



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

Trazando el liderazgo populista femenino en Latinoamérica: Caso Cristina Fernández

Elaborado por:

MARÍA ELENA RUBIRA PEÑAHERRERA

GRADO

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

**Licenciada en Comunicación Social,
con mención en Redacción y Creatividad Estratégica**

**Guayaquil – Ecuador
Noviembre 2022**



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

Trazando el liderazgo populista femenino en Latinoamérica: Caso Cristina Fernández

Elaborado por:

MARÍA ELENA RUBIRA PEÑAHERRERA

GRADO

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

**Licenciada en Comunicación Social,
con mención en Redacción y Creatividad Estratégica**

**DOCENTE INVESTIGADOR
Estefanía Luzuriaga**

**DOCENTE INVESTIGADOR
Ingrid Ríos**

**Guayaquil, Ecuador
Noviembre 2022**

Dedicatoria

A los Rubira, por permitir esto y aguantarme durante una carrera completa, siempre con disposición y cariño.

A Oscar, mi lobster, por siempre motivarme y creer en mí.

A mis amigos, por su paciencia, vueltas y apoyo incondicional.

A Emi, Coco, Maleja y Juanjo, mi familia casa grande.

Sobre todo, a Tango, el amor de mi vida y mi compañero de amanecidas.

Gracias a todas las versiones de Mare que aportaron para llegar aquí.

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 trazar un abordaje teórico-metodológico para aproximarse al estudio de los liderazgos populistas de actoras políticas en América Latina. El enfoque del Proyecto es mixto. La investigación se realizó en Guayaquil, Ecuador. Las técnicas de investigación que usaron para recoger la investigación fueron revisión bibliográfica, reflexión conceptual y estudio de caso mediante observación digital.

Resumen

A pesar de la amplia bibliografía sobre el populismo, su relevancia en Latinoamérica, y la creciente presencia de lideresas políticas populistas, sus aproximaciones empíricas han tenido enfoques androcéntricos y consecuentemente la teoría ha sido masculinizada. Frente a esto, la investigación tuvo como objetivo identificar características de liderazgo populista femenino a partir de un análisis del perfil de Instagram de Cristina Fernández, actual vicepresidenta de Argentina, en el periodo de septiembre 2019 – septiembre 2022. Para el desarrollo se analizaron 200 publicaciones de su perfil a través de herramientas cuantitativas, para poder determinar si el caso de estudio es populista, y como lo refleja en su comunicación digital. Como resultado se pudo asegurar que se trata de un caso de populismo femenino, siendo uno de los principales rasgos la construcción de discursos antagónicos y anti elitistas, sin embargo, mantiene un equilibrio en cuanto a la performatividad de género masculina y femenina.

Palabras clave: Populismo, liderazgos femeninos, Latinoamérica, Cristina Fernández

Abstract

Despite the extensive literature on populism, its relevance in Latin America, and the growing presence of female populist political leaders, their empirical approaches have had androcentric approaches and consequently the theory has been masculinized. In response to this, the research aimed to identify characteristics of female populist leadership based on an analysis of the Instagram profile of Cristina Fernandez, current vice president of Argentina, in the period September 2019 - September 2022. For the research, 200 posts of her profile were analyzed through quantitative tools, in order to determine whether the case study is populist, and how she reflects it in her digital communication. As a result, it was possible to ensure that she is a case of feminine populism, being one of the main features the construction of antagonistic and anti-elitist discourses, however, she maintains a balance in terms of male and female gender performativity.

Keywords: Populism, feminine leadership, Latin America, Cristina Fernández

Tabla de Contenido

Introducción	8
Planteamiento del problema	8
Justificación.....	10
Antecedentes	10
Revisión de literatura	12
Estado del arte	12
Marco Conceptual	17
Populismo	17
Liderazgo y Liderazgo Femenino	19
Objetivos.....	22
Objetivo general	22
Objetivos específicos.....	22
Metodología	22
Diseño de investigación.....	22
Descripción del método	23
Unidad de análisis y muestra.....	23
Temporalidad	24
Análisis de resultados.....	24
Consideraciones éticas	25
Resultados.....	26
C1: Contexto	28
C2: Performatividad.....	28

C3: Imagen.....	31
C6: Referencia a la audiencia.....	33
C7: Temáticas	34
C8: Referencias concretas al género.....	35
Discusión de Resultados.....	36
Conclusiones	39
Recomendaciones	40
Referencias.....	42

Índice de Tablas

Tabla 1: Componentes para la aproximación del liderazgo populismo femenino	25
Tabla 2: Expresiones faciales	30
Tabla 3: Tipo de vestimenta	32
Tabla 4: Principales tematizaciones en descripciones.....	34

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Formato de Publicaciones	27
Gráfico 2: Publicaciones de performatividad feminizada y masculinizada	29
Gráfico 3: Estilo moderno sobre tipo de vestimenta	32

Introducción

Planteamiento del problema

Para aproximarse a entender la política de América latina, hay que conocer su trayectoria. Este recorrido ha sido marcado por distintos líderes quienes han influido en la historia de cada país y consecuentemente en la región. “Latinoamérica, a pesar de su reconocido machismo, se ha posicionado como un referente en el acceso de mujeres a la cúspide del poder político” (Ruiz y Camargo, 2018, párr. 5). Es decir, muchos de estos liderazgos han contado con figuras femeninas cuya participación ha sido importante como por ejemplo: Eva María Duarte de Perón (1946-1952), Violeta Barrios Torres (1990-1997), Michelle Bachelet (2006-2010; 2014-2018), Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015), o Dilma Rousseff (2011-2016).

Otro asunto a considerar sobre la política latinoamericana es el populismo, ya que este “ha sido una fuerza fundamental en la democratización de América Latina y en la incorporación simbólica y efectiva de sectores que se encontraban excluidos tanto política como económicamente” (Freidenberg, 2007, p.258). El populismo ha sido un campo ampliamente explorado, hasta el momento se han planteado cinco perspectivas en las que se analiza al fenómeno desde distintos planos, los cuales son el discursivo, el estructural, el político-estratégico, el sociocultural y el ideacional (Campos-Herrera y Umpierrez, 2019). Aunque la comunidad académica no ha podido llegar a una definición exacta del populismo, se sostiene que han logrado un consenso sobre su elemento principal: una dicotomía entre pueblo y élite (Moffitt, 2020).

Tomando esta distinción en cuenta, podemos comprender el porqué del surgimiento de movimientos populistas en América Latina. La región ofrece características clave para el desarrollo del populismo, ya que ha sido señalada habitualmente como la región más desigual del mundo desde que se dispone de estadísticas fiables basadas en microdatos {Gallup World Poll 2006} (Gasparini y Gluzmann, 2012). Tan solo en Latinoamérica se han

identificado tres grandes olas del populismo: la clásica (1930), la neoliberal (1990), y la radical (2000), que han marcado períodos históricos ya que surgen en un contexto de crisis. (De la Torre, 2017).

A pesar de la amplia representación de lideresas que han tenido gobiernos considerados populistas en América latina, la conceptualización de las tres olas de populismo se ha desarrollado a partir de un enfoque androcéntrico, es decir de actores líderes masculinos. Algunos de los más referenciales han sido: Domingo Perón (Argentina), Hugo Chávez (Venezuela), Rafael Correa (Ecuador), Alberto Fujimori (Perú), o Evo Morales (Bolivia). Así como en cualquier fenómeno político, el líder es un actor clave en su conceptualización, y si bien no existe un prototipo del líder populista, explícita o implícitamente se habla de un hombre fuerte y carismático capaz de movilizar a las masas (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2019). Evidentemente esta conceptualización enfatiza características socialmente atribuidas a la masculinidad, pues están contruidos sobre referentes de este género.

Conociendo este vacío teórico nace “La Huella de Evita” el semillero en el que participa esta investigación el cuál propone una conceptualización teórica y metodológica para aproximarse al estudio sobre el liderazgo populista femenino en América Latina. Gracias a la deconstrucción teórica del populismo que se realizó previamente en este proyecto, así como los aportes conceptuales del género como categoría analítica se logró identificar los elementos que permitan estudiar el populismo en actrices políticas latinoamericanas.

La labor específica de esta investigación fue analizar la comunicación de uno de los casos más relevantes en la región, la expresidente y actual vicepresidenta de Argentina Cristina Fernández de Kirchner. Este análisis aporta al proyecto respondiendo a la pregunta de investigación: ¿Qué características que evidencien el populismo y el liderazgo femenino

se pueden percibir a partir de la comunicación de Cristina Fernández política latinoamericana?

Justificación

Siendo uno de los fenómenos más relevantes de la región de Latinoamérica, el populismo ha sido ampliamente revisado. Sin embargo, y a pesar de la creciente presencia de lideresas políticas latinoamericanas, sus aproximaciones empíricas se han realizado a partir de referentes masculinos y consecuentemente una de sus características primordiales es la presencia del modelo de un hombre fuerte como líder (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2019). Los liderazgos en general también están asociados a rasgos personales masculinos. Aunque se supone que se debe considerar como algo neutro, a lo largo de la historia podemos notar su masculinización estereotipada en base a sus imágenes del rey, el jefe, el Señor o el padre (Campus, 2013; Kaohane, 2010).

Frente a esta situación, es necesario aportar académicamente en una aproximación al populismo latinoamericano desde la mirada del liderazgo femenino. Una vez deconstruidos los conceptos principales del proyecto, es necesario hacer un análisis metodológico de un caso real relevante para identificar rasgos y de forma posterior comprobar cruces entre los dos conceptos. La presente investigación representa un aporte empírico, pues busca aportar en un vacío teórico importante.

Antecedentes

Para ubicarnos en el espacio en el que se desarrolla esta investigación, debemos tomar en cuenta el contexto socioeconómico de Latino América. La región se caracteriza por la tremenda desigualdad social, las condiciones de pobreza en que vive la mayoría de la población y la violencia estructural (Guardia, 2013). Es históricamente conocida por sufrir crisis sociales y económicas duras; como se mencionó antes, estos hechos nos ayudan a entender el constante surgimiento del populismo y sus distintas olas.

Han habido tres grandes olas del populismo en Latinoamérica. A finales de la década de los 90 ocurre un giro ideológico con una inclinación hacia la izquierda, esta sería la transición entre la ola neoliberal y la ola radical (De la Torre, 2017; Zanotti y Roberts, 2021). Este giro se entiende como una reacción de la ciudadanía y su insatisfacción contra las leyes neoliberales que suelen focalizar todos los aspectos existentes en términos económicos (Brown, 2015). “A mediados de la década de 2000, tres cuartas partes de la población de Sudamérica (350 millones de personas) estaban bajo gobiernos de izquierda” (Gold y Zagato, 2020, p.3). Algunos de estos países son Argentina, Bolivia, Brasil, Venezuela, entre otros.

A este grupo de gobiernos de izquierda que surgieron entre finales de los años 90 y principios del nuevo milenio se los nombra la marea rosa (Castañeda, 2006). De todas maneras, Gold y Zagato (2020) hacen énfasis en que no todos estos gobiernos pueden unificarse bajo la misma descripción y establecen distinciones entre una izquierda “buena” parecida a los partidos socialdemócratas de Europa como el gobierno de Argentina, Brasil, Uruguay y Chile; y la “mala” con un comportamiento más autoritario como el gobierno de Venezuela, Bolivia y Ecuador. Dentro de este grupo de gobiernos, también se encuentran algunos liderados por mujeres consideradas populistas como Michelle Bachelet (2006-2010, 2014-2018), Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011, 2011-2015) o Dilma Rousseff (2011-2015, 2015-2016).

Sin embargo, la política gubernamental comenzó a girar nuevamente hacia la derecha a partir del 2015 y se evidenció con la elección de Mauricio Macri como presidente de Argentina. Asimismo, los gobiernos de otros países transicionaron de izquierda a derecha como Chile, Perú, Ecuador, Brasil, entre otros. Según Luna y Rovira Kaltwasser (2021), se debe al descontento con los oficialismos de izquierda por la situación de corrupción y el decrecimiento económico de cuando se agotó el commodity boom, que fue lo que proporcionó a los partidos de izquierda recursos con los que gobernar a la par del inicio de sus mandatos (Murillo, 2016).

Este descontento también se manifestó en Latinoamérica a manera de movilizaciones sociales en el 2019. En países como Ecuador, Bolivia, Chile, Puerto Rico o Colombia. Los resentimientos sociales, la inseguridad económica, la ilegitimidad de la democracia, o la injerencia externa son algunos de los factores principales que motivaron estos estallidos sociales (Malamud, 2020). Aunque las revueltas populares no son una novedad, Malamud (2020) sostiene que las nuevas tecnologías fueron un instrumento que agiliza el proceso de reclutamiento para dichos movimientos. Seguido a esto, no se puede dejar de mencionar la pandemia de COVID-19 que trajo consigo más desafíos para los gobiernos de América latina.

En el caso de Cristina Fernández, ella sube al mandato en el 2007 en plena ola radical del populismo, como sucesora de su esposo Néstor Kirchner. A pesar de esta relación, la trayectoria de Cristina deja en claro que fue su preparación política lo que la preparó para la presidencia, y que haya ganado por votación electoral deja una evidencia. Un dato importante a destacar es que durante el mandato de Néstor el número de mujeres en el gabinete creció. En este periodo (2003-2007) Cristina fue un apoyo activo para su esposo, por lo que se lanzó a la presidencia en las siguientes elecciones ya que Néstor no buscaba la reelección. Durante su primer periodo de mandato, se distinguió de su esposo de algunas maneras como por ejemplo enfocándose en causas sociales y velando por los derechos humanos (Raigoza, 2014).

En el 2010 Néstor Kirchner falleció. A pesar de los roces sociales que tuvo Cristina durante su mandato en la presidencia, fue reelecta en las elecciones consecutivas (2011-2014) con uno de los más altos porcentajes. El luto continuo de su esposo se juntó con una mala salud y cáncer de Cristina, y esto se reflejó en su rol como líder el cuál fue mucho más de empoderamiento frente a las adversidades (Raigoza, 2014).

Revisión de literatura

Estado del arte

Como ya se mencionó, el liderazgo político femenino en Latinoamérica con un enfoque en características consideradas populistas no ha sido conceptualizado antes. Sin embargo, existen varios acercamientos hacia el liderazgo político femenino y el populismo individualmente. A continuación, se exponen cinco estudios que aportan a la construcción de ambos conceptos, y consecutivamente al contexto académico de esta investigación.

García Beaudoux (2017) en *Una tipología de los sesgos y estereotipos de género en la cobertura periodística de las mujeres candidatas*, realiza un análisis de la cobertura periodística con referencia a tres mujeres candidatas políticas durante su campaña electoral. El estudio profundiza en el rol de los medios para la percepción de la experiencia y credibilidad de las lideresas en la mente de los votantes, y cómo estos pueden ser contraproducentes y terminar decreciendo la intención del voto (García Beaudoux, 2017).

Se analizaron más de noventa piezas periodísticas de tres candidatas (Hillary Clinton, Keiko Fujimori, María Eugenia Vidal), en más de trece medios distintos y alrededor de tres países diferentes. Se identificaron las principales variables en los casos de estudio para proponer una tipología. El resultado refleja que evidentemente los estereotipos de género en los medios de comunicación no se han erradicado, y se han encontrado aún por lo menos cuatro clases de estereotipos de género que califican a las mujeres políticas: (1) Papel de madres, (2) Relación con hombres influyentes, (3) Falta de racionalidad emocional, y (4) Apariencia física (García Beaudoux, 2017).

El análisis se dio en países diversos, esto induce a suponer que su aplicación también podría extenderse a otras dimensiones que sobrepasan la cultura y el espacio. Algo válido a destacar es que estos estereotipos no se encontraron en coberturas catalogadas como negativas únicamente, sino también en neutrales y hasta positivas, es decir muchas veces los propios periodistas no son conscientes y el prejuicio no es intencional. Esto se debe a que estas narrativas son construidas a partir de juicios preexistentes que socialmente se le atribuyen al género femenino (García Beaudoux, 2017).

El segundo de los estereotipos previamente mencionados, Relación con hombres influyentes, es bastante relevante para la presente investigación debido a la trayectoria del caso de estudio Cristina Fernández y su difunto esposo y expresidente de Argentina Néstor Kirchner. Ríos Sierra (2017) en su artículo *Liderazgo político y patriarcado mediático: las imágenes políticas de Cristina Fernández y Dilma Rousseff* tiene como objetivo reflexionar sobre cómo se han construido las imágenes políticas de estas dos lideresas latinoamericanas, a través de la metodología de casos de estudio. Pues se sostiene que la autonomía de una mujer como activo político desaparece al momento de entenderla solo por su conexión con una figura masculina (Ríos Sierra, 2017).

Como conclusiones se sostiene que, en ambos casos, los valores que predominan en la narrativa de las lideresas son preasignados en función de género y de dependencia de una relación previa con un varón. Lo curioso es que esto no solo se debe al rol de la cobertura mediática, sino que también las candidatas han podido instrumentalizar las situaciones individuales de sus antecesores para construir su discurso independiente lo cual no es fácil. Tomando el ejemplo de Cristina Fernández, en su segundo mandato ella se apropia de su situación de luto de manera que cambia su figura inicial de rebeldía, a una de coraje (Ríos Sierra, 2017). Si bien las lideresas han logrado construir su propio espacio, la relación previa con un líder masculino ha sido clave para ello, y de cierta forma la condiciona ya sea positiva o negativamente.

Para entrar en el concepto del populismo, también existen estudios sobre sus liderazgos. Casullo (2019) en su artículo titulado *How to become a leader: Identifying Global Repertoires for Populist Leadership*, tiene como objetivo ofrecer repertorios de un líder populista. El estudio se llevó a cabo a través de un análisis del comportamiento de varios líderes considerados populistas de distintas épocas y regiones tomando en consideración su contexto histórico. Casullo (2019) parte de la teoría discursiva de Ernesto Laclau en la cual no se centra en la figura del líder como tal, sino en su proceso de formación. Por esto, se entienden los repertorios como plantillas que construyen al líder, es decir como posibles

caminos a tomar en los que se establece lo que debe o no debe hacer una persona individual para presentarse como un líder populista ante la sociedad (Casullo, 2019).

En el estudio se exponen cuatro repertorios principales, cuyos han tenido y tienen una mejor percepción dependiendo de su contexto. Estos son “el soldado patriótico, el líder social, el empresario exitoso y la mujer fuerte” (Casullo, 2019). La autora afirma que, si bien algunos repertorios parecen encajar mejor con una ideología específica, estos no están fijados y pueden usarse estratégicamente, así como desafiarse. Un hallazgo relevante para esta investigación es notar que tres de los cuatro repertorios hacen alusión a características socialmente atribuidas a los hombres. A pesar de que un repertorio sí hace una notable referencia a las mujeres, este las sigue condicionando a comportamientos o características del estereotipo femenino (Casullo, 2019).

Sobre la relación entre el populismo y el género, Mudde y Rovira Kaltwasser (2015) realizan el estudio titulado *Vox populi or vox masculini? Populism and gender in Northern Europe and South America*. Los autores llevan a cabo un análisis comparativo de la relación entre género con cuatro situaciones populistas en distintas partes del mundo. Su objetivo es resaltar estos componentes que condicionan las opiniones sobre el género y el rol de los actores populistas; la comparación se hizo entre dos partidos populistas de derecha de Europa del Norte, y dos partidos políticos de izquierda de América Latina (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2015).

Los autores afirman que bajo este primer análisis los roles de género no son importantes para el populismo, y sus representantes no tienen una posición relevante sobre estos. Si bien se tratan cuestiones relacionadas al género, estas se topan en ocasiones específicas de cada partido independientemente de la ideología o la región. Este resultado en comparación al incremento de lideresas populistas justifica los esfuerzos de la academia, y de la presente investigación, por encontrar estos puntos en dónde convergen ambos conceptos desde otras perspectivas.

Otro resultado encontrado es que la representación femenina dentro de posiciones políticas es mayor, en proporción, en América Latina que en el Norte de Europa. “Esto apoyaría la afirmación de que la ideología, más que la cultura (región), es más importante para la posición en cuestiones de género de los populistas.” (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2015, p. 35). Sin embargo, partiendo de esa idea, si la cultura nacional tiene una posición al género, o así mismo a categorías como la clase o la raza, esta si puede influir en el rol del líder populista por querer empatizar con dicha sociedad.

Finalmente, para profundizar en las lideresas políticas dentro de un contexto latinoamericano, y de Cristina Fernández específicamente, se destaca el estudio realizado por Claudia Raigoza (2014) titulado *Explorando el liderazgo femenino en América Latina: Lo que podemos aprender de Michelle Bachelet, Cristina Fernández de Kirchner y Dilma Rousseff*. Su objetivo fue identificar los estilos de liderazgo femenino que utilizan cada una de las actrices; para esto, se realiza un análisis tomando como referencia una situación relevante del mandato de cada uno de los estudios de caso. En el caso de Bachelet, se analizó su comportamiento durante el terremoto de Chile en 2010 y se identificó un liderazgo transformacional; en el caso de Rousseff se gira en torno a las manifestaciones de Brasil en 2013 en el que la lideresa utiliza un liderazgo auténtico relacional; y en el caso de Cristina Fernández se escogió la legalización del matrimonio homosexual del 2010, en este caso Cristina emplea un liderazgo carismático (Raigoza, 2014).

Para ahondar en el liderazgo carismático de Cristina Fernández, Raigoza (2014) realiza un resumen histórico de su carrera política en el que expone sus estudios, su recorrido cuando fue primera dama, presidenta de la nación, y presidenta reelecta. En él se evidencia su esfuerzo por independizarse de la labor de su difunto esposo Néstor Kirchner, sin irse en su contra. La retórica de Cristina es la manera más concreta que tuvo para transmitir este carisma y lo hace a través de un tono positivo emocional, sentimientos patrióticos, discursos no marginalizados y valores fundamentales como la igualdad (Raigoza, 2014).

Como conclusiones, se evidencia que no existe un solo estilo que implementan las lideresas políticas, sin embargo, sí existe una inclinación a lo relacional (Raigoza, 2014). Pues el éxito de estos casos ha dependido en la identificación de la sociedad con ellas y sus valores, es decir han reflejado su dedicación hacia el bienestar de la ciudadanía. Este estudio aporta a la investigación de manera que se evidencia cómo los estilos de liderazgos femeninos dentro de un contexto latinoamericano, se le atribuyen características consideradas populistas.

Estos estudios evidencian sobre todo el vacío teórico que existe sobre la conceptualización de liderazgos femeninos populistas. En muchos de ellos, se llega a conclusiones específicas que reflejan similitudes entre los dos conceptos por separado. Esto justifica el esfuerzo de la presente investigación para identificar estos cruces y acercarse a un concepto.

Marco Conceptual

Populismo

El populismo no tiene una definición exacta, más bien este término ha sido ampliamente revisado por la academia y tiene varias aproximaciones teóricas. Sin embargo, como ya se mencionó, existe un acuerdo sobre sus elementos principales (Moffitt, 2020; Mudde, 2004). Mudde (2004) lo define como “una ideología que considera que la sociedad está separada en última instancia en dos grupos homogéneos y antagónicos, "el pueblo puro" frente a "la élite corrupta", y que defiende que la política debe ser una expresión de la voluntad general del pueblo” (p.543).

Se han planteado cinco perspectivas en las que se analiza al fenómeno desde distintos planos, los cuales son el discursivo, el estructural, el político-estratégico, el sociocultural y el ideacional (Campos-Herrera y Umipierrez, 2019). Una de las razones por las que existe tal desacuerdo en su definición es que dependiendo de la región y el contexto socioeconómico en que se lo analiza, “el populismo suele equipararse, y a menudo

mezclarse, con fenómenos dispares” (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2017, p.2). Es decir, la controversia del fenómeno recae en su contexto en el que se lo aplique.

Cronológicamente, el primer enfoque es el estructural, este nace en la década de 1940 como respuesta al auge de la industrialización de América Latina como sustituto a las importaciones y como reacción al fascismo europeo de la época (Campos Herrera y Umiperrez, 2019). Según Germani (1978) el enfoque estructural es “un movimiento multiclassista que se expresa en una especie de ideología heterogénea de izquierda/derecha” (p.95). Germani plantea tres condiciones relevantes, sobre todo en el contexto latinoamericano, para que surja este enfoque: el antagonismo entre clase media y alta, la apresurada y reciente formación de clases medias, y la existencia de patrones igualitarios en la cultura (1978).

El siguiente enfoque es el discursivo, este surge a inicios de la década de los 70 's. Su principal autor es Laclau (2005) y plantea esta teoría desde una perspectiva normativa sobre el discurso, como su nombre lo dice. Esta definición es una “explicación estructural de la formación de la identidad popular en la cual las fronteras antagónicas se fundan en lógicas equivalenciales” (p.287), tomando el discurso como elemento clave en su construcción. Laclau plantea que la retórica populista sería capaz de unificar distintas necesidades del pueblo en un discurso (2005).

La proliferación de nuevos tipos de liderazgo populistas a finales de los 80, obligó a la academia a redefinir el concepto. Weyland (1996, 2001) buscó alejar a la definición de su relación con factores socio-económicos para plantear un enfoque clásico centrado en la política; y de esta manera disminuir las dolencias teóricas y empíricas que significan las varias definiciones. Para él la estrategia política es la mejor manera de definir al populismo, estas “se caracterizan por la capacidad de poder que los tipos de gobernantes utilizan para sostenerse políticamente” (Weyland, 2001, p.18). Es decir, este enfoque plantea al populismo como una estrategia utilizada por un gobernante para basarse en el apoyo

masivo y en un discurso anti elitista y así ganar, ejercer poder y mantenerse en él (Weyland, 1996, 2001).

A principios del siglo XXI surge el enfoque ideacional, en el que se entiende al populismo como una ideología o una concepción mundial (Hawkins y Rovira Kaltwasser 2017, en Ostiguy). Su principal autor es Mudde (2004) y una de sus principales ideas es que lo define como ideología centrada en lo delgado, y se refiere a que “el populismo puede combinarse fácilmente con otras ideologías muy diferentes (delgadas y completas)” (Mudde, 2004, p.543) Es decir, el populismo no es una corriente política que podría sobrevivir por sí sola, este debe adherirse a otras y adquirir características populistas.

El enfoque más reciente es el sociocultural que tiene como principal autor a Ostiguy (2017) y este analiza al populismo tomando en cuenta la apelación como acción. Propone una teoría para llenar el vacío que existe entre los enfoques político-estratégico e ideacional (Campos-Herrera & Umpierrez de Reguero, 2019). Ostiguy (2017) pone en relieve la estrategia, así como Weyland (2001), pero sin dejar a un lado las subjetividades políticas, sociales y culturales de los ciudadanos, y además toma en cuenta las identidades culturales, sociales e históricas (Ostiguy, 2017). Este enfoque es performativo y personalista ya que toma en cuenta los comportamientos, gestos, acciones y discursos populistas para demostrar los vínculos y antagonismos distintivos del populismo (Ostiguy, 2017).

Liderazgo y Liderazgo Femenino

Para acercarnos a entender al liderazgo político femenino como concepto, debemos empezar por lo fundamental: el liderazgo. Las aproximaciones teóricas para definir el liderazgo son variadas ya que se ha analizado desde muchas perspectivas (Ruiloba, 2013).

Liderazgo. Para Blondel (1987) es un concepto conductual por lo que su definición debe ser conductual también. Él afirma que el liderazgo está relacionado al poder, sin embargo, no toda muestra de poder es liderazgo, ya que este requiere continuidad y no solo su uso ocasional, aquí hace una distinción entre un líder posicional y uno conductual.

Existen varios niveles de liderazgo por lo que su clasificación debe ser precisa “principalmente sobre la base de las acciones de los líderes y la respuesta del entorno, ya que es sobre los resultados de estas acciones y reacciones que los líderes tienen que ser juzgados” (Blondel, 1987, p.34), es decir el liderazgo es de carácter relacional y dependería de la influencia del líder, más que de su posición.

Liderazgo Político. Además de su influencia, un líder es alguien que de cierta forma encarna a una sociedad o institución a través de “su voz, gestos, movimientos corporales, discursos, prácticas políticas, formas de sentir, formas de percibir la realidad y modos de valorar la misma” (Jiménez, 2008, p.194). Es clave destacar la importancia del análisis de distintos factores del comportamiento para entender el liderazgo que representa. Siguiendo con el concepto, el liderazgo político es un tipo de liderazgo que se evidencia cuando existe esta influencia aplicada a situaciones dentro de un campo considerado político con el fin de generar cambios en la sociedad (Blondel, 1987). El autor asegura que esta es una de las categorías más amplias del liderazgo, ya que al tratarse de lo “político” hay que tomar en cuenta muchos factores contextuales como los sociales, económicos y culturales.

Liderazgo Femenino. Cuando se habla de la conceptualización de liderazgos políticos femeninos, existe un obstáculo académico ya que en la trayectoria histórica, la mayoría de representantes políticos han sido hombres. A pesar de la creciente participación de mujeres en el ámbito político, “la presencia, casi exclusivamente masculina, es una realidad predominante” (Ruiloba, 2013, p.150). Esto ha dado como resultado a una definición masculinizada del liderazgo ya que se le atribuyen características estereotípicas del hombre, principalmente fuerza y autoridad sobre otros (Campus, 2013). Y esta falta de equidad de género no solo ha asociado el concepto de liderazgo con cualidades socialmente atribuidas a lo masculino, como las ya nombradas, sino que también se lo asocia de forma negativa con características socialmente atribuidas a lo femenino como la sumisión o debilidad (García Beaudoux, 2014).

Si bien la predominancia de referentes masculinos en la arena política es una de las razones por la cual no existe una definición de liderazgo político femenino, es evidente que el otro factor que influye en los sesgados acercamientos a su percepción son los estereotipos de género. Estos se dividen en dos dimensiones, descriptiva y prescriptiva, y traen consecuencias concretas que condicionan el rol de las lideresas sin importar que camino toman (García Beaudoux, 2014).

Para explicar mejor este último punto, Donatella Campus (2013) ahonda en el Double Bind. Este término proviene de una teoría antropológica (Gregory Bateson) que hace referencia al dilema angustiante de cuando se reciben dos mensajes contradictorios, y es planteado sobre el liderazgo femenino originalmente por Kathleen Jamieson (1995). Campus (2013) explica que el double bind entre feminidad y competencia es un tipo particular de vínculo social que históricamente ha sido barrera para las mujeres, y se debe a la estereotipada incompatibilidad entre el carácter femenino y el ejercicio del poder.

Campus expone dos modelos de liderazgo femenino: Iron ladies, quienes adoptan un comportamiento fuerte y autoritario; y mothers of the nation, que promueven su imagen de poder en base al cuidado y la provisión. Sin embargo, el primero es comúnmente percibido como rígido e insensible, y el segundo a pesar de tener la ventaja de estar culturalmente acorde con su estereotipo de género, suele ser percibido como débil o sumiso (Campus, 2013). Es decir, actúa como una barrera para el crecimiento, independientemente de rasgos, estilos y comportamientos individuales.

Los conceptos previamente revisados permiten a la presente investigación llevarse a cabo. La revisión sobre el populismo y sus distintos enfoques teóricos, entendiéndolos desde el contexto en el que emergieron; junto con las conceptualizaciones del liderazgo femenino y el impacto de los estereotipos de género en ellas, ubican esta investigación dentro de un marco teórico. De esta manera, se facilitará el análisis para reconocer características con las que se manifiestan estos conceptos.

Objetivos

Objetivo general

Identificar características de liderazgo populista femenino a partir de un análisis del perfil de Instagram de Cristina Fernández en el periodo de septiembre 2019 – septiembre 2022 para aproximarse al estudio de los liderazgos populistas de actoras políticas en América Latina.

Objetivos específicos

- Identificar rasgos del populismo y del liderazgo femenino en el contenido orgánico del perfil de Instagram de Cristina Fernández (fotos, captions, reels) durante septiembre del 2019 a septiembre del 2022.
- Categorizar las características encontradas en el contenido orgánico de Instagram de Cristina Fernández durante septiembre del 2019 a septiembre del 2022 según su análisis.

Metodología

Diseño de investigación

La investigación empírica puede llevarse a cabo y analizarse utilizando enfoques cualitativos o cuantitativos. Esta investigación se trabajó bajo un enfoque cuantitativo, el cual representa un conjunto de procesos organizados de manera secuencial para comprobar suposiciones, es decir, se sigue rigurosamente el proceso en orden (Hernández-Sampieri, 2018). Porque a partir de los datos recolectados mediante el instrumento elegido, se buscó analizar las características del fenómeno investigado, el cual estuvo orientado a reconocer los rasgos del populismo y liderazgo femenino que se percibieron en el Instagram de Cristina Fernández.

La recolección de datos cuantitativa se fundamenta en la medición de datos numéricos que se llevan a cabo con procedimientos estandarizados. Este enfoque se caracteriza por la búsqueda de la mayor objetividad posible durante todo el proceso (Weil, 2017). Al tratarse de populismo y liderazgo femenino, dos conceptos cuya definición se brinda a la subjetividad de su contexto, el enfoque cuantitativo de esta investigación fue acertado ya que permitió brindar sistematicidad al análisis de las publicaciones a través de herramientas de recolección de datos estadísticas como lo son las encuestas.

En la indagación cuantitativa de esta investigación se busca conocer el fenómeno estudiado “tal y como es, o al menos, aproximarse lo mejor posible a ello” (Hernández-Sampieri, 2018, p.7). Por esta razón, el estudio también fue no experimental ya que se analizaron las publicaciones sin ninguna alteración (Hernández, et al., 2010). De la misma manera, como el tema no ha sido estudiado a profundidad, se aplica un alcance exploratorio-descriptivo. Los estudios que utilizan este alcance buscan levantar información y preparar el terreno para futuras investigaciones más profundas (Hernández-Sampieri, 2018).

Descripción del método

El método que se utilizó es el estudio de caso a través de la observación digital, ya que el análisis fue netamente del perfil de Instagram de Cristina Fernández, la cuál es una red social en una plataforma digital. Según Orellana y Sánchez (2006) la categorización de la observación digital que se realiza en esta investigación es sobre materiales documentales, como los previamente mencionados.

Al tratarse del contenido orgánico del estudio de caso, entendemos que el tipo de documento a analizar es multimedial. Esto quiere decir que son documentos en donde se combina textos, imágenes, videos y animaciones digitales (Valzacchi, 2003).

Unidad de análisis y muestra

Se utiliza una sola unidad de análisis para esta investigación la cuál es el perfil de la red social Instagram de la expresidenta y actual vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner (@cristinafkirchner). Se analizan distintos formatos de publicaciones, los cuáles son imágenes, videos / reels o carruseles junto con su descripción. En cuanto a criterios para la selección de la muestra es que sean publicaciones orgánicas, es decir todas las que pertenezcan a su perfil público y que hayan sido publicadas permanentemente en el feed para sus seguidores, sin necesidad de una inversión monetaria desde plataformas de pauta.

Otro criterio crucial es que la muestra está compuesta por toda publicación orgánica dentro del periodo de septiembre 2019 hasta septiembre 2022, ya que esta investigación busca recolectar datos de un total de doscientas publicaciones que cumplan con estos parámetros para que sus resultados puedan ser más acertados. Además, cabe mencionar que la fecha de inicio para la recolección de publicaciones, septiembre 2019, coincide con el último mes de las campañas electorales de la república argentina, antes de la asunción de Cristina Fernández como vicepresidenta, que sigue vigente en la actualidad.

Temporalidad

Este estudio tiene una temporalidad de tres años, específicamente el transcurso de 1110 días. Este periodo corresponde a la selección de publicaciones a analizar para realizar el objetivo general de investigación. Es decir, el análisis de las publicaciones, la identificación de características del liderazgo femenino y el populismo, la categorización de estas y posteriormente las implicaciones que evidencien el concepto.

Las publicaciones que componen la unidad de análisis mantienen su temporalidad previamente mencionada (septiembre 2019 – septiembre 2022). Este periodo corresponde a partir del cierre de campañas electorales en Argentina, la victoria del partido Frente de Todos, la asunción de Cristina Fernández como vicepresidenta de su mandato actual, y su tiempo ejerciendo.

Análisis de resultados

Para seguir con los objetivos de investigación, posterior a la definición de la muestra, esta se analizó y la información recopilada se procedió a categorizar. La categorización se hizo a través de un formulario en Google Forms, una herramienta para crear encuestas digitales de forma fácil que automatiza la tabulación de resultados. La estructura del formulario utilizado se encuentra en Anexos. En base a la temática, se elaboraron diez categorías que permitieron organizar la información y agruparla de acuerdo con el objetivo general de la investigación. A continuación, se exponen las categorías planteadas:

Tabla 1

Componentes para la aproximación al liderazgo populismo femenino

Código	Categoría
C1	Contexto
C2	Performatividad
C3	Imagen
C4	Destinatario del mensaje
C5	Función contenido
C6	Referencia a la audiencia
C7	Temáticas
C8	Referencias concretas al género
C9	Referencias concretas a la oposición masculina
C10	Referencias concretas a la oposición femenina

Consideraciones éticas

La información recogida para aportar en esta investigación fue citada correctamente de acuerdo con la 7ma edición de las normas APA. La unidad de análisis no fue exclusiva para esta investigación, ya que al ser parte del contenido de Instagram de un perfil público es de acceso libre. Sin embargo, las publicaciones fueron analizadas con prudencia y con el único propósito de cumplir los objetivos de la presente investigación.

Los resultados obtenidos son un aporte directo para el semillero “La Huella de Evita”, sin embargo, al ser una investigación de carácter exploratorio se busca preparar el terreno para que surjan otras investigaciones académicas dentro de las ciencias sociales.

Resultados

En el siguiente apartado se presentará una síntesis de los resultados obtenidos de la observación digital de la muestra, es decir de las doscientas publicaciones orgánicas del perfil de Instagram de Cristina Fernández. Esta información pasó por un formulario creado en base a las categorías antes mencionadas, las cuales fueron diseñadas a partir de la revisión teórica del primer año del semillero de “La Huella de Evita”. Con respecto a específicamente este estudio de caso de Cristina Fernández, no se encontró información que aporte a todas las categorías propuestas. Las más destacadas y relevantes son C1: Contexto, C2: Performatividad, C3: Imagen, C5: Función contenido, C6: Referencia a la audiencia, C7: Temáticas, C8: Referencias concretas al género. La tabulación completa de la información recolectada se encuentra en Anexos.

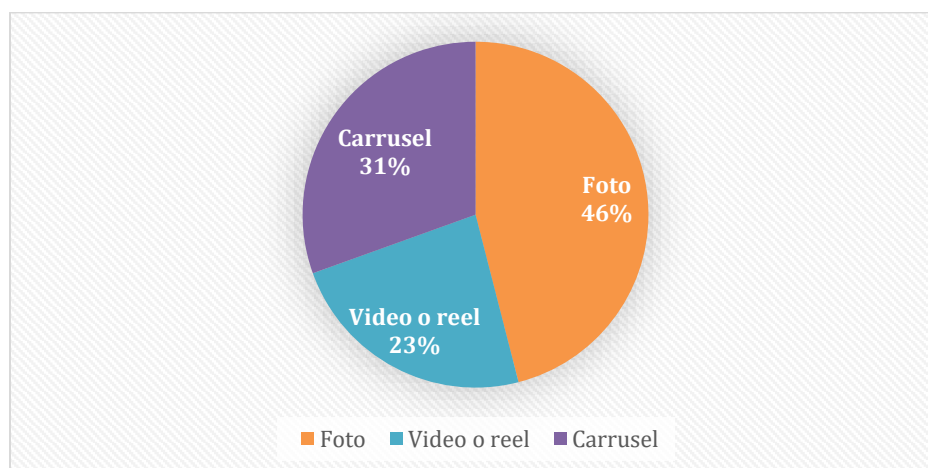
Lo primero fue recopilar las portadas, descripciones y hashtags pertenecientes a cada publicación. En cuanto a las descripciones que utiliza Cristina Fernández, estas son muy variadas narrativamente, sin embargo, el análisis evidencia que las utiliza casi en su totalidad. La muestra refleja que solo 3 publicaciones carecen de palabras en la descripción, es decir el 1.5%, de las cuáles 1 no tiene descripción en lo absoluto y 2 se conforman por emojis siendo estos el emoji de una bandera y el de un corazón. Por otro lado, Cristina también acostumbra a utilizar descripciones largas compuestas por múltiples párrafos, esto

se reflejó en por lo menos 30 de sus publicaciones, es decir más del 15% de la muestra, siendo su descripción más larga de 394 palabras. En cuanto a los hashtags, el 86% de las publicaciones de Cristina no los contienen, y cuando se los utilizó fue en casos muy específicos de fechas especiales como por ejemplo “#AsambleaLegislativa2020”, “#EstelaCumple90”, “#NéstorCumple” o “#8M2021”.

La plataforma de instagram permite tres formatos de contenido. Las fotos son imágenes estáticas únicas, los carruseles pueden estar compuestos de 1 a 10 fotos o videos, y los videos o reels son contenido audiovisual que dependiendo de su medida puede durar desde 1 minuto máximo hasta 60 minutos máximo. El gráfico 1 que corresponde a la pregunta de qué formato es la publicación que se codifica, nos muestra que la mayoría de las publicaciones de Cristina Fernández son fotos con el 46%, el 30.5% son carruseles y el 23.5% restante corresponden a videos o reels.

Gráfico 1

Formatos de publicaciones



Si bien esta fue una de las primeras preguntas del formulario para poder organizar la información por formato, a continuación, se expondrá también el consolidado del resto de resultados, así como su división. De esta manera, el análisis podrá ser uno general sobre la comunicación de la lideresa y sus rasgos.

C1: Contexto

La primera categoría corresponde a contexto, y se refiere al fondo de la publicación, el segundo plano. Esta categoría se ha relacionado a la pregunta *En general... ¿a qué hace referencia el post?* Las opciones fueron siete, siendo la más repetida Campaña Política, opción a la que 77 publicaciones hacen referencia, es decir, un 39.3%. En segundo lugar el 16.3%, es decir 32 publicaciones, hacen referencia a una confrontación, ya sea esta frente a otros actores políticos, la legislación u otros factores externos. Otras opciones relevantes fueron Presencia en medios con el 14.8% es decir 29 publicaciones que engloban entrevistas, visitas a la TV o radio; y Administración con el 14.3% es decir 28 publicaciones que engloban inauguraciones, firmas de contratos, supervisión de obras o encuentros con otros representantes de sectores sociales. Por último, las tres opciones restantes no fueron tan relevantes para el contenido de la lideresa, y estas son: representación de la mujer y sus derechos con el 6.6%, reivindicación de grupos oprimidos con el 6.1% y cambio o transformación en su gestión con 2.6%.

C2: Performatividad

La segunda categoría es la de performatividad, y se refiere al lado performativo que transmite la lideresa a través de sus tipos de lenguaje evidenciado en sus publicaciones. Esta categoría se la ha relacionado a la pregunta *En el sentido performativo (del género), ¿qué imagen de la líder se proyecta?* Los resultados nos muestran que en el 51% de las publicaciones de la lideresa, lo que proyecta a través de su lenguaje verbal, no verbal o textual no se encasilla como una imagen feminizada ni masculinizada de ella. Por ejemplo, en su publicación 128 que podemos observar en Anexos, ella se muestra celebrando junto a Evo Morales, los dos a la par con una expresión alegre y saludando de la misma manera. Ambos están vestidos formales con accesorios folclóricos, y en su descripción su mensaje es claro y conciso de felicitación, sin inclinarse a ningún estilo de género: “Buen lunes para

todos y todas. Felicitaciones a Lucho Arce y David Choquehuanca que, junto a Evo, construyeron en Bolivia un gran triunfo popular. La Patria Grande”

En el 30% de la muestra, o sea en 60 publicaciones la lideresa proyecta una imagen feminizada, es decir, con características de un modelo transformador como la horizontalidad o la solidaridad. Y en el 19% de la muestra, o sea 38 publicaciones, se proyecta una imagen masculinizada, es decir, con características de un modelo autoritario como la verticalidad o la dominancia. En el gráfico 2 podemos observar dos ejemplos, uno de cada estilo de performatividad de género. En la primera publicación la lideresa se muestra en 4 fotos distintas abrazando o besando a niños pequeños, esto refleja un lado familiar y protector de la lideresa, una característica esperada estereotípicamente de las mujeres. Además, en la descripción se dirige al destinatario en este caso “todas y todos” los argentinos y les dice “los quiero mucho”, algo que demuestra su lado cariñoso, considerado y emotivo, otra característica comúnmente asociada al género femenino.

En la segunda publicación, la lideresa se muestra en la portada como protagonista, levantando la mano con seguridad de forma extendida y con la clásica pose de campaña política que normalmente sería un hombre. En la descripción, trata directamente de problemas de la región, de forma directa, fuerte y autoritaria, características comúnmente asociadas al género masculino.

Gráfico 2

Publicaciones de performatividad feminizada y masculinizada



Otras preguntas cuyos resultados aportan a la categoría de performatividad son las que hacen referencia a las expresiones faciales y actividades con las que Cristina Fernández elige representarse en su comunicación digital.

Tabla 2

Expresiones faciales

	Total Posts	Alegre	Emoc.	Neutral	Pensativa	Triste	Enojada	NA
Carrusel	47	61.7%	29.79%	6.38%	2.13%	-	-	
Foto	55	54.54%	30.91%	7.27%	3.64%	-	-	3.64%
Video/Reel	13	23.08%	61.54%	-	15.38%	-	-	
Total	115	53.91%	33.91%	6.09%	4.35%	-	-	1.74%

La tabla 2 nos muestra que en las 115 publicaciones analizadas en las que Cristina sí aparece las expresiones positivas prevalecen, ya que en el 53.91% se muestra alegre, y en el 33.91% se muestra emocionada, es decir en 62 y 39 publicaciones respectivamente.

Por otro lado se muestra neutral en un 6.09% de las publicaciones, es decir en 7, y pensativa en el 4.3% es decir en 5. El porcentaje restante se debe a que el rostro de la líder no era visible en la publicación. Algo que destacar es que en ninguna publicación la líder muestra una expresión negativa como tristeza o enojo, incluso cuando durante el período analizado se atravesaron situaciones fuertes como un atentado contra su vida.

En cuanto a qué está haciendo la lideresa en las publicaciones, los resultados más relevantes fueron: asistiendo a un evento en el 44.35% de ellas, o sea en 51, inaugurando un evento u obra pública en 26.96% o sea en 31, y en una celebración en el 22.61%, es decir en 26 de las publicaciones. También aparece caminando o haciendo algún recorrido en 15 publicaciones (13.04%), sentada en una mesa de trabajo en 15 también, en un mitin con otros líderes del partido en 9 (7.83%) y con su familia en una actividad privada en solo 6 publicaciones (5.22%). Es válido destacar que en los videos/reels o carruseles la líder se puede mostrar haciendo más de una actividad.

C3: Imagen

La tercera categoría es de Imagen, y si bien tiene similitudes con la de performatividad, esta se diferencia ya que la teoría de performatividad de género evalúa el desempeño completo del “acto” o “performance” que realiza el sujeto para pertenecer a un género y su entendimiento cultural y estereotipado. Es decir, evalúa desde la representación física, hasta el tono de las palabras en la descripción. Sin embargo, esta categoría de Imagen se enfoca únicamente en la parte corporal de Cristina, fisiológicamente hablando, en las imágenes en las que ella sí aparece. Es decir, evalúa si es que se procura distinguir las particularidades sexuales entre masculinos y femeninos de forma material. Esta categoría se la ha podido relacionar con distintos resultados. Estos resultados reflejan que la mayoría de las veces se evita materializar esta diferencia sexual corporal entre masculinos y femeninos ya que esto se repite en 55 de las 115 publicaciones en las que aparece la lideresa, es decir en el 47.8%. Por otro lado, en 40 publicaciones se procura

materializar una imagen corporal femenina, es decir en 34.7%, a diferencia de masculina que solo ocurre en 15 publicaciones o sea en el 13%. Tan solo en 6 publicaciones se enfatiza en las particularidades sexuales de su cuerpo, es decir en el 5.2%.

Otro resultado que aporta a esta categoría es el correspondiente a la pregunta de *¿Qué tipo de vestimenta está utilizando en la publicación?*. En la tabla 3 se puede observar que la lista se encabeza con la vestimenta casual que aparece en 54 publicaciones que representa el 39.13% de la muestra. Seguido de elegante con 37 publicaciones y formal con 34 publicaciones, representando un 32.17% y un 29.56% de la muestra respectivamente. Es importante destacar que independientemente de que tipo de vestimenta utiliza, las prendas se caracterizaron por un estilo moderno o juvenil más allá de si era casual, formal o elegante; en comparación con otras mujeres líderes políticas con su trayectoria, cargo y edad. Esto se puede ver en el gráfico 3.

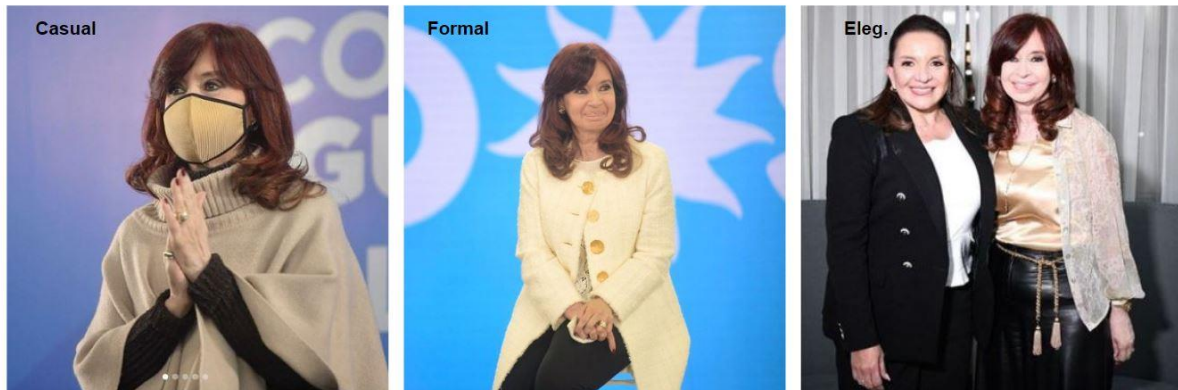
Tabla 3

Tipo de vestimenta

	Total Posts	Casual	Elegante	Formal	Deportivo	Traje típico
Carrusel	47	42.55%	27.66%	27.66%	-	2.13%
Foto	55	36.36%	35.55%	27.27%	1.82%	-
Video/Reel	13	38.46%	38.46%	46.15%	-	-
Total	115	39.13%	32.17%	29.56%	0.87%	0.87%

Gráfico 3

Estilo moderno sobre tipo de vestimenta



Como observamos en el gráfico 3, las prendas de la lideresa mantienen un estilo actual independientemente del evento. Cuando Cristina se encuentra asistiendo o inaugurando eventos públicos, generalmente utiliza atuendos casuales, pero gracias a su estilo, estos muy rara vez se ven sencillos o informales. Cuando Cristina se encuentra en eventos más privados o exclusivos suele utilizar atuendos formales o elegantes.

C6: Referencia a la audiencia

La siguiente categoría se refiere a la participación o exposición que podría llegar a tener el público ciudadano dentro de las publicaciones de la lideresa. A esta categoría se la ha relacionado con dos preguntas las cuáles buscan saber *si aparecen más mujeres en las publicaciones* y *si aparecen niños, mujeres embarazadas, adultos mayores u otro grupo vulnerable en las publicaciones*. En cuanto a los grupos vulnerables en las publicaciones de Cristina, solo aparecen en un 34% o sea en 68 publicaciones, mientras que en el 66% restante no aparece ninguno de los grupos mencionados. Si bien, en las descripciones de las publicaciones generalmente le habla a todos los argentinos, siendo inclusiva, en las imágenes visuales no muestra a todos los grupos. En la mayoría de las ocasiones de la recolección de datos se trató de un evento público en donde asiste mucha gente, entre estos personas de la tercera edad y niños, pero no suelen ser protagonistas en la publicación. En cuanto a las mujeres, de las 200 publicaciones, en 110 sí aparecen otras

mujeres aparte de la lideresa, es decir en un 55%, mientras que en el 45% restante no aparecen. Sin embargo, el género de estas tampoco fue protagonista de la publicación, la mayoría de las veces se trataba de más personas del partido o de los eventos.

C7: Temáticas

La categoría de temáticas se enfocó en los temas específicamente que la lideresa trata en la descripción de la publicación, es decir en el texto que acompaña a la foto, carrusel, video o reel. Y como ya se mencionó en la primera parte de resultados, Cristina usa descripciones en el 98.5% de sus publicaciones, y usa descripciones muy extensas y detalladas en más del 30% de sus publicaciones. Esto demuestra que la lideresa si le pone mucha importancia al mensaje textual que quiere comunicar. La pregunta que aporta a esta categoría es *¿Qué tematizaciones están presentes en la descripción del post?* para la cuál se dieron 17 opciones de temas variados. De las 200 publicaciones los más repetidos fueron Oposición con 24 publicaciones, con descripciones como “La asociación ilícita eran ellos” refiriéndose al partido de Macri; Fechas conmemorativas con 23, Desarrollo con 21, Otros líderes políticos con 19 con descripciones como “El soplo vital... sí, así era él.” Haciendo referencia a Néstor; Problemáticas en la región con 16, y tanto Apoyo a la comunidad como Crisis sanitaria con 14. En la tabla 4 podemos ver las principales temáticas junto a su porcentaje.

Tabla 4

Principales tematizaciones en descripciones

Temáticas	Publicaciones	Porcentaje
Oposición	24	12%

Fechas conmemorativas	23	11.5%
Desarrollo	21	10%
Otros líderes políticos	19	9.5%
Problemáticas en la región	16	8%
Apoyo a la comunidad	14	7%
Crisis sanitaria	14	7%

Algo importante de destacar sobre esta categoría es sobre el resultado con más relevancia, el de Oposición, ya que aunque la tematización fue la protagonista en 24 publicaciones, esta temática estuvo más presente en otras descripciones sin ser la más predominante. Esto se debe a que el período analizado coincidió con momentos clave de rivalidad entre políticos, como por su puesto que la nación había sido gobernada por la lideresa o su partido desde inicios del milenio y fue interrumpida por un mandato de Macri. La líder abiertamente hace mucha referencia a lo negativo del gobierno de Macri, así como a la corrupción que existió y existe por su lado hasta ahora.

C8: Referencias concretas al género

La última categoría se relacionó a dos preguntas que ya se analizaron anteriormente y estas son *¿En general a qué hace referencia la publicación?* la cual se observó en la C1; y *¿Qué tematizaciones están presentes en la descripción?* la cual se analizó en la C7. Estas preguntas aportan a la categoría ya que una de sus respuestas hace referencia al género, y ambas preguntas se dieron de forma general para las 200 publicaciones. El resultado nos

muestra que en cuanto a la primera pregunta, solo 13 de 200 publicaciones hacen referencia a la representación de la mujer y sus derechos o sea el 6.5%. Y en cuanto a las tematizaciones de la descripción, tan solo 10 publicaciones hacen referencia al empoderamiento femenino es decir un 5%. Aunque la líder está a favor de muchas luchas por la igualdad de género, como es la ley de cupo laboral trans, no enfoca su comunicación hacia ese lado.

Discusión de Resultados

En el presente apartado se van a discutir lo que sugieren los resultados recolectados en función a las bases de la investigación. Se presentan las tendencias principales que se identificaron en el análisis de la comunicación digital del Instagram de Cristina Fernández, y estas se relacionan con la teoría previa y los antecedentes presentados. Todo esto con el fin de brindar respuesta a los objetivos planteados.

A través del análisis se pudieron identificar varios rasgos que nos acercan a la comprensión de que Cristina Fernández de Kirchner se trata de una lideresa populista. Si bien el término tiene distintas implicaciones, conocemos que su componente principal es una dicotomía entre un pueblo puro versus una élite corrupta, y que la voluntad general es la del pueblo (Moffit, 2020). Empezando por ahí el caso de Cristina encaja con esta descripción, pues en su comunicación digital la tematización más repetida es la de oposición, y su rivalidad con el Macrismo, en este caso la élite corrupta, siempre logra surgir en su comunicación. Según la teoría de Laclau, una característica del discurso populista es que este traza una línea antagónica con respecto al poder, y aunque esta confrontación pueda ser implícita, ella abiertamente cita y nombra a todos los pertenecientes a esta “élite corrupta”.

La teoría de Laclau, es decir el enfoque discursivo del populismo puede ser uno de los que más aportan en la comprensión de los resultados. Tal como lo revisamos en el estudio de Raigoza (2014), Cristina tiene un estilo de liderazgo carismático y relacional, en

donde su retórica es protagonista. Raigoza sostiene que su discurso está centrado en el bienestar de la ciudadanía y se manifiesta con sentimientos patrióticos y valores fundamentales en su habla o escritura. La investigación refleja que esto es correcto en cierto punto. Pues, si bien el fondo de todas sus publicaciones son el bienestar de Argentina y sus ciudadanos, las referencias discursivas que elige utilizar se basan en enfrentamientos actuales e históricos.

Entendemos de igual manera que Laclau reconoce que no solamente se trata de la retórica, sino que es toda la estrategia discursiva y performativa que logra articular varias demandas democráticas en oposición a las instituciones en un solo discurso. Esto es algo que se evidencia en la recolección de datos, pues Cristina no habla mucho de proyectos o leyes específicas, aun así tiene el apoyo de las comunidades cuyas necesidades sociales o culturales están relacionadas a pensamientos de su ideología de izquierda. Por ejemplo, casi ningún post trata específicamente sobre apoyo a la comunidad, o igualdad de género, o reivindicación de grupos oprimidos, aun así su discurso se basa en el bienestar y se dirige a la sociedad. En el caso del feminismo, si bien sí aparecen otras mujeres en más de la mitad de sus publicaciones, son solo unas cuantas veces las que se les da la exposición netamente por su posición de ser mujer o algo relacionado al empoderamiento de género; sin embargo, Cristina como lideresa tiene el apoyo de esta comunidad. Es la figura de ella como líder la que le da esta unidad al pueblo, el cual tiene distintas necesidades y por ende no es realmente una unidad heterogénea.

Tomando esto en cuenta, podemos analizar el populismo de Cristina Fernández bajo un enfoque sociocultural, ya que esta teoría también es performativa y es personalista (Ostiguy, 2017). Toma en cuenta las identidades sociales, culturales e históricas de la relación entre el líder y sus seguidores, las cuáles son importantes en la comunicación de Cristina. Las fechas conmemorativas, las referencias a otros líderes políticos, y las problemáticas de la región son parte del discurso de la lideresa que hacen referencia constante a la cultura e historia de la nación, por ejemplo el Día de Memoria, Verdad y

Justicia que hace referencia al periodo neoliberal y su corrupción, y que se repitió varias veces en los resultados.

Es claro que Cristina tiene varios rasgos populistas en su comunicación, pero ¿ha sido relevante que su liderazgo sea femenino para su posición de política populista? Si bien, su relación con Néstor Kirchner ex presidente la ayudó en su alcance, ella ha logrado construir una carrera independiente, sin embargo, Néstor y su mandato, así como Eva Perón, son todavía instrumentos simbólicos constantes dentro de su narrativa. En la teoría revisada hablamos de un modelo de “Mujer Fuerte” como uno de los repertorios de liderazgos populistas, y encaja con el caso de estudio. Pues esta dureza siempre se ve equilibrada con “imágenes de feminidad tradicional no amenazante” (Casullo, 2019). En los resultados podemos notar, que aunque sus discursos principales son sobre oposición y problemáticas de la región, ella decide siempre mostrarse con expresiones positivas y con atuendos estilizados.

Existen ideas contradictorias entre género y liderazgo, así como entre género y populismo que se deben a esta incompatibilidad de carácter femenino frente al ejercicio de poder (Campus, 2013). Las características masculinas tienen una connotación positiva y las femeninas una negativa. Tomando en cuenta los tipos Iron ladies, quienes adoptan comportamientos masculinos, y Mothers of the Nation, quienes abrazan su feminidad de cuidado, la líder ha sabido mantener un equilibrio. Parece ser que antes que mujer o madre ella se muestra como política, muy pocas veces sube algo personal, incluso en casi la mitad de las publicaciones ella no aparecía.

Ni en el sentido performativo, ni en el sentido de la materialidad de los cuerpos y su sexualidad se inclina hacia un lado del binomio. Performativamente hablando, esto puede deberse a que al hablarle al pueblo argentino lo hace de una forma solidaria y transformadora, sin embargo, al llevar el discurso al “culpable” de los problemas de la región transmite una energía rígida y dominante. Esta cita que demuestra dominancia, autoridad,

seguridad y fortaleza: "...La autoridad no se demuestra con los débiles, se demuestra cuando se tiene autoridad con los poderosos. Lo demás es un ejercicio o simulación de autoridad. Se lo dice alguien que gobernó nuestro país ocho años..." y esta cita que transmite solidaridad, comprensión y protección: "...Por favor, traten de demostrar que son mejores uno, que la Presidenta del Pro es mejor que el Jefe de Gobierno es mejor que Macri, me parece bárbaro pero no a costa de la vida, de la sangre y la seguridad de los argentinos. Les pido por favor..." pertenecen a la misma descripción de una sola publicación.

Si bien existe este equilibrio, igual se caracteriza por una feminidad glamurosa, con expresiones y atuendos ya mencionados, así como otras cosas que se identificaron como maquillaje, ángulos, accesorios, y cabello largo, suelto y estilizado, al estilo de Eva Perón. Así mismo tiene una inclinación hacia un liderazgo transformador, característica de una imagen de performatividad femenina, aunque evita acentuar esta distinción.

Como ya se mencionó, su relación con el difunto Néstor Kirchner, así como su admiración por Evita Perón, son instrumentos importantes en su discurso. Analizando el populismo de Cristina bajo un enfoque sociocultural, esto se vuelve muy relevante ya que nos lleva a conectar en que el género de cierta forma sí es relevante en su populismo, pero por razones casi excepcionales de la nación argentina. Esto se debe a que en concordancia con Casullo (2021) ella representa el lado femenino de una pareja de militantes, tal como Evita y Juan Domingo, un modelo muy histórico de Argentina. Las características de la performatividad y materialidad del cuerpo de Cristina se asemejan mucho al estilo personal de Evita; la dureza y la independencia, mezcladas del buen estilo y cercanía social.

Conclusiones

A raíz de un vacío teórico, nace La Huella de Evita, con el fin del proyecto de aproximarse a una conceptualización sobre los liderazgos populistas femeninos en Latinoamérica. El presente trabajo de investigación se centró en el análisis de la

comunicación digital de un caso de estudio para identificar características indicadoras del liderazgo femenino y del populismo. Para concluir las ideas de la presente investigación:

Se puede asegurar que Cristina Fernández de Kirchner se trata efectivamente de una lideresa política populista latinoamericana. Una de las características principales del caso es su constante discurso antagónico hacia las instituciones o élites, elemento principal del populismo. El discurso de la lideresa envuelve varias demandas específicas en su trasfondo y las articula dentro de un solo mensaje, de esta manera, Cristina como persona ha logrado convertirse en imagen representativa de varias comunidades.

El género no es una variable protagonista ni en su discurso ni en su imagen, sin embargo, si hay una ligera inclinación hacia un estilo femenino, ya sea este expresado físicamente con atuendos o expresiones, o performativamente con valores o estrategias.

Su populismo se lo puede analizar bajo un enfoque discursivo y sociocultural, debido a que su liderazgo es performativo y personalista, y toma en cuenta las identidades culturales, sociales e históricas de los ciudadanos para construir su relación. Históricamente hablando, ella sigue un modelo argentino de pareja militante, se podría decir que de cierta forma está siguiendo La Huella de Evita.

Recomendaciones

Esta investigación forma parte de un proyecto que va a comparar este caso de estudio de Cristina Fernández, con otros liderazgos femeninos en latinoamérica que puedan ser considerados populistas. Se recomienda que, de la misma manera, se compare con casos de estudio de lideresas latinoamericanas que no sean necesariamente populistas, lo cuál podría facilitar la identificación y más que nada la categorización de características que sean producto neto del populismo o del contexto de género independientemente.

Otra recomendación, es tratar de identificar la ideología madre a la que se adhiere el populismo en los distintos casos y tomarla en cuenta durante la investigación, de esta manera se podrán hacer distinciones dependiendo de la ideología.

Y por último, tomando en cuenta que tanto el populismo como el liderazgo son conceptos sociales, hay que tomar en cuenta la importancia de la respuesta del entorno y lo que esto atribuye. Por esto, se recomienda que también se realicen investigaciones sobre las reacciones hacia estos liderazgos para conocer las percepciones y respuestas de la ciudadanía, así como las contra respuestas de las lideresas.

Referencias

- Bernal Torres, C. A. (2016). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson Educación de Colombia S.A.S. <https://b-ok.lat/book/11810697/ab1248>
- Blondel, J. (1987). *Political leadership : towards a general analysis*. Sage Publications. <https://b-ok.lat/book/1106372/0b4a9e>
- Brown, W. (2015). *Undoing the Demos: Neoliberalism's Stealth Revolution*. New York: *Zone Books*. <https://doi.org/10.2307/j.ctt17kk9p8>
- Campos-Herrera, G., y Umpierrez de Reguero, S. (2019). *Populism in Latin America: Past, Present, and Future. Latin American Politics and Society*. University of Miami. <https://doi.org/10.1017/lap.2018.63>
- Campus, D. (2013). *Women Political Leaders and the Media*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137295545>
- Castaneda, J.G. (2006). 'Latin America's Left Turn', *Foreign Aff airs* <https://doi.org/10.2307/20031965>
- Casullo, M. E. (2019). How to Become a Leader: Identifying Global Repertoires for Populist Leadership: Exploring Inter- and Transnational Dimensions. In *Populism and World Politics: Exploring Inter- and Transnational Dimensions*. Springer International Publishing. 10.1007/978-3-030-04621-7_3
- Casullo, M. E. (2021). Populism as synecdochal representation: Understanding the Transgressive Bodily Performance of South American Presidents. En *Populism in global perspective: A performative and discursive Approach*. Routledge Group
- Cisterna, F. (2005). Categorización y triangulación como procesos de validación del conocimiento en investigación cualitativa. 14(1), 61-71. <https://www.redalyc.org/pdf/299/29900107.pdf>
- De la Torre, C. (Ed.). (2017). Populism in Latin America. In *The Oxford Handbook of Populism*. OUP Oxford. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198803560.013.8>

- Facundo, A., & Gasparini, L. (2015). *[Handbook of Income Distribution] Volume 2 || Recent Trends in Inequality and Poverty in Developing Countries* (Vol. 2). Elsevier B.V. 10.1016/B978-0-444-59428-0.00010-2
- Freidenberg, F. (2007). *La tentación populista: una vía al poder en América Latina*. Editorial Síntesis.
- García Beaudoux, Virginia (2014). Estereotipos de género y liderazgo femenino. VI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXI Jornadas de Investigación Décimo Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. <https://www.aacademica.org/000-035/502>
- 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).
10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61614
- Gasparini, L., & Gluzmann, P. (2012) *Estimating income poverty and inequality from the Gallup World Poll: the case of Latin America and the Caribbean*. 21(1), 3-27.
- Germani, G. (1978). *Authoritarianism, fascism, and national populism*. Transaction Books. <https://b-ok.lat/book/16988836/8c8f02>
- Gold, M., & Zagato, A. (2020). INTRODUCTION.: THE PINK TIDE: Egalitarianism and the Corporate State in Latin America. En M. Gold & A. Zagato (Eds.), *After the Pink Tide: Corporate State Formation and New Egalitarianisms in Latin America* (Vol. 1, pp. 1–21). Berghahn Books. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1k5317j>
- Guardia, S. B. (2013). *HISTORIA DE LAS MUJERES EN AMÉRICA LATINA*. CEMHAL; Universidad de Murcia. <https://b-ok.lat/book/21844902/d40a90>
- Hawkins, K. A. y Rovira Kaltwasser, C. (2017). The Ideational Approach to Populism. *Latin American Research Review*, 52(4), 1–16. <https://doi.org/10.25222/larr.85>
- Hernández Sampieri, R. (2018). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA*. McGraw-Hill Interamericana. <https://b-ok.lat/book/5375854/6f5ae2>

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (P. Baptista Lucio, Ed.). McGraw-Hill Education. <https://b-ok.lat/book/21099928/3ffde4>
- Jiménez, J. F. (2008). Enfoque sociológico para el estudio del liderazgo político. *Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 9, pp. 189-203. <http://dx.doi.org/10.20932/barataria.v0i9.186>
- Keohane, N. O. (2010). *Thinking about Leadership*. Princeton University Press. <https://b-ok.lat/book/2482110/4357c7>
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica. <https://b-ok.lat/book/2456329/4d9ecd>
- Luna, J. y Rovira Kaltwasser, C. (2021). Castigo a los oficialismos y ciclo político de derecha en América Latina. *Revista Uruguay de Ciencia Política*, 29(2). <https://doi.org/10.26851/rucp.30.1.6>
- Malamud, A. (2020). ¿Por qué estalla Latinoamérica? *Foreign Affairs Latinoamérica*, 20(2), 2-8.
- Moffitt, B. (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., & Rovira, C. (2015). Vox populi or vox masculini ? Populism and gender in Northern Europe and South America. 49. 10.1080/0031322X.2015.1014197
- Mudde, C., y Rovira Kaltwasser, C. (2017). *Populism: A Very Short Introduction* (1era ed.). Oxford University Press.
- Mudde, C., & Rovira Kaltwasser, C. (2019). *Populismo: una breve introducción* (M. Enguix Tercero, Trans.). Alianza Editorial. <https://doi.org/10.1057/s41295-018-0140-3>
- Murillo, V. (2016). Latin American Democracies: Breaking the Left -Wing Tide or Electoral Alternation with a Plebiscitarian Flavor?, *Columbia University Journal of Politics and Society* 26(2) (Spring): 2–6

- Orellana, D., & Sánchez, M. (2006). TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS EN ENTORNOS VIRTUALES MÁS USADAS EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. *Revista de Investigación Educativa*, 24(1). <https://doi.org/10.6018/rie>
- Ostiguy, P. (2017). Populism: A Socio–Cultural Approach. En C. Rovira Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa Espejo, y P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism* (1era ed., pp. 103–133). Oxford University Press.
- Raigoza, C. (2014). *Explorando el liderazgo femenino en América Latina: Lo que podemos aprender de Michelle Bachelet, Cristina Fernández de Kirchner y Dilma Roussef*. CMC Senior Theses. http://scholarship.claremont.edu/cmc_theses/951
- 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://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6082427>
- Ruiloba, J. (2013). Liderazgo político y género en el siglo XXI. *Entramado*, 9(1), 142–155.
- Ruiz, L. E., & Camargo, D. A. (2018). Estilos de liderazgo político de las presidentas elegidas democráticamente en Latinoamérica: un estudio usando modelos probabilísticos. *Revista Encuentros* 16(01), 91-106
<https://doi.org/10.15665/.v16i01.983>
- Taylor, S, y Bogdan, R. (2000). Introducción a los métodos cualitativos. *Ediciones Paidós*
- Valzacchi, J. R. (2000). *Internet y educación: aprendiendo y enseñando en los espacios virtuales* (J. R. Valzacchi, Ed.). D - Organización de los Estados Americanos. http://www.educoas.org/portal/bdigital/es/indice_valzacchi.aspx
- Weyland, K. (1996). Neopopulism and neoliberalism in Latin America: Unexpected affinities. *Studies in Comparative International Development*, 31(3), 29.
<https://booksc.org/book/7079621/f470e6>

Weyland, K. (2001). Clarifying a Contested Concept: Populism in the Study of Latin American Politics. *Comparative Politics*, 34(1), 1-22.

<http://www.jstor.org/stable/422412> .

Zanotti, L. y Roberts, M. (2021). (Aún) la excepción y no la regla: La derecha populista radical en América Latina. *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 30(1), 23-48. <http://dx.doi.org/10.26851/rucp.30.1.2>