fuerte” del cual la mayoría de lideresas populistas hace uso de este, en el caso de América Latina, Cristina Fernández de Kirchner ha

sido la política que más hecho uso de esta característica o patrón. De la misma manera, el estudio se va ajustando al contexto en el que cada lideresa se desenvuelve, lo que significa que el accionar de cada una depende de la situación de su propio país (Casullo, 2019).

Antecedentes

A partir del nuevo siglo América Latina experimentó nuevos casos de populismo de izquierda en varios países de la región, esto comenzó a partir de la victoria de Hugo Chávez en el año de 1998 en Venezuela y se multiplicó por casi toda la región, a tal grado que como indica Stoessel “once de los dieciocho países latinoamericanos eran gobernados por presidentes de centro-izquierda o izquierda” (2014, p.124). Lo que ayudó a que estos partidos políticos tengan éxito y se conviertan en los gobiernos de sus respectivos países fueron los acontecimientos que ocurrieron en los años que llegaron al poder, por ejemplo, tenemos el impacto que había dejado la crisis financiera a finales de la década de los 2000 en los diferentes países de América Latina y por supuesto el resultado de la oposición a las políticas neoliberales. Es así como estos casos de éxito denominados como la marea rosa (*pink tide*), se diferenciaban por tener discursos en los cuales lograron que el pueblo se ponga en contra de la élite (Rovira Kaltwasser, 2014), entre los líderes que entran en esta ola están Rafael Correa, Néstor y Cristina Kirchner y Evo Morales.

La caída de los presidentes populistas de izquierda dejó a sus países con problemáticas profundizadas, los ciudadanos se sentían molestos por las dificultades que cada vez se hacían más palpables, comenzaron a enfrentar un contexto social, económico y político en el cual la desigualdad y la incertidumbre se sentía mucho más de cerca (CEPAL,2020). Por los acontecimientos que se vivían en la región desde hace varios años atrás, los pueblos de los países de Ecuador, Chile, Bolivia, Perú, y Colombia salieron a protestar para el año de 2019 puesto que ya no soportaban más la desigualdad e incertidumbre que estaba creciendo dentro de los mismos (BBC, 2019).

Ahora bien, es cierto que la gran mayoría de gobiernos en la región han sido liderados por hombres no podemos dejar de lado a las lideresas Latinoamericanas quienes fueron capaces de romper la barrera invisible, más “conocida como la metáfora de techo de cristal que ha sido sustituida por el laberinto del liderazgo” (Ruiz Seisdedos & Grande Gascón, 2015). Estas mujeres que pudieron llegar a la presidencia de igual manera son Violeta Barrios de Chamorro (Nicaragua, 1990-1997); Mireya Moscoso (Panamá, 1999-2004); Ertha Pascal-Trouillot (Haití, 1990-1991); Lidia Gueiler Tejada (Bolivia, 1979-1980); Rosalía Arteaga (Ecuador, 1997-1997); Jeanine Áñez (Bolivia, 2019-2020); Xiomara Castro (Honduras, 2022) y Laura Chinchilla (Costa Rica, 2010-2014).

Las similitudes del ascenso al poder entre estas mujeres son varias, por ejemplo, tenemos a Mireya Moscoso y Xiomara Castro las cuales dentro de la política se vieron apoyadas e influenciadas por hombre allegados a ellas, sus esposos, que anterior a ellas fueron presidentes de sus respectivas naciones. Violeta Barrios de Chamorro es un caso similar a las lideresas anteriores ya que su esposo no llegó a ser presidente, pero fue director y dueño del periódico, La Prensa en Nicaragua y así mismo líder de la Unión Democrática de Liberación (UDEL). De igual manera son los casos de Ertha Pascal-Trouillot, Lidia Gueiler, Rosalía Arteaga y Jeanine Áñez, las cuales llegaron al poder debido a golpes de estado, destitución y renuncia del presidente, estas cuatro mujeres fueron presidentas por un periodo de tiempo muy corto, menos de un año, en especial Rosalía Arteaga que su mandato duró únicamente dos días. Asimismo, se debe tener en cuenta que Gueiler fue derrocada y exiliada de su país antes de terminar su mandato correctamente. Por último, tenemos a Laura Chinchilla, la cual tuvo una larga vida política antes y después de su mandato, siendo la única entre estas lideresas en alcanzar la presidencia por su propio esfuerzo. Es así como se puede evidenciar que más de la mayoría de las mujeres dentro de la política que han llegado al

poder es gracias al gran apoyo de sus familiares de género masculino o por un contexto social complicado dentro de sus países.

Finalmente, así como Laura Chinchilla llegó a ser la primera presidenta de Costa Rica, la primera vicepresidenta de ese mismo país fue Epsy Campbell en el año 2018 terminando su mandato a inicios del 2022, además de esto se convirtió en la primera mujer afrodescendiente en ocupar dicho puesto en América (CEPAL,2022). No obstante, antes de llegar a este alto cargo público, Campbell fue dos veces diputada de la República por el Partido Acción Ciudadana (PAC), de centro-izquierda.

Revisión De Literatura

Estado del Arte

Al no haber un concepto fijo que determine qué significa el populismo, se ha abierto la puerta a diversos estudios para conceptualizar este término que ha tenido gran impacto dentro de la región latinoamericana. Es así como Campos-Herrera y Umpierrez (2019) en su artículo *Critical Debates Populism in Latin America: Past, Present, and Future*, publicado por *Cambridge University Press*, realizan una revisión del estudio del populismo en Latinoamérica, y esta se divide en tres partes. Primero, se describen las principales aproximaciones teóricas sobre el término; lo estructural, lo discursivo, los enfoques político-estratégicos, ideacionales y socioculturales. El siguiente paso, fue examinar brevemente cuatro libros que tratan sobre el populismo en la región latinoamericana, los autores son Barr, Block, Finchelstein y Jansen. Y en tercer lugar, se propone diversas consideraciones para futuras investigaciones basadas en los cuatro trabajos revisados e ideas propias, extraídas de las tendencias recientes en la literatura internacional sobre populismo. El objetivo principal de esta investigación fue demostrar que cada autor se adhiere a uno o una combinación de las cinco aproximaciones teóricas mencionadas por Campos-Herrera y

Umpierrez. Como resultado, nos enseña que el enfoque ideacional no tiene gran acogida dentro de la región y que esto puede abrir puertas a nuevos estudios basados en esta aproximación ideacional dentro de América Latina.

Según Campos-Herrera y Umpierrez (2019, p. 3) el populismo es una “débil ideología que se puede fácilmente combinar con otras, como el socialismo, el nativismo o el autoritarismo”, asimismo Vittori (2017, p.45) define al populismo como una “ideología centrada en la debilidad cuyo núcleo es representada por: (a) la mentalidad anti-élite versus la mentalidad de “pueblo”, y (b) la crítica de la política representativa”. Es así como vemos una similitud entre estos autores que emergen en que el populismo es una ideología débil antielitista que se puede combinar con otras.

En cuanto al liderazgo femenino se trata tenemos el artículo escrito por L. Ruiz y Camargo (2018) *Estilos de liderazgo político de las presidentas elegidas democráticamente en Latinoamérica: un estudio usando modelos probabilísticos* publicado por *Revista Encuentros*, en el cual se realizó un análisis documental que unió diversas fuentes primarias y secundarias con la finalidad de rehacer el contexto socio-histórico en el cual las seis lideresas estudiadas tuvieron la oportunidad de capitalizar sus trayectorias dentro de la política y por consiguiente pudieron revelar sus verdaderos estilos de liderazgo. Aparte de esto se hizo uso de un modelo Probit para así establecer qué tan desiguales fueron los mandatos de las presidentas estudiadas con respecto a sus predecesores masculinos. El objetivo principal fue identificar los estilos de liderazgo ejercido por seis presidentas en Latinoamérica. Y entre los resultados que arrojó la investigación fue un perfil de liderazgo democrático para aquellas mujeres presidentas con heterogeneidad en aquellos casos de ascenso al poder, por lo que se concluyó que el estilo de liderazgo entre las mujeres y hombres en la región es transaccional, y no hubo ninguna diferencia al pasar el poder de ellos a ellas.

L. Ruiz y Camargo (2018) indican que para poder analizar bien a las presidentas electas democráticamente se debe comprender las especificidades de sus gobiernos y los vínculos frente a los variados contextos sociales de cada una, para que de esta manera se pueda caracterizar sus verdaderos estilos de liderazgo. Ya que de esta forma no se tiene en cuenta sólo el aspecto personal o psicológico, sino que también depende de los malestares que se viven dentro de sus propios contextos socio estructurales.

Del mismo modo, Jiménez y Romero (2018) en su estudio denominado *El liderazgo político con perspectiva de género*, publicado en *Investigación y género. Reflexiones desde la investigación para avanzar en igualdad: VII Congreso Universitario Internacional Investigación y Género*, realizan un análisis sobre liderazgo político desde una perspectiva de género. La cual se basó en una revisión bibliográfica acerca de lo más significativo sobre el liderazgo en general y el liderazgo político femenino en concreto. La metodología usada en este trabajo fue la relación entre las teorías anteriormente mencionadas con las teorías feministas sobre el poder y el papel que las mujeres desempeñan en las instituciones políticas. Una vez hecho este análisis, se procedió a hacer otro sobre casos de mujeres que actualmente ejercen o que hayan ejercido algún cargo de liderazgo político recientemente, los casos de estudio son: Angela Merkel, Dilma Rousseff, Hillary Clinton, Michelle Bachelet y Katrin Jakobsdóttir. En cuanto a los resultados que obtuvieron es que efectivamente se puede llegar a percibir ciertas características propias del liderazgo femenino, sin embargo, dichas características al ser evidente en muy pocas mujeres no pueden ser generalizadas en su totalidad en las líderes.

No se puede generalizar el caso de liderazgo político femenino, ya que son pocos los casos que existen, lo que lo convierte en una excepcionalidad, sin embargo, esto se vuelve un círculo vicioso puesto que hay pocos casos, nunca se podrán obtener conclusiones generales, estas seguirán siendo excepcionales hasta el momento que exista una buena cantidad de casos

de lideresas políticas. Es por eso que es importante y se debe estudiar el tema de liderazgo político femenino desde la perspectiva en donde las mujeres hacen uso de las características que normalmente son atribuidas a los hombres.

Asimismo, un tema relevante es el de los estereotipos de género utilizados por medios de comunicación para referirse y encasillar a las mujeres candidatas en época de campaña, por ejemplo, el estudio denominado *Los estereotipos de género en las campañas electorales de 2018 en México. Análisis de la representación de la mujer en los spots electorales* (Marañón et al., 2021) publicado en la *Revista De Comunicación* realizó un análisis de contenido cuantitativo que buscó identificar los estereotipos de género que son utilizados en los spots políticos transmitidos en las campañas de varios procesos electorales de México en el año 2018, la proyección y las diferencias dependiendo del género del candidato o candidata. La metodología utilizada se basó en identificar las siguientes palabras: mujer moderna, mujer sensual, mujer frágil o sometida, luchadora-transgresora y mujer tradicional dentro de los diferentes spots políticos presentados en las treinta entidades federativas y a nivel federal, en donde se observó las características de las mujeres que aparecían en estos anuncios sean estas candidatas o no. El estudio fue llevado a cabo mediante la técnica antes mencionada, más un acercamiento observacional, el cual permitió que a través de un análisis cuantitativo se pueda investigar cualquier mensaje. Dentro de los resultados se encontró que, aunque dos estereotipos positivos fueron los que más aparecieron dentro de los spots, siendo éstos mujer moderna y mujer luchadora-transgresora, fueron estos spots los que menos veces se transmitieron dentro de las campañas electorales, dando lugar a el estereotipo de mujer sensual y el de mujer frágil o sometida los más televisados en muchas ocasiones y durante más días.

De la misma forma, el estudio nombrado *Género y Campañas Electorales en América Latina: un análisis del discurso femenino en la propaganda televisiva* (Panke, 2015)

publicado en *Razón y Palabra*, trata sobre un análisis de los spots electorales que se transmiten por televisión durante las campañas electorales de Dilma Rousseff (Brasil), Michelle Bachelet (Chile) y Cristina Kirchner (Argentina). La pregunta de investigación que guió este estudio fue ¿la posición de las candidatas neutraliza o refuerza los estereotipos de género? La metodología utilizada fue analizar el contenido de manera que se pueda medir la presencia de la palabra “mujer” en los diferentes spots y la posición adoptada en los otros aspectos de las campañas televisivas, partiendo de tres diferentes códigos, estos son: icónico, lingüístico y sonoro. Dentro de los resultados se pudo comprobar que efectivamente los temas a tratar en las campañas se basaron netamente sobre maternidad y creación de empleo. Del mismo modo se comprobó que las candidatas para superar los estereotipos de género tuvieron que ser presentadas con cualidades masculinizadas del liderazgo político, estas son: seriedad, determinación, competencia, inteligencia, capacidad de liderazgo, entre otras. En cuanto al análisis que se realizó a los spots desde los códigos icónicos, lingüísticos y sonoros se pudo encontrar que las candidatas estudiadas en ciertos momentos replicaron estereotipos de género dentro de sus campañas, siendo la ex presidenta de Brasil Dilma Rousseff la lideresa que más reforzó dichos estereotipos (Panke, 2015).

Es así como queda un largo camino por recorrer dentro de Latinoamérica para poder volver a construir el concepto del rol de la mujer en la sociedad puesto a que en el discurso publicitario hasta el día de hoy se continúa primando las ganancias de las empresas por encima del de las personas, de modo que se siga promoviendo los estereotipos, características, conductas y valores dependiendo del género (Sepúlveda, 2017).

Marco Conceptual

En este apartado se profundizará en dos conceptos significativos para dirigir el estudio a realizarse. Dado a que el objetivo es establecer qué características de liderazgo político femenino populista supone tener el sujeto de estudio. El primer término a desarrollar es el

populismo, en este se conocerá cuáles son los enfoques que tiene, además de las definiciones que le han sido otorgadas. Consecuentemente, se realizará una aproximación conceptual de lo que significa liderazgo a modo de ahondar en las aproximaciones de donde surge el liderazgo político femenino. A partir de esto, se podrá establecer ciertas características, estereotipos o manifestaciones sobre lo que es el liderazgo femenino.

Populismo

Como se ha mencionado anteriormente el término populismo no tiene un concepto único o consensuado de lo que significa, hay diversas definiciones que explican de qué se trata, más sin embargo, no se llega a un consenso establecido (Mudde, 2004). Es así como Melo (2014) define al populismo como un término polisémico, es decir que tiene una pluralidad de significados. O como de la Torre (2017) lo enmarca bajo la premisa de “categoría debatida” y Aslanidis lo define como de naturaleza camaleónica (2015). Por lo que al existir un palpable desacuerdo de cómo conceptualizar el término populismo, el mismo se lo ha tratado como una estrategia política, un estilo político, ideología, relación sociocultural, articulación discursiva y más. Es debido a esto que se hace aproximaciones a través de cinco enfoques para poder conceptualizar qué es el populismo. De acuerdo a lo mencionado anteriormente Campos-Herrera y Umpierrez de Reguero (2019) indican que los enfoques son: estructural, estratégico, discursivo, ideacional y sociocultural.

En primer lugar, tenemos al enfoque estructural el cual tiene sus inicios a mediados de 1900. Según Germani (1973) ubica al populismo como un fenómeno pasajero, siendo este marcado por el trasfondo social y la transformación de la sociedad. Asimismo, este enfoque (Germani, 1978) es “un movimiento multclasista” (p.95) que se ve definido por una ideología heterogénea que puede ser tanto de derecha o izquierda. Es así como el mismo autor establece tres importantes condiciones de modo que este enfoque sea considerado, estas

son: la contraposición entre el pueblo y la élite, la formación de la clase media y los estándares culturales (1978).

El siguiente enfoque es el estratégico, es planteado así como su nombre lo indica como una estrategia política en la cual hay una relación directa entre una masa desorganizada que se percibe a sí misma como excluida del mundo político; esta masa apoya a algún líder personalista que ejerce o busca ejercer el poder apoyado en la masa puesto que si en algún momento el líder no cumple con las expectativas del pueblo, el apoyo de ellos hacia el actor político se vería disuelto rápidamente, lo que significaría el final de este gobierno populista (Weyland, 2001). De la misma manera, la estrategia populista debe ser llevada a cabo o ejecutarse por el actor político ya que esta no es natural o propia de las personas (Weyland, 2001).

Por otro lado, el enfoque discursivo nace desde una posición normativa y a su vez propone la construcción de una nueva identidad popular (que tiene como base la lucha del pueblo) la cual es llevada a cabo a través del discurso (Laclau, 2005) este enfoque muestra al populismo como una categoría ontológica, es decir la forma en la cual la sociedad es instituida por lo político. Entre las principales características que este enfoque puede tener son: la interpelación de un sujeto, articulación de demandas populares y la producción de significantes vacíos (Gutiérrez, 2011). Asimismo, Laclau (2011) menciona que dentro del populismo se encuentra un concepto denominado cadenas de equivalencias, el cual reúne diversas demandas frustradas de diferentes grupos del pueblo, estas demandas crean una línea y a la final se produce una frontera entre el poder y las demandas que han sido rechazadas por las autoridades.

El siguiente enfoque es el ideacional en el cual Mudde y Rovira Kaltwasser (2017) mencionan que el populismo es una delgada ideología que se basa en la división del pueblo en dos grupos sociales, de esta manera la sociedad se ve separada en dos diferentes campos

homogéneos y antagónicos, estos son, el “pueblo puro” y la “élite corrupta”, el pueblo se establece retóricamente como “legítimo” lo que ayuda al líder a que se le otorgue la potestad de llevar a cabo una voluntad general. Esto sería considerado como la creación de una estrategia promulgada que ha sido afianzada, ya que, gracias a esta separación de grupos, el actor político puede mantener o llegar al poder. Mudde y Rovira Kaltwasser destacan que este antagonismo entre los dos grupos es esencialmente coyuntural y multivariable.

Ambos grupos están en un conflicto constante y son integrados por personas dedicadas a la política con agencias relacionadas a cada uno. En el primer grupo podemos encontrar a las personas comunes, es decir la ciudadanía, los cuales poseen deseos íntegros que sean en favor por el bien común. Sin embargo, el otro grupo de la élite busca perturbar lo popular por razones propias y egoístas. Además, los autores precisan que el populismo no es solo de derecha o de izquierda, este puede verse plasmado en ambos grupos políticos (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2017). Finalmente, el enfoque sociocultural planteado por Ostiguy (2017) establece que esta perspectiva ubica al populismo como un “show” en donde los participantes tienen igual nivel de importancia, ya que existe una fuerte conexión sociocultural entre ellos, estos son el pueblo y un líder personalista, este busca a través de formas populares culturales llegar al poder mediante un gran cimiento social construido.

Weyland (2017) establece en su obra *Populism: A Political–Strategic Approach* que el término populismo es una estrategia política que es usada por un líder personalista con el único objetivo de adquirir el poder gubernamental o, de lo contrario, mantenerlo.

Asimismo, Mudde y Rovira Kaltwasser (2013) plantean que el populismo se basa en tres conceptos centrales, estos son: el pueblo, la élite y la voluntad general. El *pueblo* es una construcción que indica algún aspecto específico de la realidad. El uso de este por lo general significa una combinación de tres diferentes términos, entre ellos están: el pueblo como

soberano, como nación o como gente común. Llegando así a agrupar a diferentes grupos dentro de una misma identidad general.

La élite por otro lado, se basa en el poder que presumen varios grupos o uno en particular, estos suelen actuar en contra de los intereses que el pueblo tiene. Moffitt (2020) plantea que los intereses del pueblo son *puros* a diferencia de los intereses de la élite, que son *corruptos*. Esta separación de la sociedad es muy distintiva del populismo y por lo general dentro del grupo de la élite, las personas poseen alguna posición de liderazgo y se suelen desenvolver en 15 diferentes campos, estos pueden ser el ámbito político, económico, mediático, entre otros (Mudde y Rovira Kaltwasser 2013).

Por lo que la acción del pueblo de expresarse es denominada como voluntad popular, dado a que muestra la capacidad que tiene dicho grupo de unirse y actuar en favor del bien común. Esto nace desde el concepto en donde los ciudadanos pueden crear leyes y llevarlas a cabo, por lo que la participación de ellos es indispensable dentro del sistema político. Es así como Mudde y Rovira Kaltwasser (2013) mencionan que en efecto, los líderes populistas dentro de la región latinoamericana suelen apoyar las reformas de la Constitución, enfatizando el hecho de que están regresando la capacidad de poder tomar decisiones dentro de lo público.

Liderazgo y Liderazgo Femenino

Para entender lo que es liderazgo femenino político primero debemos partir de un breve análisis exploratorio sobre lo que es el liderazgo político, según Blondel (1987) un líder es aquel individuo que tiene la capacidad de hacer que los subordinados lleven a cabo acciones que normalmente no realizan siendo estos cambios negativos o positivos para la sociedad. Asimismo, Gibson & Donnelly (2001) plantean que los líderes son agentes de cambio que pueden lograr que acciones de ellos puedan afectar a otras a un mayor nivel de lo que la otras personas puedan hacerse a ellos mismos. De la misma forma Caicedo, Ruiz &

Morales (2014) establecen que un líder es aquella persona que tiene la habilidad de lograr objetivos propios determinados a través de la influencia en otras personas y que el liderazgo se ve reflejado cuando cierto miembro de una organización o grupo puede hacer que los otros miembros cambien o modifiquen su ideal.

Al igual que con el populismo, no existe un concepto consensuado con el que se pueda definir lo que significa liderazgo político. Es por eso que Blondel (1987) señala que el liderazgo político es de las categorías más amplias que tiene el liderazgo, es así como el liderazgo político es una de las tantas ramas que se deriva del término liderazgo y este se ve fomentado por el ejercicio de la influencia en todos los temas relacionados a la política.

Se puede plantear al liderazgo femenino desde la premisa hecha por Keohane (2010), en donde se cuestiona si realmente el género crea una divergencia en cuanto se conceptualiza el término de liderazgo. A través de los años los líderes mundiales en su gran mayoría han sido entes masculinos por lo que se suele asociar directamente a los hombres con el liderazgo, dado a que desde siempre el poder y la autoridad han sido atributos netamente a hombres. Por consiguiente, se ha creado un estereotipo imaginario fuertemente establecido de cómo debe ser y verse un líder, y todo esto se crea a partir de una visión patriarcal de lo que se percibe como un líder. Además del hecho de que esta siga siendo un campo predominado por entes masculinos (Ríos Sierra, 2017).

Es dado a esto que las mujeres se encuentran con un techo de cristal que les dificulta tener una carrera política o a aquellas que están en busca de ella prefieren adoptar este modelo de liderazgo masculinizado, que trae consigo mucho qué decir de la sociedad patriarcal en la que vivimos, por ejemplo Lupano y Castro (2015) establecen que muchas mujeres se han visto presionadas en adoptar características que se le adjudican a los hombres, pero una vez que ellas llegan a ser consideradas igual de inteligentes y competentes que los entes masculinos, la idea que predomina en la mente de las personas es que estas mujeres

violan las normas que se esperan socialmente y por ende la sociedad tiene una reacción negativa hacia ellas. Asimismo, Lupano y Castro (2015) establecen que las lideresas se las puede evaluar de manera negativa por dos simples razones: la primera razón es si las mujeres no muestran características relacionadas a liderazgo efectivo o en el caso de que si, las lideresas son consideradas como poco femeninas. Por lo cual ellas se ven forzadas a hacer un *mix* entre las cualidades relacionadas a lo que conlleva al estereotipo masculino que son: control, competencia y asertividad con las cualidades femeninas para que de esta manera puedan lograr no ser excluidas por pares masculinos.

Por ello, es necesario investigar cómo se desenvuelven las lideresas políticas fuera de este encierro patriarcal, ya que aún se puede ver y palpar como se estereotipa, sexualiza, cosifica, entre otras cosas (García et al., 2017) a la mujeres que están dentro de la política por los medios de comunicación mientras que a sus compañeros de género masculino es todo lo contrario como lo demuestra (García et al., 2017) en su estudio llamado *Una tipología de los sesgos y estereotipos de género en la cobertura periodística de las mujeres candidatas*, donde efectivamente se ve reflejado que las mujeres en la época de candidatura se ven envueltas en una cobertura de medios en donde estos ofrecen a los ciudadanos, por lo mínimo, cuatro tipos de estereotipos que encasillan solamente a las mujeres que se desarrollan en actividad política.

Objetivos De Investigación

Objetivo General

- Identificar características de populismo femenino en el perfil de Instagram de la ex vicepresidenta de Costa Rica Epsy Campbell desde septiembre del 2022 hasta octubre 2018.

Objetivos Específicos

1. Identificar rasgos del populismo y del liderazgo femenino en el contenido orgánico del perfil de Instagram de Epsy Campbell (fotos, captions, reels, carrusels).
2. Categorizar los rasgos encontrados a la luz de las categorías de análisis diseñadas en el Semillero 2021.
3. Reconocer los puntos de encuentro entre populismo y liderazgo femenino que se evidencian en el contenido orgánico del perfil de Instagram de Epsy Campbell.

Metodología

Diseño De Investigación

Este estudio se desarrolló desde un enfoque cuantitativo, el cual según Sánchez (2019, p. 107) se fundamenta en “la medición de los fenómenos que se estudian a través de procedimientos rigurosos que den garantía de precisión y objetividad”. Por otro lado, Hernández-Sampieri (2006, p.270) menciona que no se debe omitir que “estos modelos estadísticos son representaciones de la realidad, no la realidad misma; y segundo, los resultados numéricos siempre se interpretan en contexto”. Es debido a esto que el estudio se llevó a cabo siguiendo los pasos sugeridos por (León, et al., 2011) para la realización de una investigación cuantitativa. De esta manera, primero se planteó el problema de investigación, seguido de una revisión bibliográfica, terminando con la recolección y análisis de datos. Empero, es importante mencionar que al iniciar el proyecto se tenía planteado realizar esta investigación de forma cualitativa, sin embargo, al momento que se realizó una prueba a través de una ficha de análisis, pudimos observar que debía realizarse de forma cuantitativa, de manera que podamos medir los resultados y poder cumplir con los objetivos planteados con anterioridad.

Como se mencionó en los objetivos, este estudio buscó identificar características femeninas populistas en el perfil de Instagram de Epsy Campbell a través de categorías predeterminadas y de esta manera relacionarlas entre ellas. Por lo tanto, es relevante destacar que esta investigación fue la segunda fase del proyecto mencionado en la introducción.

En la primera fase se abordó el liderazgo femenino populista desde la parte conceptual y se diseñaron diez categorías de análisis que fueron puestas a prueba a través de diferentes casos de estudio, siendo uno de ellos Epsy Campbell.

Por consiguiente, el alcance que se determinó para esta investigación es el exploratorio-descriptivo, dado a que solamente se realizó una interpretación de los resultados a partir de los datos obtenidos del perfil de Instagram de Epsy Campbell.

Los estudios descriptivos tienen la finalidad de determinar las propiedades significativas de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a investigación (Dankhe, 1986). De la misma manera, Ramos-Galarza (2020) señalan que el estudio exploratorio busca analizar temas que no tienen suficientes estudios sobre el mismo o que nunca antes han sido investigados (Creswell, 2014) como es el caso de esta investigación. Este estudio fue no experimental dado a que como indican (Hernández et al., 2010) este tipo de investigaciones se llevan a cabo observando y analizando los fenómenos en su estado natural, como es el caso de este estudio.

Método De Investigación

El método del que se hizo uso es el estudio de caso, el cual según Hernández Sampieri y Mendoza (2008) es un tipo de investigación que se puede realizar mediante procesos tanto cuantitativos, cualitativos y/o mixtos; en este método se analiza a profundidad alguna unidad integral de manera que se pueda probar la hipótesis, responder el planteamiento del problema y desarrollar teoría sobre el tema en análisis.

Por otro lado, Mertens (2009) establece que el estudio de caso es una investigación sobre algún individuo, grupo, organización, comunidad o sociedad, el cual se percibe y se analiza como una entidad. Yin (1994) señala que este tipo de estudio se lo puede definir como una investigación empírica que examina un fenómeno contemporáneo dentro de su propio contexto natural, en especial cuando los límites entre el fenómeno y su propio contexto no se visibilizan de manera fácil.

Unidad de análisis y Muestra

Al momento de determinar la muestra, al principio se pensó en realizar un análisis de posts en base a un tiempo determinado, pero luego al ver que la frecuencia de posteo de las lideresas en Instagram no era constante, se decidió en establecer una cantidad significativa para todos los casos de estudio, la cual fue de 200 posts. Entonces fuimos de adelante para atrás, desde el post más actual en septiembre 2022 (que fue la fase de recolección de datos) , hacia atrás, así hasta llegar a la cantidad de 200 publicaciones, que fue en el 2018.

Entre las publicaciones que fueron tomadas en cuenta son fotos, vídeos/reels y carrusel (que significa un collage de fotos y/o vídeos) que estaban publicados en su cuenta de Instagram, estos posts fueron observados y analizados de manera que se identificó qué características de liderazgo populista femenino enseñaba Campbell, de forma que en base a las categorías ya establecidas el año anterior, lo que se decidió fue compararlas en un tipo de discurso mediático como son las redes sociales, en especial Instagram.

Temporalidad Del Estudio

La temporalidad de este estudio se llevó a cabo en el tiempo de dos meses, es decir 60 días de manera que se pudo conocer y entender cómo se desarrolló Epsy Campbell en su perfil y si es que se vieron reflejadas características de populismo femenino en las publicaciones que posteaba dentro de su cuenta de Instagram.

Análisis de resultados

Una vez que se identificó las 200 publicaciones, lo que se realizó fue una categorización de estas a través de una *Ficha de Análisis* realizada en la herramienta de Google Forms, la cual se encuentra dentro Google Workspace en donde se pueden crear formularios de manera rápida y sencilla.

Primero se realizó un pilotaje para testear y pulir la ficha de análisis. En este pilotaje se analizaron 20 posts, luego de los primeros comentarios, y unos pequeños arreglos se continuó con el análisis de los 200 posts.

Estas categorías emergieron de la revisión conceptual que se realizó en la primera fase del proyecto. En este año el objetivo era ponerlas a prueba a través de estudios de caso de lideresas latinoamericanas, siendo una de ellas Epsy Campbel.

En la siguiente Tabla, se podrán observar las categorías:

Tabla 1

Componentes de Liderazgo Femenino Populista

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

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

Consideraciones Éticas

Los resultados que se obtuvieron en esta investigación fueron para uso exclusivo de la

misma, y no fueron utilizados para ningún otro tipo de publicación que no tenga relación con el ámbito académico o científico. Las citas utilizadas en este estudio fueron referidas con la severidad de la redacción académica, adicional a esto se hizo uso de la Norma APA 7, por lo que se previó el plagio con la debida bibliografía y el empleo de la data que fue recogida de manera metodológica y sistemática. Esta investigación por el hecho de que fue de carácter exploratorio y descriptivo se descartaron conflictos de interés, dado a que se analizaron los datos sin brindarles ninguna valoración que llegue a afectar a la persona en estudio.

Se debe destacar el hecho de que Epsy Campbell tiene su cuenta o perfil de Instagram pública, lo que significa que es ella misma es quién decide qué tipo de información compartir y exponer ante la comunidad digital. A pesar de esto, los datos que fueron recolectados e identidad fueron tratados con sumo cuidado de manera que no se ponga en riesgo la integridad y reputación de la ex vicepresidenta.

Resultados

Las publicaciones se analizaron bajo el foco de las categorías antes mencionadas, las cuales fueron creadas para explorar los liderazgos populistas desde un punto de vista femenino; estas fueron establecidas en el primer año de proyecto de investigación. Es así como en este estudio se hizo uso de ciertas categorías diseñadas el año anterior. No se hizo uso de todas las categorías planteadas en la fase uno dado que no se evidenció que Epsy haga mención o enseñe todas las 10 categorías/componentes en su red social, es por eso que en este proyecto solo se analizó las categorías C1, C2, C3, C6, C7 y C8.

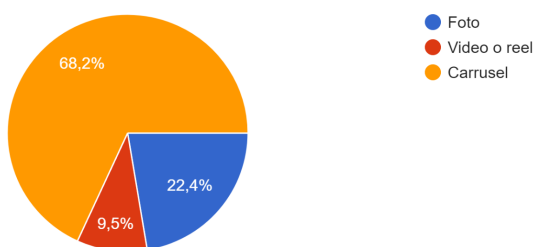
Debido a que el estudio se llevó a cabo dentro de una red social, primero tuvimos que establecer cómo íbamos a dividir las publicaciones, ya que en Instagram existen varios formatos para publicar contenido, estos son: reels, vídeo, una sola foto y carrusel. En esta ocasión se unificó reels y vídeo como un solo punto, dado a que los reels son vídeos en

formato vertical (9:16) con una duración máxima de un minuto y 30 segundos, mientras que los vídeos pueden ser publicados en cualquier formato (vertical, horizontal, cuadrado) con una duración hasta 60 minutos siempre y cuando no supere los 3,6 GB.

Por lo que una de las primeras preguntas que se realizó en la ficha de análisis fue qué tipo de formato se estaba analizando, siendo carrusel el que tuvo mayor presencia dentro de la cuenta de Campbell, como se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 1

Formato de los posts



Fuente: Tomado de la ficha de análisis.

Sin embargo, en este estudio se ha unificado los tres diferentes formatos dentro de tablas, para de esta manera poder obtener un resultado general sobre cómo se presenta Epsy Campbell a ella misma en dicha red social, pero esto no significa que no se va a detallar cada cantidad o porcentaje con su respectivo reels/vídeo, foto o carrusel, puesto que como se presentó anteriormente el que sobresale por mayor porcentaje en este caso de estudio es el formato de carrusel.

- **Contexto (C1)**

Esta categoría la hemos enlazado con la pregunta *En general ¿A qué hace referencia el post?* Dado a que esta fue una pregunta general que no fue especificada para cada formato, se puede determinar rápidamente el resultado universal. En este enunciado se encontraban seis puntos a elegir, de los cuales los tres que tuvieron más

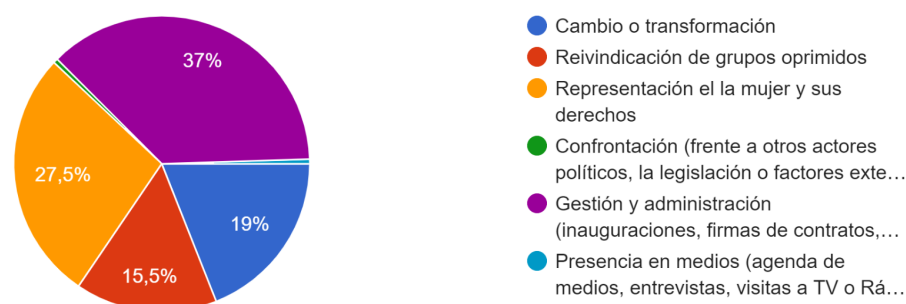
relevancia fueron: Gestión y administración (37%), Representación de la mujer y sus derechos (27,5%) y Cambio o transformación (19%), dejando afuera los otros tres puntos, que son: Reivindicación de grupos oprimidos (15,5%), Presencia en medios (0,5%) y Confrontación (0,5%).

Este último punto de confrontación aunque sólo representa el 0,5% refleja un importante significado acerca de Epsy, ya que una característica que tienen los líderes populistas es el antagonismo que suelen presentar a sus audiencias, en este caso la lideresa en estudio no presentó esta característica más que en una sola ocasión.

A continuación, en el Gráfico 2 se puede observar claramente que temáticas sobresalen dentro del perfil Campbell.

Gráfico 2

Temáticas de los posts



Fuente: Tomado de la ficha de análisis.

Estos resultados nos redirigen a otra categoría que tiene similitud a la C1, que conoceremos más adelante.

● **Performatividad (C2)**

Para esta categoría se analizaron dos diferentes preguntas que tienen como finalidad dar a conocer la performatividad de la lideresa, la primera pregunta, hablando desde un sentido performativo, buscó conocer cómo se proyecta la líder dentro de la muestra universal. Aquí se conoció que dentro de los 168 posts en los que

ella apareció, más de la mitad con un 63,9% se vio reflejada con una *performatividad masculinizada*. Lo que nos llevó a la segunda pregunta que era conocer la expresión que tenía Epsy en cada publicación dado a que este tema va relacionado con el anterior, sin embargo, a diferencia de la primera pregunta, la segunda fue dividida por formato. A continuación, en la Tabla 2 se presentan las cantidades de veces que se repitieron las únicas expresiones que tuvo Epsy dentro de la muestra.

Tabla 2

Expresiones en cada formato

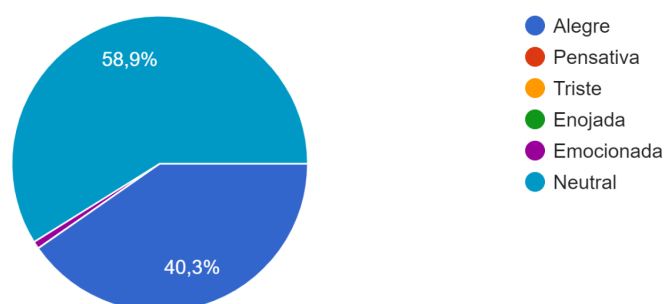
	Expresiones				
	Neutral	Alegre	Emocionada	Enojada	
Reels/Vídeo	9	2	2	1	
Foto	9	21	-	-	
Carrusel	73	50	1	-	
Total	91	73	3	1	168

Fuente: Elaboración propia.

En el siguiente gráfico podremos observar en qué porcentaje se vió reflejadas las expresiones faciales de Epsy solamente en el formato de carrusel:

Gráfico 3

Expresiones de Epsy en formato carrusel



Fuente: Tomado de la ficha de análisis.

En esta tabla se puede observar que la expresión que predomina dentro del Instagram de la ex vicepresidenta es la Neutral, esto significa el 54,2% de los posts dónde ella aparece esta con una expresión que no muestra ningún tipo de emoción. Empero no podemos dejar sin mencionar su lado alegre mostrado en 73 ocasiones, lo que significa casi la mitad de la muestra, es decir el 43,5%, sin embargo, aunque alegre haya tenido una cifra significativa, se corrobora la pregunta uno, de una performatividad masculinizada pero en este caso con destellos femeninos. Esto quiere decir que Epsy en más publicaciones actúa o se muestra con una actitud que ha sido determinada para el género masculino, y aunque esta apariencia predomine en su Instagram ella mantiene casi un equilibrio entre una performatividad masculina y femenina.

- **Imagen (C3)**

Para esta tercera categoría, se utilizó al igual que la categoría C2, dos preguntas para poder establecer la imagen que tiene la líder. En primer lugar, tenemos el enunciado que busca conocer qué materialidad y sexualidad de los cuerpos enseña la lideresa a sus seguidores, de forma que se evidenció dos resultados similares, en primer lugar, tenemos que la ex vicepresidenta enfatiza las particularidades sexuales de su cuerpo, esto se ve reflejado en 91 publicaciones de las 168 en las que se la puede visualizar, lo que significa un 46%. Seguido del 33,8% que indican que se evita materializar la diferencia sexual corporal entre los géneros masculinos y femeninos, lo que quiere decir que solo en 67 posts se evidencia este resultado. Esta pregunta nos mostró que Epsy dentro de sus publicaciones resalta las particularidades sexuales de un cuerpo de género femenino y que en otras ocasiones con un índice menor procura que no se pueda visualizar una diferencia entre un cuerpo femenino y masculino.

Cómo se presenta en los siguientes gráficos:

Gráfico 4

Enfatiza las particularidades sexuales femeninos



Fuente: Perfil de Instagram de Epsy Campbell

Gráfico 5

Evita materializar la diferencia sexual corporal entre los géneros



Fuente: Perfil de Instagram de Epsy Campbell

Asimismo, la segunda pregunta que complementa a la primera fue *¿Qué tipo de vestimenta está utilizando en la foto?* Ya que de esta manera se pudo observar directamente cómo la lideresa se muestra al público. A continuación, en la Tabla 3 se enseña la cantidad de veces que Epsy Campbell usó el mismo estilo de vestimenta.

Tabla 3

Tipo de Vestimenta

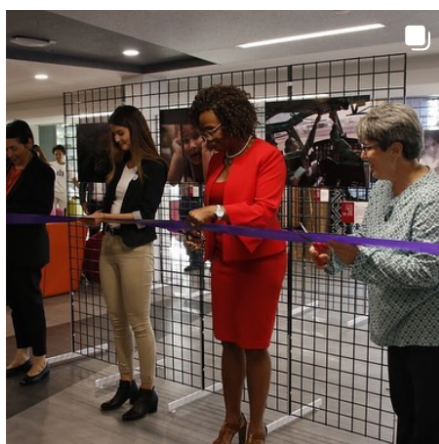
	Vestimenta					
	Formal	Casual	Deportivo	Elegante	Traje típico	
Reels/Vídeo	10	2	-	1	-	
Foto	25	5	-	-	-	
Carrusel	85	38	1	-	1	
Total	120	45	1	1	1	168

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 3 podemos observar que el tipo de vestimenta que más uso hace la líder es del estilo formal con más de la mitad, es decir 71,4% del total de todos los tipos de posts, seguido del casual con un 26,8%. Sin embargo, hay que rescatar que aunque el estilo que predomina es el formal, la gran mayoría del tiempo es feminizado con accesorios que detonan una imagen femenina, cómo se lo puede observar en las siguientes figuras.

Gráfico 6

Vestimenta



Fuente: Perfil de Instagram de Epsy Campbell

Gráfico 7

Vestimenta



Fuente: Perfil de Instagram de Epsy Campbell

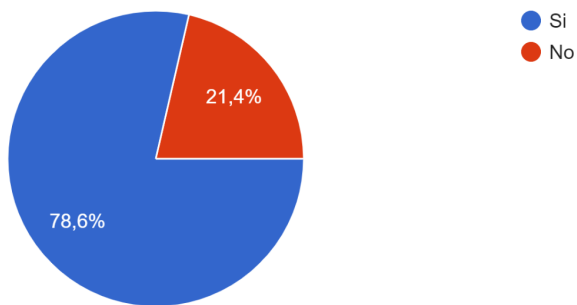
- **Referencia a la Audiencia (C6)**

Para iniciar describiendo los resultados en esta categoría primero debemos establecer qué queremos decir con la palabra audiencia, ya que estamos mencionando a la misma en el título. En este caso, el término audiencia se refiere a las personas que son atendidas de manera oficial y pueden mantener una conversación con alguna autoridad o con una persona de mayor jerarquía. Es basado en esta definición que se analizó a las personas que aparecían en los posts de Epsy, esto se realizó mediante dos preguntas las cuales fueron: ¿Aparecen mujeres en la imagen? y ¿Aparecen niños, adultos mayores, mujeres embarazadas u otro grupo vulnerable?

En la primera pregunta acerca de mujeres dentro del post, se encontró que de las 200 publicaciones, en 158 se pudieron visualizar mujeres, sean estas niñas, adolescentes o adultas, esto significa que el 78,6%, es decir casi toda la muestra se pudieron observar féminas, cómo se lo puede ver en el siguiente gráfico:

Gráfico 8

Porcentaje de cuántas mujeres aparecen en las publicaciones

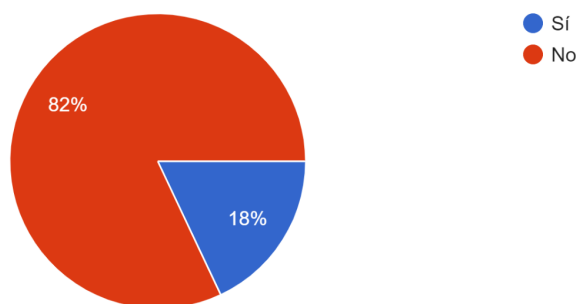


Fuente: Tomado de la ficha de análisis.

Por otro lado, en la pregunta acerca de si aparecen grupos vulnerables, solo en el 18% de publicaciones se pudieron a este conjunto de personas, lo que dejó en claro que Epsy no procuró mostrar en redes a grupos vulnerables de la sociedad costarricense, cómo se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico 9

Porcentaje de aparición grupos vulnerables en los posts.



Fuente: Tomado de la ficha de análisis.

- **Temáticas (C7)**

En cuanto a esta penúltima categoría que se hizo presente en el perfil de la lideresa, se pudo encontrar que los temas y contenidos que ella expone en su cuenta

son mayoritariamente sobre Apoyo a la comunidad afrodescendiente, Empoderamiento femenino y Desarrollo, estos asuntos son los tres que sobresalieron dentro de esta pregunta qué fue *¿Qué tematizaciones están presentes en la descripción del post?* y aunque dentro de los 200 posts que se analizaron se pudo identificar 22 temas a los que ella hace referencia, Campbell también destaca los temas cómo la Crisis sanitaria, Relaciones internacionales y Apoyo a la comunidad que están por debajo (en porcentaje de aparición) de los anteriormente mencionados. Es así como se refleja en la siguiente tabla los porcentajes con sus respectivos temas y contenidos más relevantes:

Tabla 4

Tematizaciones

Temas	Porcentajes
Empoderamiento femenino	25,9%
Desarrollo	15,4%
Apoyo a la comunidad afrodescendiente	13,9%

Fuente: Elaboración propia.

Se debe destacar que a diferencia de la categoría C1, la C7 no se refiere a todo el post como a tal en general a qué hace referencia sino más bien se basa en los temas que Epsy aborda en los copys de las publicaciones, esto significa en el pie de la foto, reels, video o carrusel. Esto se realizó de esta manera debido a que en ciertas ocasiones los copys no van con el contexto de la foto publicada.

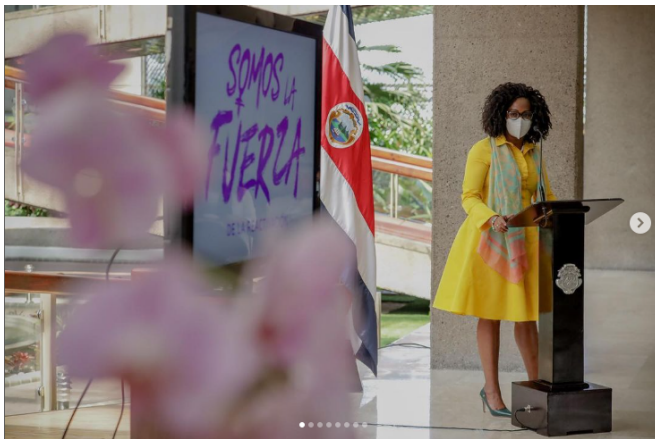
- **Referencias concretas al género (C8)**

Esta categoría tiene similitud a la categoría C1 puesto que dentro de las opciones que se encontraban había una que hacía referencia al género femenino por lo que se evidencia que efectivamente la lideresa si hace referencias al género en concreto con 55 de las 200 publicaciones en total, que porcentualmente representa el

27,5%, casi un tercio de la muestra, no es una cifra significativa, sin embargo, si demuestra que la lideresa hace ciertas menciones y referencias al género. A continuación, en el Gráfico 7 se podrá observar uno de los posts donde Campbell hace referencia al género femenino en concreto:

Gráfico 10

Referencia al género femenino



Fuente: Perfil de Instagram de Epsy Campbell

Es necesario en este caso mencionar cuál fue el caption que se utilizó para esta publicación dado a que demuestra de forma más directa la referencia al género del que hace uso Campbell, este fue: “Con un reconocimiento a destacadas mujeres costarricenses y con la instalación de la Comisión de Alto Nivel para la participación igualitaria en la economía, conmemoramos hoy en @presidenciacr, el #DíaInternacionaldeLaMujer”.

Discusión de Resultados

Para empezar esta etapa del proyecto, primero debemos establecer lo que se descubrió en la etapa de resultados. Se encontró que para que una mujer pueda llegar a ser una lideresa

política debe adoptar características que han definido al género masculino a lo largo de los años cómo lo mencionan (Lupano y Castro, 2015).

Estas características masculinas que una lideresa política debe apropiarse son actitudes que normalmente un hombre heterosexual podría llegar a tener, esto se debe a que a través de los años los líderes globales han sido hombres en su gran mayoría, dando como resultado una asociación directa entre características del género masculino y el liderazgo.

Es de esta manera, que se ha creado un imaginario fuertemente establecido en la mente de las personas de cómo debe verse y actuar un líder, esto se produjo gracias a que la política sigue siendo un campo altamente predominado por hombres (Ríos Sierra, 2017)

Este liderazgo masculinizado se ve plasmado por Epsy en su perfil de Instagram, ya que ella adopta cualidades masculinas como se vió reflejado en la categoría C2 dónde más de la mitad, específicamente el 54,2%, de sus publicaciones son con una expresión neutra ante los hechos que están sucediendo en las publicaciones. Las palabras seriedad y neutralidad van de la mano por lo que aquí ya se puede constatar cómo Epsy cumple lo también planteado en el estudio *Género y Campañas Electorales en América Latina: un análisis del discurso femenino en la propaganda televisiva* que demostró que candidatas como Dilma Rousseff, Michelle Bachelet y Cristina Kirchner tuvieron que ser presentadas con cualidades masculinas como seriedad, determinación, etc.

Asimismo, Lupano y Castro (2015) mencionan enunciados similares y rescatan el hecho de que las lideresas políticas deben hacer *mix* entre cualidades femeninas y masculinas para no ser excluidas, este *mix* que se mencionó también fue aplicado por nuestro sujeto de estudio dentro de su perfil de Instagram donde ella aparte de presentarse mayoritariamente con una expresión neutra, en otras ocasiones, en específico en 73 de las 168 veces en donde aparece se la ve con expresión alegre, lo que corrobora el *mix* ya mencionado.

De igual manera, Epsy cuenta con una performatividad masculinizada dentro del 63,9% de la muestra universal, es decir 106 posts de los 168 en los que aparece, se la ve cuidando esta presentación masculinizada de ella a sus seguidores, sin embargo, como las mujeres deben aplicar la mezcla de cualidades de género, la ex vicepresidenta aunque se presente performativamente masculina, su imagen como tal, es femenina, en el 46% de publicaciones Epsy enfatiza las particularidades sexuales de su cuerpo mediante ropa que resalten las cualidades del cuerpo de género femenino.

Empero, cuando nos preguntamos si Campbell podría ser una posible populista del siglo XXI, se llegó a los siguientes resultados. El sujeto de estudio dentro de sus publicaciones de Instagram de forma general destacan tres de seis temas establecidos en la ficha de análisis, estos eran: Gestión y administración, Representación de la mujer y sus derechos, y Cambio o transformación; el tema que quedó en último puesto fue la Confrontación/Antagonismo, teniendo en total una sola aparición dentro de los 200 posts analizados, esta temática aunque solo represente el 0,5% de la muestra tiene un gran significado para este proyecto, ya que demuestra que la lideresa en cuestión no tiene una característica importante que por lo general tienen los líderes populistas, esta es el antagonismo, a esto se le suma que Campbell no crea ninguna división del pueblo costarricense en su perfil de Instagram, esta es la famosa división del populismo en el cual Mudde y Rovira Kaltwasser (2017) mencionan que la sociedad se ve separada en dos grupos sociales en donde el “pueblo puro” y la “élite corrupta”. Por lo que se puede establecer que forma clara que la lideresa latinoamericana Epsy Campbell no se muestra como lideresa populista ya que lo que ella presenta y publica en su cuenta de Instagram @epsycampbell no la encasillan como una.

Conclusiones

Esta investigación es la segunda fase del proyecto “La huella de Evita: conceptualizando el populismo latinoamericano desde el liderazgo femenino”. Por lo que en este estudio, se pudo obtener una contextualización actual acerca de la presencia de diferentes tipos de populismos que han sido evidenciados en la región de América Latina, sumado el continuo aumento de lideresas políticas que enfrentan dificultades para llegar a dicho puesto debido a desigualdades de género. De la misma manera, se pudo identificar que el liderazgo femenino dentro de América Latina se ha construido en base del liderazgo masculino y que actualmente los casos de éxito donde las mujeres llegan a autoridad máxima es debido a eventos que han ayudado a que ellas lleguen a ser lideresas, o la situación más común es que tienen un familiar hombre que las ayuda a tener una imagen de alto reconocimiento en el mundo político, pero como se mencionó son casos extraordinarios.

Gracias a esto, se planteó como problema la carencia de estudios que aborden como tema principal el liderazgo femenino populista, y de esta manera se vió la necesidad de establecer diferentes casos de estudio, en esta ocasión, Epsy Campbell y determinar si esta lideresa se refleja a través de sus redes sociales como populista. Es así como se estableció el objetivo principal de esta investigación que corresponde a identificar características de populismo femenino en el perfil de Instagram de la ex vicepresidenta de Costa Rica Epsy Campbell desde septiembre del 2022 hasta octubre 2018. El estudio se llevó a cabo a través de las categorías establecidas en la fase uno del proyecto, las cuales en total eran 10, pero para este estudio de caso se hizo uso de solamente seis de ellas. Las categorías elegidas fueron acerca del contexto, la performatividad, la imagen, referencia a la audiencia, las temáticas y las referencias concretas al género.

Es así que se ha podido evidenciar que Epsy *no* es una lideresa política populista latinoamericana, dado a que *no* demuestra características populistas dentro de su discurso

digital, específicamente en la red social Instagram dónde podemos observar que ella apela al pueblo y a la identidad costarricense, sin embargo, nunca crea ninguna división entre el pueblo, el concepto básico del populismo de el pueblo vs. la élite. Asimismo, no presenta más en una ocasión la confrontación o antagonismo que se le suele conocer a los líderes populistas, por lo que se ha concluido que Epsy Campbell al menos en su perfil de Instagram no se presenta/muestra como una lideresa populista latinoamericana.

Por otro lado, se pudo palpar que el liderazgo político dentro de la región latinoamericana ha sido masculinizado por el patriarcado, creando un imaginario acerca de cómo debe verse un líder/a, por lo cual Epsy se ve envuelta dentro de un mix de cualidades femeninas y masculinas al momento de presentarse ante sus seguidores de Instagram. De esta manera se concluye este proyecto, demostrando que existe el populismo latinoamericano desde un liderazgo femenino que ha sido quebrantado por el liderazgo masculino e idealizado.

Recomendaciones

Se recomienda identificar qué nuevas lideresas actuales han llegado a altos rangos con un liderazgo realmente femenino y no idealizado por el género masculino. De la misma manera, se sugiere hacer un estudio en donde se pueda evidenciar un caso de liderazgo de populismo femenino y un caso de liderazgo de populismo masculino, de forma que se pueda palpar las diferencias entre ellos.

Por otro lado, se recomienda que se realice un estudio de caso de populismo femenino desde un enfoque cualitativo, en donde se pueda analizar los comentarios de los seguidores o haters de las lideresas. Asimismo, se sugiere que se integren otras redes sociales a estudios que sean similares.

Referencias:

- Aslanidis, P. (2015). Is Populism an Ideology? A Refutation and a New Perspective. *Political Studies*, 64(1_suppl), 88–104. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12224>
- Block, E. (2010). Populismo, libertad de expresión y ciudadanía. *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, 149, 64–72.
<http://64.227.108.231/PDF/COM2010149.pdf>
- Blondel, J. (1987). *Political leadership: towards a general analysis*. Sage Publications.
- Böcker Zavaro, R. (2021). Desarrollo, populismo y neoliberalismo. *Pensar Latinoamérica. Revista Internacional de Organizaciones*, 25-26, 51–70.
<https://doi.org/10.17345/rio25-26.51-70>
- Caicedo, M. I. E., Ruiz, M. D. C. J., & Morales, C. L. (2014). Empoderamiento y liderazgo femenino; su papel en la autogestión comunitaria en el corregimiento El Hormiguero-Valle del Cauca. *Avances en psicología latinoamericana*, 32(1), 149-157.
- Campos-Herrera, G., & Umpierrez, S. (2019). Populism in Latin America: Past, Present, and Future. *Latin American Politics and Society*, 61(1), 148-159.
doi:10.1017/lap.2018.63
- Buvinic, M., & Roza, V. (2004). *La mujer, la política y el futuro democrático de América Latina*. BID, Departamento de Desarrollo Sostenible.
- Casullo, M. E. (2019). *¿Por qué funciona el populismo?: El discurso que sabe construir explicaciones convincentes de un mundo en crisis (Sociología y Política)*. Siglo XXI Editores.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2017). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). Sage Publications, Inc.

Comisión Económica Para América Latina y el Caribe. (2020). El COVID-19 y la crisis socioeconómica en América Latina y el Caribe. *Revista CEPAL*.

De la Torre, C. (2000). *Populist Seduction in Latin America: The Ecuadorian Experience* (1ra ed.). Center for International Studies.

De la Torre, C. (2013). El populismo latinoamericano: entre la democratización y el autoritarismo. *El populismo latinoamericano: entre la democratización y el autoritarismo*, 247, 120–137.

<https://nuso.org/articulo/el-populismo-latinoamericano-entre-la-democratizacion-y-el-autoritarismo/>

De la Torre, D. C. (2018). *POPULISMOS. Una inmersión rápida*. Tibidabo Ediciones.

El desempleo en América Latina bajará en 2022, aunque seguirá más. (2022, 21 enero). Noticias ONU.

<https://news.un.org/es/story/2022/01/1502672#:~:text=En%20Am%C3%A9rica%20Latina%2C%20el%20desempleo,frente%20al%2010%25%20de%202021.>

Epsy Campbell. (2022, 22 febrero). Foro de los Países de América Latina y el Caribe sobre el Desarrollo Sostenible 2022.

<https://foroalc2030.cepal.org/2022/es/epsey-campbell>

Germani, G. (1978). *Authoritarianism, Fascism, and National Populism*. Routledge.

Germani, G., & de Yujnovsky, S. S. (1973). El surgimiento del peronismo: El rol de los obreros y de los migrantes internos. *Desarrollo Económico*, 13(51), 435–488.

<https://doi.org/10.2307/3466131>

- García Beaudoux, V., D'Adamo, O., & Gavensky, M. (2017). Una tipología de los sesgos y estereotipos de género en la cobertura periodística de las mujeres candidatas. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 24, 113.
<https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61614>
- Hernandez Sampieri, R. (2006). *Metodología de La Investigacion*. McGraw-Hill Companies.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). McGraw-Hill Education.
- Jareño Romera, M. (2019). MUDDE, CAS Y ROVIRA KALTWASSER, CRISTÓBAL (2019): POPULISMO: UNA BREVE INTRODUCCIÓN. *Anuario del Conflicto Social*, 8. <https://doi.org/10.1344/acs2019.8.1>
- Jiménez, G., & Romero, I. (2018). EL LIDERAZGO POLÍTICO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO. *Investigación y género. Reflexiones desde la investigación para avanzar en igualdad : VII Congreso Universitario Internacional Investigación y Género*, 404–419.
- Laclau, E. (2005). *La razón populista* (1.ª ed., Vol. 1). Fondo de Cultura Económica.
https://books.google.com.ec/books/about/La_raz%C3%B3n_populista.html?id=l3YHqyf42coC&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es&redir_esc=y#v=onepage&q=doi&f=false
- Lupano Perugini, M. L., & Castro Solano, A. (2015). TEORÍAS IMPLÍCITAS DEL LIDERAZGO MASCULINO Y FEMENINO SEGÚN ÁMBITO DE DESEMPEÑO. *Ciencias Psicológicas*, 139–150. <https://doi.org/10.22235/cp.v5i2.80>
- Marañón, F., Muñiz, C., & Barrientos, R. (2021). Los estereotipos de género en las campañas electorales de 2018 en México. *Análisis de la representación de la mujer en*

los spots electorales. *Revista De Comunicación*, 20(2), 207–222.
<https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A11>

Melo, J. (2014). Los tiempos del populismo. *Devenir de una categoría polisémica. Colombia Internacional*, 82, 71–98. <https://doi.org/10.7440/colombiaint82.2014.04>

Mertens, D. M. (2009). *Research and Evaluation in Education and Psychology: Integrating Diversity With Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods* (3.a ed.). Sage Pubns.

Moffitt, Benjamin. (2020). *Populism*. Polity Press

Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541–563. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>

Mudde, C., y Rovira Kaltwasser, C. (2017). *Populism: A very short introduction* (1ra ed.). Oxford University Press.

Ostiguy, P. (2017). Populism: A Socio-Cultural Approach. En C. Rovira Kaltwasser, Panke, L. (2015). Género y Campañas Electorales en América Latina: un análisis del discurso femenino en la propaganda televisiva. *Razón Y Palabra*, 19(3_91), 445–474. <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/121>

P. Taggart, P. Ochoa, y P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism* (1ra ed., pp. 73-99). Oxford University Press. 10.1093/oxfordhb/9780198803560.013.3

Quecedo, R., y Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, 1(14), 5-39. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17501402>

Ramos-Galarza, C. A. (2020). Los Alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1-6. <http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>

Ruiz Acosta, L. E., & Camargo Mayorga, D. A. (2018). Styles of political leadership of democratically elected presidents in Latin America: a study using probabilistic

models/Estilos de liderazgo político de las presidentas elegidas democráticamente en Latinoamérica: un estudio usando modelos probabilísticos. REVISTA ENCUENTROS, 16(01). <https://doi.org/10.15665/.v16i01.983>

Ruiz Seisdedos, S., & Grande Gascón, M. L. (2015). Participación política y liderazgo de género: las presidentas latinoamericanas. *América Latina Hoy*, 71, 151–170. <https://doi.org/10.14201/alh201571151170>

<https://es.statista.com/estadisticas/1107719/covid19-numero-de-muertes-a-nivel-mundial-por-region/>

Ríos Sierra, J. (2017). Liderazgo político y patriarcado mediático: las imágenes políticas de Cristina Fernández y Dilma Rousseff. RIPS: Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas, 16(1). <https://doi.org/10.15304/rips.16.1.3461>

Rovira Kaltwasser, C. (2014). Latin American Populism: Some Conceptual and Normative Lessons. *Constellations*, 21(4), 494–504. <https://doi.org/10.1111/1467-8675.12125>

Sampieri, R., & Mendoza, C. (2008). Metodología De La Investigación (5a ed.). McGraw-Hill.

Sánchez, F. (2019, Junio 16). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, Vol. 13, número 1, 102-122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>

Sepúlveda, I. J. (2017). Estereotipos de la mujer mexicana en los mensajes gráficos electorales: Análisis de percepción de valores de elector (Tesis Doctoral, Universidad de Barcelona). https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2017/hdl_10803_455149/ijsr1de2.pdf

Statista. (2022, 23 junio). COVID-19: número de muertes a nivel mundial por continente en 2022.

- Stoessel, S. (2014). Giro a la izquierda en la América Latina del siglo XXI: Revisitando los debates académicos. *Polis (Santiago)*, 13(39), 123–149.
<https://doi.org/10.4067/s0718-65682014000300007>
- Tracy, B. (2015). *Liderazgo (La biblioteca del éxito): 1*. Grupo Nelson.
- Vittori, D. (2017). Re-conceptualizing populism: Bringing a multifaceted concept within stricter borders. *Revista Española de Ciencia Política*, 44, 43–65.
<https://doi.org/10.21308/recp.44.02>
- Weyland, K. (2001). Clarifying a contested concept: populism in the study of Latin American politics. *Comparative Politics*, 34(1), 1-22. <https://doi.org/10.2307/422412>
- Weyland, K. (2017). Populism: A Political–Strategic Approach. En C. Rovira Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa, y P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism* (1era ed., pp. 71–102). Oxford University Press.
[10.1093/oxfordhb/9780198803560.013.2](https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198803560.013.2)

Anexos:

- Formulario de Google Forms

¿Quién codifica?

- Daniella Arellano
- María Virginia Prieto
- Mateo Artieda
- Valentina Mendoza
- Mare Rubira

Van a empezar a codificar un post de:

- Cynthia Viteri
- Epsy Campbell
- Keiko Fujimori
- Claudia López
- Cristina Fernández de Kirchner

Epsy Campbell

Escriba aquí el texto (descripción de la foto) completo del post que va a codificar

Tu respuesta

Escribir los # utilizados en el post

Tu respuesta

Cargue la foto del post (la portada en casa de ver un video o carrusel)

[📎 Añadir archivo](#)

¿Qué tematizaciones están presentes en la descripción del post?

- Demandas sociales
- Seguridad
- Crisis económica
- Desarrollo
- Relaciones internacionales
- Problemáticas de la región
- Oposición
- Otros líderes políticos
- Crisis sanitaria
- Transformación nacional
- Tecnología
- Saberes ancestrales
- Información o datos personales
- Apoyo a la comunidad Afrodescendiente
- Empoderamiento femenino
- Fechas conmemorativas
- Apoyo a la comunidad
- Otro: _____