



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

**HUELLA DE EVITA: POPULISMO Y
LIDERAZGO FEMENINO EN AMÉRICA
LATINA
CASO CLAUDIA SHEINBAUM**

Elaborado por:

PIERINA VANESSA REYES BRIONES

GRADO

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

Licenciado en Comunicación, con mención en Gestión de Medios Digitales

**Guayaquil – Ecuador
Diciembre de 2023**



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

HUELLA DE EVITA: POPULISMO Y LIDERAZGO FEMENINO EN AMÉRICA LATINA CASO CLAUDIA SHEINBAUM

Elaborado por:

PIERINA VANESSA REYES BRIONES

GRADO

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

Licenciado en Comunicación, con mención en Gestión de Medios Digitales

DOCENTES INVESTIGADORAS

Estefanía Luzuriaga Uribe

Ingrid Ríos Rivera

**Guayaquil, Ecuador
Diciembre de 2023**

Nota introductoria

El trabajo que contiene el presente documento integra el Proyecto Interno de Investigación-Semillero Huella de Evita: Populismo y Liderazgo Femenino en América Latina, propuesto y dirigido por las docentes investigadoras Estefanía Luzuriaga e Ingrid Ríos, 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 actores políticas en América Latina durante. El enfoque del Proyecto es cuantitativo, y su alcance exploratorio descriptivo. Se realizó un estudio de casos múltiples de lideresas políticas latinoamericanas, mediante un análisis de sus posts de Instagram a través de una ficha de análisis cuantitativa.

Resumen

El presente proyecto PIF tiene como objetivo trazar un abordaje teórico-metodológico para aproximarse al estudio de los liderazgos populistas de actores políticas en América Latina durante la 2013 - 2023. El estudio es no experimental y de carácter cuantitativo con un alcance exploratorio-descriptivo.

Los datos fueron extraídos en una ficha de análisis realizada en Formularios de Google. Se estudiaron 200 publicaciones de Claudia Sheinbaum, Ex Jefa de Gobierno de México, en su Instagram @Claudia_Shein desde el 10 de octubre hasta el 5 de noviembre de 2023. Ella mantiene 5120 publicaciones, 546 mil seguidores y 252 seguidos hasta el día 10 de diciembre del 2023.

Los resultados identifican factores como el hecho de que su imagen es femenina, utiliza contenido con *soft skills* y *storytelling* en la redacción de sus publicaciones, y que tiene un balance casi perfecto entre el número de fotos, videos y carruseles que publica.

Palabras clave: populismo, liderazgo, género, política y discurso

Abstract

The objective of this PIF project is to outline a theoretical-methodological approach to draw near the study of populist leaderships of political actresses in Latin America during 2013 - 2023. The study is non-experimental and quantitative with an exploratory-descriptive scope.

The data were extracted in an analysis file made in Google Forms. 200 publications of Claudia Sheinbaum, Former Head of Government of Mexico, were studied on her

Instagram @Claudia_Shein from October 10 to November 5, 2023. She maintains 5120 publications, 546 thousand followers and 252 followers until December 10, 2023.

The results identify factors such as the fact that her image is feminine, she uses content with soft skills and storytelling in the writing of her posts, and that she has an almost perfect balance between the number of photos, videos and carousels she publishes.

Translated with DeepL.com (free version)

Key words: populism, leadership, gender, politics and discourse

Tabla de contenido

Nota introductoria	2
Resumen	3
Introducción	5
Planteamiento del problema	6
Justificación del problema	7
Marco conceptual	8
Enfoque discursivo	8
Enfoque Político - Estratégico	9
Enfoque ideacional	10
Enfoque socio cultural performativo	11
Liderazgo en general	12
Género	14
Liderazgo femenino	15
Estado del Arte	16
Populismo	17
Liderazgo	19
Objetivo General	21
Objetivos Específicos	21
Diseño Metodológico	22
Método De Investigación	23
Unidad de análisis y Muestra	23
Consideraciones éticas	24
Análisis de resultados	24
Tabla 1 Componentes de Liderazgo Femenino Populista	25
Caso Claudia Sheinbaum	25
Gráficos	26
Reflexión y conclusión final	34
Referencias	36
Anexos	39

Introducción

En el panorama contemporáneo, el liderazgo populista femenino emerge como un área de estudio que busca unir las dinámicas del populismo y las particularidades del liderazgo femenino (Luzuriaga, Ríos, Chiriboga, 2022), creando un espacio donde las mujeres pueden ejercer influencia significativa y promover cambios sustanciales en el ámbito político. Esta aproximación al liderazgo femenino populista busca entender cómo las lideresas navegan y prosperan en ambientes políticos caracterizados por retóricas populistas, sin perder de vista las perspectivas únicas que pueden aportar en tales contextos.

En la literatura contemporánea, el análisis del populismo se ha diversificado, abarcando múltiples perspectivas que se centran en su naturaleza y manifestaciones variadas. Desde la construcción discursiva del "pueblo" destacada por Laclau (2004), hasta la revitalización de la democracia vista por Mouffe (2004) y la importancia de las conexiones horizontales en la comunidad subrayada por Ostiguy (2017), el populismo se presenta como un fenómeno complejo y multifacético. Este análisis se enriquece aún más con la inclusión de enfoques ideacionales propuestos por Mudde y Rovira Kaltwasser (2017) y socio-culturales performativos propuestos que ven al populismo como una estrategia política integral y una ideología "delgada" respectivamente, ambas centradas en establecer una conexión emocional profunda con la base de apoyo. Estos enfoques, que buscan movilizar a los seguidores a través de una narrativa polarizadora y estrategias comunicativas específicas, ofrecen una visión rica y matizada del fenómeno populista, adaptándose a diversos contextos políticos y culturales.

Por otro lado, el estudio del liderazgo, especialmente en lo que respecta al liderazgo femenino, está experimentando una necesidad creciente de expansión y profundización. A

pesar de las teorías establecidas que han abordado las dinámicas líder-seguidor, la literatura actual critica la insuficiente inclusión del género como una variable significativa en las conceptualizaciones de liderazgo, particularmente en la esfera política. Esta brecha ha generado una percepción limitada de las mujeres líderes, a menudo vistas como replicadoras de modelos masculinos más “débiles”. Sin embargo, como señala el artículo de Luzuriaga, Ríos y Chiriboga (2022), es esencial recalcar la complejidad y la riqueza del liderazgo femenino, promoviendo una representación más inclusiva y diversa en los estudios de liderazgo. Este enfoque enfatiza la necesidad de explorar y comprender las formas únicas y diversas en que las mujeres pueden contribuir significativamente en la política, una preocupación que resuena con las investigaciones de Ruiloba Núñez (2013) por que el autor aborda que el liderazgo femenino se ve incompleto sin una figura que represente su contraparte como lo es el liderazgo masculino.

Planteamiento del problema

El presente estudio es cuantitativo, y tiene un alcance exploratorio-descriptivo. Su objetivo radica en llevar a cabo una revisión cuantitativa de los diversos elementos y atributos que caracterizan a distintas líderes femeninas latinoamericanas. Esto se realiza desde una perspectiva populista, mientras se consideran las brechas de género preexistentes en el ámbito de la comunicación, tal y como ha sido planteado en la obra de Beaudoux y colaboradores (2017).

De esta manera, se busca desarrollar un análisis que permita obtener una comprensión profunda de las variadas características y factores que definen y representan a diversas categorías de mujeres que ejercen el liderazgo en distintas organizaciones o agrupaciones políticas en el contexto de Latinoamérica. Una de las preocupaciones centrales del estudio reside en cómo estas características se manifiestan en los medios digitales, considerando la

posición minoritaria de las mujeres en el espectro político en contraste con sus contrapartes masculinas. Esta constatación, resaltada por Ruiloba Núñez (2013), sirve de base para el análisis detenido de la representación mediática y la identificación de posibles patrones y desafíos que enfrentan las líderes femeninas en su comunicación y proyección pública.

Justificación del problema

En los diversos contextos bajo estudio, que engloba tanto el populismo como el liderazgo femenino, se identifica una carencia en el análisis exhaustivo de los factores y atributos característicos de las líderes, tanto en el ámbito político como en otros dominios, en relación con su presencia en los medios de comunicación digital. Emerge claramente una falta de indagación profunda en torno a las cualidades y elementos que definen a las mujeres líderes en el espacio digital de la comunicación. Aunque se reconoce la existencia de una disparidad entre los géneros en lo que respecta a la comunicación, y se constata la tendencia de las mujeres a emular los rasgos tradicionalmente asociados a líderes políticos masculinos (Fierman et al., 1990, según Ruiloba, 2013), persiste un vacío en la comprensión de las acciones y atributos específicos que gobiernan este fenómeno en el ámbito comunicativo.

Es crucial abordar con un enfoque más minucioso y analítico el modo en que las líderes femeninas se desenvuelven en el entorno digital de la comunicación. Esta indagación debe trascender las meras apariencias y considerar las complejidades de las estrategias comunicativas que emplean. Aunque se ha documentado que las mujeres líderes tienden a adoptar características que históricamente han sido vinculadas con líderes políticos masculinos, este análisis no profundiza en las particularidades de las acciones y cualidades que se manifiestan en el ámbito comunicativo. Es preciso desentrañar qué elementos específicos están en juego cuando las mujeres líderes abordan la esfera de la comunicación digital y cómo estos elementos contribuyen a la percepción y la construcción de su liderazgo.

Dentro del aspecto populista el populismo en América Latina no es solo un fenómeno histórico, sino que también tiene consecuencias políticas, económicas y sociales significativas en América Latina. Por lo tanto, comprender por qué este fenómeno persiste y se manifiesta de diversas formas en diferentes países es de relativa importancia. Como señala Weyland (2001), "América Latina ha sido uno de los laboratorios políticos más importantes para el populismo en el mundo", lo que destaca la relevancia de investigar este fenómeno en la región.

El estudio del populismo en América Latina contribuye al avance de la teoría política y social mencionadas por Laclau (2004). Al analizar las causas y las consecuencias del populismo en la región, podemos arrojar luz sobre cuestiones fundamentales relacionadas con la democracia.

Marco conceptual

Enfoque discursivo

Ernesto Laclau (2004), resalta en su teoría del populismo discursivo la centralidad en la construcción del "pueblo", un colectivo unificado por aspiraciones y luchas compartidas. Simultáneamente señala la presencia de un grupo hegemónico opresor, usualmente representado como una élite que actúa en detrimento de los intereses del "pueblo". Laclau enfatiza la relevancia de la "lógica de las equivalencias" en la articulación discursiva, que moldea la realidad social y política, estableciendo una dinámica polarizada de "nosotros contra ellos", que se convierte en un pilar central de la retórica populista.

Por su parte Chantal Mouffe (2004), extiende la obra de Laclau en Hegemony, conceptualizando la democracia como un ámbito "agonístico", en el que diversos grupos pugnan por influencia y poder, mientras reconocen la legitimidad de sus oponentes. Mouffe percibe el populismo como un medio para movilizar a las fracciones de la sociedad que se

sienten alienadas por las élites gobernantes, facilitando la creación de identidades colectivas robustas, encabezadas por líderes carismáticos. Critica la democracia liberal por su tendencia a suprimir las discrepancias y conflictos en aras de un consenso universal, proponiendo el populismo como una herramienta para reinsertar la pasión y la discordia en el ámbito político, fortaleciendo de esta manera la democracia.

Segun Ernesto Laclau en el libro *Populism In Global Perspective: A Performative And Discursive Approach* (2021), se ha desarrollado el concepto de "populismo performativo", que se centra en la construcción de identidades políticas a través de actos discursivos y simbólicos. En este enfoque los líderes populistas no solo comunican ideas políticas, sino que también despliegan actuaciones destinadas a conectar emocionalmente con el público y forjar una identidad colectiva en torno al concepto del "pueblo". Este proceso implica la creación de dos conceptos fundamentales: el "pueblo" y el "enemigo" u "oligarquía", polarizando la política al movilizar a la base de seguidores en torno a una causa común. La performatividad se manifiesta en el estilo de comunicación del líder populista, que va más allá de las palabras, utilizando un lenguaje emotivo, gestos teatrales y una apariencia auténtica para encarnar la voz y la voluntad del pueblo, reforzando así su carisma y atractivo. En resumen, el populismo performativo de Laclau se enfoca en la construcción de identidades políticas a través de la retórica, la simbología y la conexión emocional con el público, proporcionando una perspectiva valiosa para analizar el fenómeno populista en diversos contextos políticos y culturales.

Enfoque Político - Estratégico

De acuerdo con la perspectiva de un enfoque político estratégico, planteada por de la Torre y Mazzoleni (2019) en su publicación "Populism as Political Communication: The Performativity and Popularity of Right-Wing Populist Discourses", el populismo se concibe

como una estrategia política integral en la búsqueda de poder y gobernabilidad. Este enfoque considera al populismo no solo como un conjunto de ideas y discursos, sino como una interacción dinámica entre estrategias, estilos políticos y marcos discursivos en un contexto específico.

Se destaca que el populismo es tanto una táctica para atraer a un público amplio al simplificar cuestiones complejas como un estilo político que establece una conexión emocional con la base de apoyo. Además, se subraya que los líderes populistas construyen un marco discursivo que enfrenta al "pueblo" contra la "élite", creando una narrativa polarizadora que moviliza a sus seguidores. En lugar de buscar una definición universal, este enfoque aboga por entender las diversas expresiones del populismo en diferentes contextos. En última instancia, este enfoque nos invita a explorar la complejidad del populismo y a apreciar su adaptabilidad a través de variadas manifestaciones políticas.

Enfoque ideacional

El populismo desde un enfoque ideológico se caracteriza por las diferentes estrategias en América Latina que emplea cada líder dentro del espectro político. puede definirse como "un conjunto de estrategias políticas que movilizan a las masas contra las élites políticas y económicas, a menudo mediante un líder carismático que se presenta como el defensor del pueblo" (Roberts, 2013). Tal como lo mencionó Roberts y conocemos actualmente los diferentes liderazgos en la región y cómo basan su política en poder llegar más a la gente por el lado carismático que se encuentran en nuestras raíces culturales de América Latina y cómo estas han influido en la aparición del populismo. Como escriben Centeno y Silva (1998), "la historia de conflictos sociales y económicos de la región ha proporcionado un terreno fértil para la emergencia de movimientos populistas".

Adicional a esto diferentes autores concuerdan con la visión de Laclau de cómo el populismo se rige entre dos figuras paralelas según Mudde y Kaltwasser R. (2019), "el enfoque ideacional considera al populismo como una ideología centrada y delgada, que percibe a la élite como corrupta y al pueblo como puro, ambos como grupos homogéneos, y que se adapta a una ideología anfitriona como el socialismo, el nativismo o el ecologismo" (p. 34).

Enfoque socio cultural performativo

Pierre Ostiguy en *The Oxford handbook of populism*. Oxford University Press (2017) subraya que la identificación populista trasciende una mera relación vertical entre el líder y el pueblo, incorporando también una significativa dimensión horizontal. En este marco, los integrantes de una comunidad forjan lazos de solidaridad y entendimiento mutuo a través de luchas diarias y prácticas culturales. Ostiguy sostiene que esta conexión horizontal es vital para la aceptación del encanto populista del líder, facilitando una relación más profunda fundamentada en características y vivencias compartidas, y fomentando una atmósfera de confianza e igualdad en la sociedad. Además, destaca que esta dinámica horizontal puede presentarse de diversas maneras, algunas enfocadas intensamente en la figura del líder, mientras que otras se centran más en la solidaridad y en los símbolos de una lucha común, constituyendo un componente esencial de una lógica populista genuinamente emancipadora.

Así mismo, Moffit (2022) establece que se puede percibir al populismo como un tipo de discurso o performance, para la creación del sujeto político del "pueblo" y se ha aplicado a casos en todo el mundo. Esta perspectiva ve al populismo como un show en donde el pueblo y el líder son igual de importantes, basado en un conjunto de ideas o una visión del mundo, y a menudo gira en torno a la idea de que el populismo es una ideología "delgada"

que siempre debe estar unida a ideologías "espesas" como el socialismo o el conservadurismo.

Moffitt (2016) ahonda en la performatividad del populismo ya que lo considera un estilo político, él expresa que: [...] el populismo contemporáneo puede definirse como un estilo político que se caracteriza por un llamamiento a “el pueblo” frente a “la élite”; el uso de “malos modales” y la actuación de crisis, colapso o amenaza. [...]. La noción de populismo como estilo político nos permite comprender la capacidad del populismo para aparecer en varios contextos (Moffitt, 2016, p. 49).

En conclusión, el enfoque sociocultural y performativo aparece en un contexto marcado por la pospolítica, y se encuentra dentro de la corriente pos-laclauniana a partir de la teoría del enfoque discursivo desarrollado por Ernesto Laclau. Este enfoque cree en la agencia de los líderes populistas y de sus seguidores en el establecimiento de una relación constitutiva para su legitimación mutua.

Liderazgo en general

El liderazgo político se ha estudiado desde múltiples dimensiones y perspectivas. Uno de los enfoques más influyentes es el de MacGregor Burns J. (1978), clasifica el liderazgo en dos tipos fundamentales: el liderazgo transaccional y el liderazgo transformacional (Burns, 1978). El liderazgo transaccional se centra en las interacciones de intercambio entre líderes y seguidores. Este enfoque a menudo resulta en la perpetuación del status quo, ya que ambas partes reciben beneficios tangibles de su relación. En contraste, el liderazgo transformacional busca ir más allá de las transacciones para crear cambios significativos tanto en las estructuras como en los individuos (Burns, 1978). Al analizar las trayectorias y contribuciones de las líderes políticas femeninas en América Latina, este marco nos permite explorar no solo las tácticas y estrategias que emplean para alcanzar el

poder, sino también cómo utilizan ese poder para instigar cambios en sus comunidades, países y, en algunos casos, a nivel internacional. De lo cual podemos hacer referencia a Cynthia Viteri quien es una de las mayores representantes del Liderazgo Femenino en el Ecuador y como para llegar a un cargo de elección pública como asamblea o municipio dentro de su historia se ha visto reflejado por las diferentes críticas por llevar una vida política pública y como su estrategia comunicativa debido a ello ha cambiado a través de los años.

Paige enfatiza que los líderes políticos no deben ejercer un mero control autoritario, sino más bien desempeñar un papel de facilitadores, empoderando a la ciudadanía y fomentando la toma de decisiones basada en el consenso. En su perspectiva, la toma de decisiones consensuadas se convierte en un elemento esencial. Su mensaje es claro: El liderazgo político debe fortalecer la democracia y promover la resolución no violenta de conflictos, en lugar de imponer la voluntad de un líder. La teoría del liderazgo democrático de Paige ofrece una visión pragmática y valiosa sobre cómo alcanzar un mundo más equitativo y pacífico a través de un liderazgo político que se adhiera a estos principios fundamentales.

"Política entre las Naciones" (Hans J. Morgenthau, 1948). Nos dice que los líderes políticos deben tomar decisiones basadas en una comprensión clara de lo que es mejor para su país y ser conscientes de la constante competencia por el poder en el escenario global. En resumen, para ser líderes efectivos, necesitan ser realistas al evaluar las situaciones y comprender cómo funciona la política en el mundo. Morgenthau hace hincapié sobre que un liderazgo político exitoso implica encontrar un balance entre los valores éticos y la necesidad de proteger los intereses nacionales en un escenario mundial. "El realismo político es consciente del significado moral de la acción política. También es consciente de la tensión ineludible entre el mandato moral ... haciendo que parezca que los hechos crudos de la

política son moralmente más satisfactorios de lo que realmente son, y que la ley moral es menos exigente de lo que realmente es.” La perspectiva de Hans J. Morgenthau nos recuerda la importancia de combinar la moral con la toma de decisiones prácticas en el ámbito de las relaciones internacionales.

Género

En el ámbito del género y su intersección con el liderazgo político femenino en América Latina, el texto seminal "El segundo sexo" de Simone de Beauvoir (1949) ofrece una perspectiva esclarecedora. De Beauvoir sostiene que la identidad de género y los roles asociados son construcciones sociales y culturales más que determinaciones biológicas, resumido en su célebre frase "no se nace mujer: se llega a serlo" (De Beauvoir, 1949). Este enfoque conceptual permite abordar cómo las mujeres líderes en América Latina están influidas por, y a su vez influyen en, las construcciones sociales de género, tanto al ascender al poder como en su ejercicio del mismo. La obra de de Beauvoir proporciona un marco teórico para explorar las barreras y oportunidades que las estructuras de género imponen sobre las mujeres en el liderazgo político latinoamericano.

Ampliando la idea de Simone de Beauvoir sobre la construcción social del género, la obra "Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity" de Judith Butler (1990) introduce la noción de performatividad de género, argumentando que la identidad de género no es algo que uno tiene, sino algo que uno hace a través de actos repetidos Butler J. (1990), Butler desafía la idea de que el género es una categoría estable, sugiriendo en cambio que se forma y reforma constantemente a través de prácticas sociales y discursos. Este marco teórico puede ser útil para entender cómo las líderes políticas femeninas en América Latina no solo navegan las expectativas de género, sino que también tienen el potencial de subvertir

las a través de sus acciones y comunicaciones públicas. En combinación con el trabajo de de Beauvoir, el enfoque de Butler ofrece una comprensión más matizada de las dinámicas de género en el liderazgo político, permitiendo explorar cómo estas líderes pueden ser agentes de cambio en las normas y estructuras de género en sus respectivos contextos políticos.

Por último, Bell Hooks en "Feminist Theory: From Margin to Center" (1984) introduce una dimensión más compleja al explorar la interseccionalidad de género, raza y clase. Hooks argumenta que las identidades y experiencias de las mujeres son multifacéticas y que las luchas feministas deben considerar estas intersecciones para ser verdaderamente efectivas. Este enfoque enriquece la comprensión de las experiencias de liderazgo político femenino en América Latina, al reconocer cómo diferentes estructuras de opresión y poder se entrelazan en las vidas de estas mujeres líderes (hooks, 1984). Es por esto que vemos que dentro de América Latina el liderazgo femenino se ve siempre reducido frente a los cargos públicos ocupados por líderes o políticos hombres. Aterrizando a una idea local siempre una política nacional se la asocia bajo la tutela de algún líder político sin diferenciar el espectro político como el ejemplo de Rafael Correa y Luisa Gonzales o Jaime Nebot y Cinthya Viteri.

Liderazgo femenino

Dentro de lo que conocemos como el liderazgo femenino, es un término que ha cobrado fuerza dentro de las últimas décadas, pero debemos abordar en su performidad dentro del espacio de la construcción social, y como este se presenta y ha evolucionado a través de los años, según (Butler, 1990)

"La disputa de género no es simplemente una lucha para hacer que las mujeres sean más fuertes. Se trata de la liberación de la idea de que el poder y la fuerza son equivalentes al hombre, y de la idea de que un cambio en esa dirección es deseable". (p. 34).

No se trata simplemente de empoderar a las mujeres según Butler para que se igualen a los hombres en términos de poder y fuerza, sino que busca desafiar y cambiar las nociones tradicionales de poder y género.

Una de las principales defensoras del liderazgo femenino y la emancipación de la mujer destaca dentro de este esquema de género, De Beauvoir, (1949) "La emancipación de la mujer se logrará sólo cuando ella pueda llevar a cabo sus posibilidades específicas sin que el hombre obstaculice su camino". Con lo cual vemos que existe una especie de lucha y liberación para que pueda crecer este liderazgo femenino.

Kanter (1977) argumenta que "la presencia de mujeres en posiciones de liderazgo puede cambiar la cultura organizacional al fomentar la diversidad, la colaboración y la toma de decisiones más inclusivas". Lo cual nos lleva a reflexionar sobre la importancia de tener más líderes mujeres o un ambiente político que incluya más el género femenino en la toma de sus decisiones.

Una visión más aterrizada a la actualidad que podemos observar es que según Davis y Newstrom (2005) el liderazgo femenino es la utilización de las características propias de la mujer para influir en otros y apoyarlos para que trabajen con entusiasmo en el logro de objetivo. Esta es una fuente más aplicada a lo que ocurre dentro del esquema de género en el liderazgo, sobre cómo un grupo de características permiten que suceda el liderazgo femenino a través de los años.

Estado del Arte

El populismo y el liderazgo femenino han emergido como un campo de estudio vital e intrincado. El rol de la mujer en la política ha sido un tema que ha llevado a muchos autores a investigar y explorar más allá, en distintos tipos de ambientes, décadas y países, sin

embargo, aún quedan muchas dudas y se evidencia la compleja relación entre dichos fenómenos.

Se ha explorado a través de distintas obras el camino en el cual las lideresas políticas se manejan en estos contextos, abordando temas de formación de identidad, percepción de la sociedad y alineación estratégica. Este análisis descompone los retos que las mujeres tienen cuando se encaminan a forjar su imagen pública dentro de los límites del populismo y al transitar en los ámbitos políticos tradicionalmente masculinos, donde la presencia de este fenómeno es muy evidente. Mediante el análisis minucioso de estas dinámicas, buscamos iluminar las tensiones y posibilidades que se encuentran en la convergencia del populismo y el liderazgo femenino.

Populismo

En el libro “Populismo y comportamiento político en Ecuador: incorporando la agenda ideacional” de Ríos y Rivera (2022) explica que no influye la corriente política ni donde se encuentra el espectro político del gobernante para que este sea populista, como se ha visualizado a través de los años, como en los últimos años Rafael Correa se presentaba como un cristiano de Izquierda lo cual evidencia la falta de coherencia de un estado laico que busca beneficiar a las minorías. Estos eventos evidencian que el discurso político maniqueísta puede impactar contra los derechos de las minorías y el pluralismo propio de una ciudadanía actual.

Adicionalmente en este texto se concluye en cómo el estado de un líder populista usa un discurso o rito religioso para imponer su autoritarismo dentro de los países de América Latina donde se presenta un terreno fértil para las tácticas populistas. ya mencionadas

El populismo en América Latina ha tenido una gran evolución con el pasar de los años de lo cual se ha experimentado gobernantes populistas de manera recurrente. Brun

(2022) afirma que "Si hay una región en el mundo caracterizada por experiencias recurrentes de gobernantes populistas es América Latina". El populismo no es simplemente una característica de periodos de crisis, sino que es parte integral de la política latinoamericana: "El populismo es parte constitutiva de la trayectoria política latinoamericana, no solo una característica de periodos de crisis." según Heras (2022).

El texto propone un enfoque innovador que busca combinar teorías internacionales con estudios de casos locales, identificando cuatro ejes analíticos clave que pueden aplicarse para entender las políticas exteriores populistas en América Latina. Además, se resalta un debate en curso sobre cómo el populismo impacta en la toma de decisiones en política exterior, destacando la necesidad de una mayor consideración de la perspectiva latinoamericana en este tema además de proponer una sistematización teórica intermedia que busca analizar la política exterior populista en América Latina. Se mencionan cuatro ejes analíticos para estudiar estas políticas exteriores, que incluyen el pensamiento dicotómico, el discurso crítico, la centralización en la toma de decisiones y la implementación restringida de decisiones debido a la condición de actores no dominantes de los países latinoamericanos en el mundo.

Edwards S, (2019) propone lo siguiente: "La mayoría de las definiciones de populismo se refieren a movimientos políticos liderados por individuos con personalidades fuertes y carismáticas, cuya retórica gira en torno a las causas y consecuencias de la desigualdad."

Con esto, se quiere dar a entender que los líderes populistas son nacionalistas y confrontan los intereses del "pueblo" con los de las élites, grandes corporaciones y bancos, empresas multinacionales, inmigrantes y otros extranjeros, que son expuestos como "amenazas" frente a una soberanía nacional en peligro.

Los políticos populistas apelan directamente a las masas, suelen saltarse los canales de los partidos políticos tradicionales y a menudo lideran sus propios “movimientos”.

En el mismo texto, el autor establece la teoría de separación entre “viejos populismos” y “nuevos populismos” teniendo como factor diferenciador, la manera en la que los líderes populistas tomaron el poder.

Todo aquel populismo que tomó el poder antes de 1990 deberá ser considerado como “viejo populismo” debido a que su ascenso al poder es la consecuencia de crisis económicas, sociales y políticas, mientras que el “nuevo populismo” es elegido de manera democrática y, muchas veces ratificado en el poder por el mismo pueblo.

Estos nuevos populismos son, generalmente, casos de “populismo microeconómico”, centrado en regulaciones generales, políticas proteccionistas profundas, grandes expansiones del sector público y requisitos mínimos obligatorios, aumentos salariales para redistribuir los ingresos. El nuevo populismo en América Latina no depende exclusivamente de la creación de dinero y a menudo ha ido acompañado de nuevas constituciones que dan al gobierno herramientas legales para lograr sus objetivos.

Liderazgo

Una aproximación al género desde las relecturas de Butler y Connell en los liderazgos políticos femeninos en América Latina. Estefanía Luzuriaga, Ingrid Ríos, Valeska Chiriboga. Guayaquil, 2022. Su objetivo es analizar teóricamente los liderazgos políticos femeninos y la estructura conceptual presentada por Judith Butler (1956) y Raewyn Connell (1944), centrándose en el género como elemento clave de análisis. Es una investigación cualitativa con un enfoque metodológico analítico ya que estudia investigaciones de otros autores y en base a ellas descompone sus conclusiones. Entre sus principales hallazgos se

encuentra la historia del liderazgo femenino en Latinoamérica y el desafío que ha tenido el punto de vista femenino para liderar.

Estilos de liderazgo político femenino en Instagram durante la COVID-19. García, V., Berrocal, S., D' Adamo, O., y Bruni, L. 2023. Su objetivo es realizar una exploración de los estilos de liderazgo comunicados en las cuentas oficiales de Instagram por catorce mujeres políticas electas en cargos gubernamentales ejecutivos, con actuación durante la pandemia de la COVID-19. Es una investigación cuantitativa con un enfoque metodológico de análisis bajo el estilo de liderazgo duro o blando en relación a cuatro variables: ideología política, pertenencia generacional, nivel de gobierno y técnicas usadas en la comunicación. Entre sus principales hallazgos se encuentra que las lideresas que se inclinan hacia un estilo duro de liderazgo no manifiestan tendencia a la personalización; mientras que las que se caracterizan por comunicar un estilo blando de liderazgo tienden a la personalización a la hora de dar a conocer medidas y decisiones de gobierno.

Estereotipos de género y prácticas naturalizadas, factores que limitan el liderazgo político de las diputadas en México, escrito por Ortiz, C. 2022. Su objetivo es visibilizar el liderazgo político de las legisladoras en la Cámara de Diputados, ya que a pesar de ganar terreno gracias a reformas político-electorales que obligaron a los partidos políticos a cubrir una cuota de género hasta lograr la paridad de 50-50, las diputadas continúan siendo excluidas. Es una investigación cualitativa y tiene una metodología de análisis de las relaciones entre el modelo de comportamiento de las diputadas y diputados en los ámbitos de dominio político a los que tienen acceso, a fin de evaluar los alcances y límites que presentan las mujeres en la ocupación de estos espacios. Entre sus hallazgos se encontró que esta situación de que los hombres tengan más poder en la política cambie pronto, pues persisten los mitos o creencias de que los hombres son naturalmente más capaces de ocupar los cargos más altos, asumir el liderazgo, el poder y las relaciones de poder ligados al mismo.

En conclusión, la revisión de la literatura actual destaca una exploración significativa en las áreas de liderazgo femenino y populismo, especialmente en el contexto latinoamericano. Se observa que las investigaciones sobre liderazgo femenino resaltan la importancia de la inclusión del punto de vista femenino en roles autoritarios, mientras que los estudios sobre populismo subrayan su naturaleza compleja y multifacética en la política regional. La intersección de estos dos campos sugiere una oportunidad prometedora para investigar cómo las líderes femeninas pueden influir y transformar las dinámicas populistas prevalentes en la política latinoamericana, creando una nueva visión del hacer político en la región.

Finalmente, el estado del arte señala una base sólida para futuras investigaciones en este campo emergente. Se identifica una necesidad de estudios adicionales que exploren más a fondo las interacciones entre género, liderazgo y populismo, con un enfoque particular en cómo las lideresas pueden utilizar estrategias populistas para fomentar agendas de igualdad de género y empoderamiento. A medida que la sociedad continúa evolucionando, será crucial mantener un enfoque crítico y analítico sobre cómo estos fenómenos se entrecruzan y desarrollan, abriendo caminos para un liderazgo más inclusivo y transformador en la región.

Objetivo General

Trazar un abordaje teórico-metodológico para aproximarse al estudio de los liderazgos populistas de actores políticos en América Latina durante la década 2013 - 2023.

Objetivos Específicos

- Analizar casos de actoras políticas en países de América Latina.
- Identificar características de populismo femenino en los perfiles de Instagram de actoras políticas latinoamericanas.

- Validar la conceptualización teórica del populismo femenino en casos de estudio.

Diseño Metodológico

El diseño metodológico de este estudio se basa en un enfoque cuantitativo. Según Sánchez (2019, p. 107), este enfoque permite "una medición precisa y objetiva de los fenómenos investigados". Es importante, como señala Hernández-Sampieri (2006, p.270), entender que "los modelos estadísticos representan la realidad, pero no son la realidad en sí misma; por lo tanto, los resultados numéricos siempre deben interpretarse en un contexto específico". Aunque se consideró inicialmente un enfoque cualitativo, la revisión de los corpus, que son publicaciones en Instagram, llevó a la conclusión de que un abordaje cuantitativo sería más efectivo para alcanzar los objetivos del estudio. Este cambio metodológico se percibe como una fortaleza del proyecto.

En este punto, es importante mencionar que la ficha de análisis se desarrolló con base en categorías emergentes de la revisión conceptual realizada durante la primera fase del proyecto en 2021. Para 2022 y 2023, el objetivo es seguir con la validación de esta ficha mediante estudios de caso enfocados en lideresas políticas latinoamericanas.

El propósito del estudio es identificar elementos de populismo femenino en el perfil de Instagram de Claudia Sheinbaum, Ex Jefa de Gobierno de México y pre candidata a la presidencia por parte del partido Morena, utilizando las categorías predefinidas en la ficha de análisis. Por lo tanto, el estudio se clasifica como exploratorio-descriptivo. Dankhe (1986) señala que los estudios descriptivos buscan determinar propiedades importantes de grupos, individuos, comunidades o cualquier otro sujeto de análisis. Asimismo, Ramos-Galarza (2020) indica que el objetivo de los estudios exploratorios es profundizar en áreas poco o nunca antes investigadas (Creswell, 2014), lo cual es el caso de este proyecto. Finalmente,

este es un estudio no experimental, como lo definen Hernández et al. (2010), ya que se analizan los fenómenos en su contexto natural.

Método De Investigación

El enfoque utilizado fue el estudio de caso, que según Hernández Sampieri y Mendoza (2008), constituye un tipo de investigación que se puede llevar a cabo a través de enfoques cuantitativos, cualitativos o una combinación de ambos. Este método implica un análisis exhaustivo de una entidad completa con el propósito de examinar y validar una hipótesis, abordar la pregunta de investigación y contribuir al desarrollo de teoría relacionada con el tema en cuestión.

Por otro lado, Mertens (2009) afirma que el estudio de caso consiste en una investigación que se enfoca en un individuo, conjunto de individuos, organización, comunidad o sociedad, considerándolos como una unidad de análisis. Yin (1994), por su parte, describe este enfoque como una investigación empírica que investiga un fenómeno actual en su entorno natural, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente discernibles.

Unidad de análisis y Muestra

En el estudio de selección de líderes políticas latinoamericanas llevado a cabo en 2022 se establecieron ciertos criterios de selección. Entre estos criterios se incluyó la elección de mujeres líderes políticas que hubieran ocupado cargos políticos en los últimos cinco años fueran originarias de algún país de América Latina y tuvieran una cuenta activa en Instagram.

Inicialmente, en la investigación de 2022 se consideró hacer un análisis de las publicaciones de Instagram durante un período de tiempo específico. Sin embargo, debido a

que se observó que la frecuencia de publicaciones de las líderes políticas en dicha plataforma no era uniforme, se optó por establecer una cantidad fija de publicaciones para todos los casos de estudio, que en este caso fue de 200 publicaciones. Se continuó con esta estrategia en el estudio del 2023.

Dentro de las publicaciones que serán consideradas en nuestro análisis se encuentran las fotografías, los vídeos/*reels* y los carruseles (que consisten en una combinación de fotos y/o vídeos) que se han compartido en la cuenta de Instagram de la lideresa política Claudia Sheinbaum. Estos posts serán objeto de observación e investigación con el objetivo de identificar cualquier rasgo de liderazgo populista femenino que pueda presentar la lideresa, en caso de que se encuentren presentes en sus contenidos.

Consideraciones éticas

No hubo conflictos éticos en la investigación de ningún tipo dado que se trabajó con el análisis de posts en cuentas de Instagram que son de contenido público.

Análisis de resultados

La Ficha de Análisis se realizó con la herramienta de Formularios de Google, la cual se encuentra dentro Google *Workspace* en donde se pueden crear formularios de manera rápida y sencilla.

La ficha de análisis se realizó en base a categorías que emergieron de la revisión conceptual que se realizó en la primera fase del proyecto en el año 2021. El año 2022 y este 2023 el objetivo es continuar la validación a través de estudios de caso de lideresas latinoamericanas.

En la siguiente Tabla, se pueden observar las categorías:

Tabla 1**Componentes de Liderazgo Femenino Populista**

Codificación	Categorías
Pregunta 1	El post que codifica es...
Pregunta 2	¿Aparecen mujeres en la imagen?
Pregunta 3	¿Aparecen niños, adultos mayores, mujeres embarazadas u otro grupo vulnerable?
Pregunta 4	¿Qué tematizaciones están presentes en la descripción del post?
Pregunta 5	¿Aparece la líder en el post?
Pregunta 6	¿Qué tipo de vestimenta está utilizando en el post?
Pregunta 7	¿Qué emoción expresa la líder en el post?
Pregunta 8	¿Qué está haciendo la foto?
Pregunta 9	En general... el post hace referencia a:
Pregunta 10	El post hace referencia a:
Pregunta 11	La técnica de comunicación utilizada en el post hace referencia a:
Pregunta 12	En el sentido performativo el post proyecta una imagen de la líder.
Pregunta 13	En el sentido del cuerpo (materialidad de los cuerpos y el sexo de los mismos).

Fuente: Ríos & Luzuriaga, 2023, “La huella de Evita: conceptualizando el populismo latinoamericano desde el liderazgo femenino”.

Recolección y procesamiento de datos**Caso Claudia Sheinbaum**

De acuerdo a su perfil, Claudia Sheinbaum es una científica y política mexicana. Inició su carrera como Secretaria de Medio Ambiente en el Distrito Federal en 2000, bajo la administración de Andrés Manuel López Obrador (actual presidente de México). Tras renunciar en 2006 para unirse a la campaña presidencial de López Obrador, ocupó roles que la llevaron a cumplir metas importantes como administrar la construcción del segundo piso del periférico y el Metrobús (Trejo, 2023).

En 2015, Sheinbaum se convirtió en la primera mujer electa como Jefa Delegacional en Tlalpan y, en 2018, hizo historia al convertirse en la primera mujer elegida

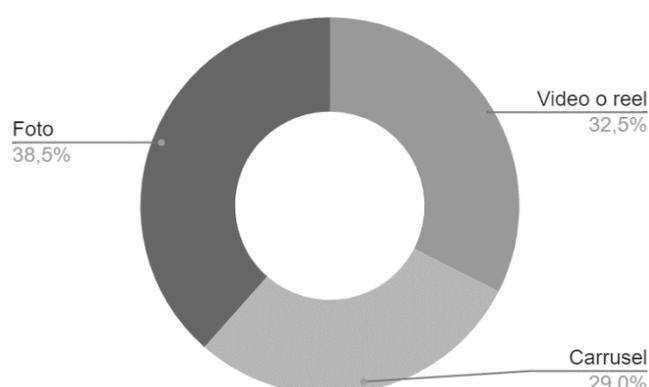
como Jefa de Gobierno de la Ciudad de México, cargo que dejó para participar para ser la cabeza de la Coordinación de la Cuarta Transformación. Con las encuestas ganadas, Claudia ahora se encuentra en campaña rumbo a la presidencia de México (Yañez, 2023).

Su perfil fue creado, de acuerdo a su cuenta oficial, en enero del 2019. El usuario tiene como nombre @Claudia_Shein y fue estudiado desde el 10 de octubre hasta el 5 de noviembre de 2023. Sheinbaum mantiene 5120 publicaciones, 546 mil seguidores y 252 seguidos hasta el día 10 de diciembre del 2023.

Gráficos

Gráfico 1

El post que codifica es...

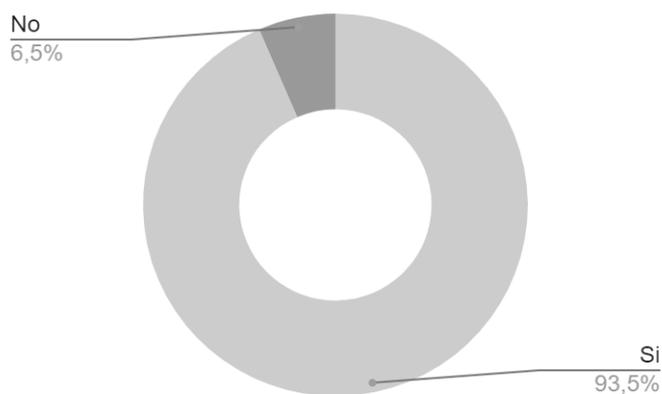


Fuente: Recolección de la base de datos PIF

El gráfico 1 nos muestra que la plataforma de la lideresa busca un balance entre los 3 tipos de publicaciones, con un promedio entre 29% y 38,5% en cada tipo de publicación. A través de cada uno de ellos logra enseñar sus experiencias de manera estática (fotos, carruseles) y describir su actividad con la comunidad (videos o reels).

Gráfico 2

¿Aparecen mujeres en la imagen?

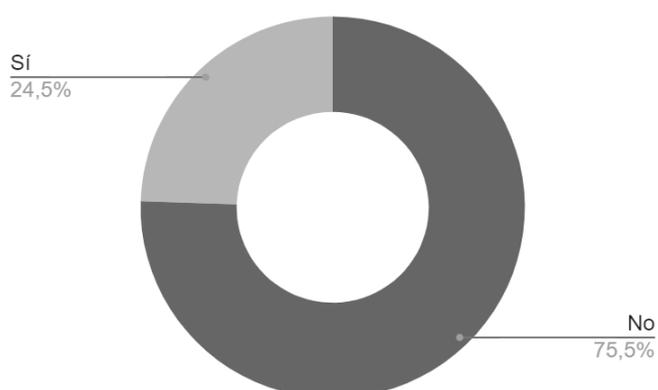


Fuente: Recolección de la base de datos PIF

El gráfico 2 nos enseña que la mayor parte de publicaciones de Claudia incluyen mujeres. Es un punto importante puesto que, además de buscar ser la primera mujer presidente de México, muestra por medio de lo visual lo fuerte e importante que es tener el liderazgo femenino en un equipo de trabajo.

Gráfico 3

¿Aparecen niños, adultos mayores, mujeres embarazadas u otro grupo vulnerable?



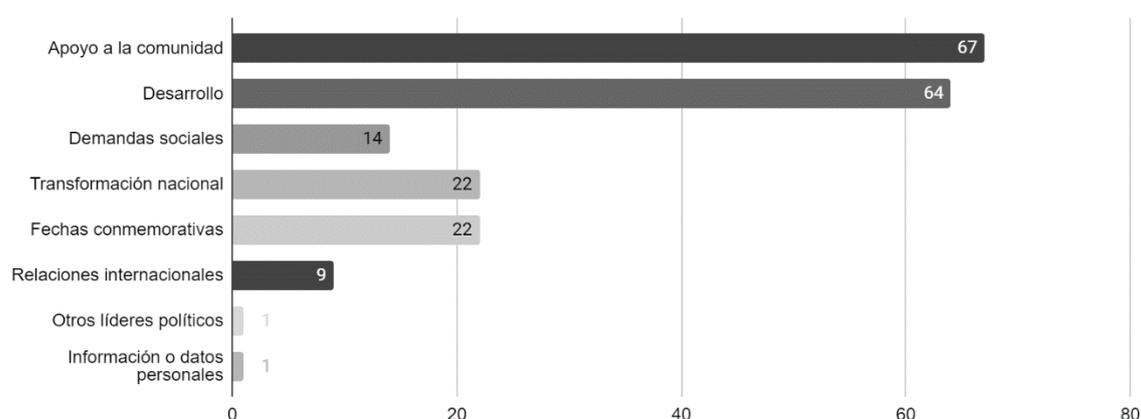
Fuente: Recolección de la base de datos PIF

En el tercer gráfico vemos que la mayor parte de sus posts involucran a personas de forma general, por lo que se podría argumentar que su campaña no va enfocada

únicamente a grupos vulnerables. Aunque Sheinbaum ha afirmado en ocasiones anteriores que ama a los niños, en sus eventos políticos predomina el público adulto que la sigue para conseguir la prometida “Transformación” nacional.

Gráfico 4

¿Qué tematizaciones están presentes en la descripción del post?

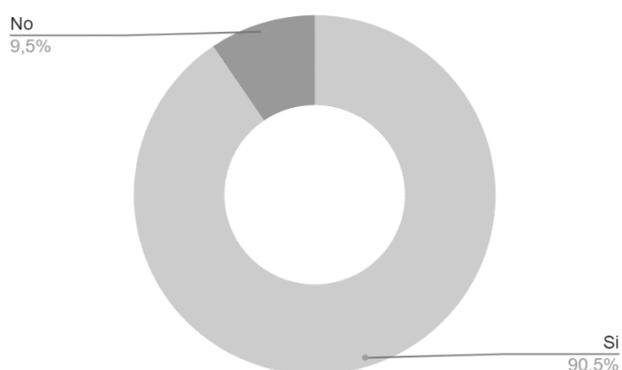


Fuente: Recolección de la base de datos PIF

La cuarta pregunta muestra a la lideresa como alguien que se preocupa por el pueblo. Con el apoyo a la comunidad y el desarrollo liderando en las respuestas a la pregunta vemos que Claudia no busca confrontación o antagonismo con otros partidos o personajes políticos, ni se enfoca en causas de grupos muy específicos.

Gráfico 5

¿Aparece la líder en el post?

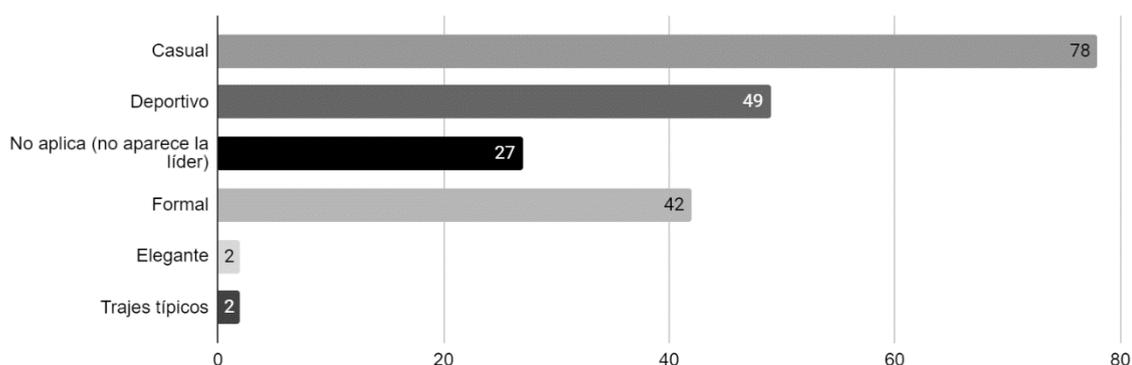


Fuente: Recolección de la base de datos PIF

El gráfico 5 afirma que Claudia es una líder presente que busca no solo comunicar los trabajos que está haciendo, sino también evidenciar que ha formado parte de ellos. Las publicaciones que no presentan su rostro no dejan de hablar de su trabajo y lo que ha hecho por quienes la siguen.

Gráfico 6

¿Qué tipo de vestimenta está utilizando en el post?

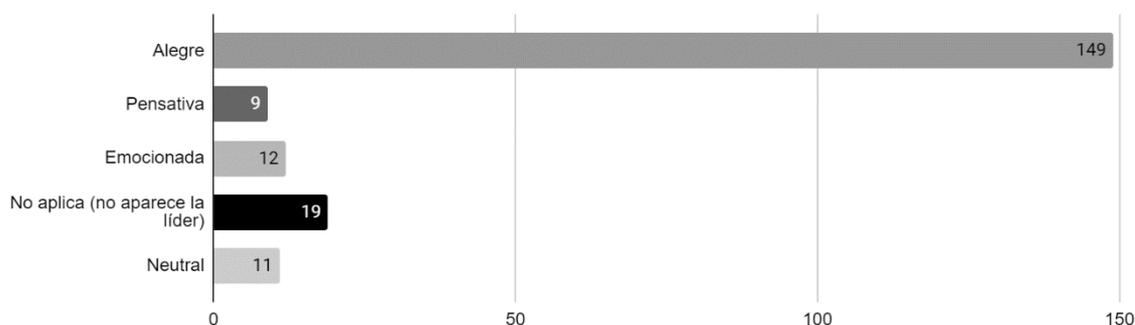


Fuente: Recolección de la base de datos PIF

El gráfico 6 expone la variedad de vestimentas que utiliza Claudia a lo largo de sus eventos, predominando las vestimentas casuales y deportivas ya que muchas veces se encuentra haciendo recorridos o asistiendo a eventos que son en exteriores.

Gráfico 7

¿Qué emoción expresa la líder en el post?

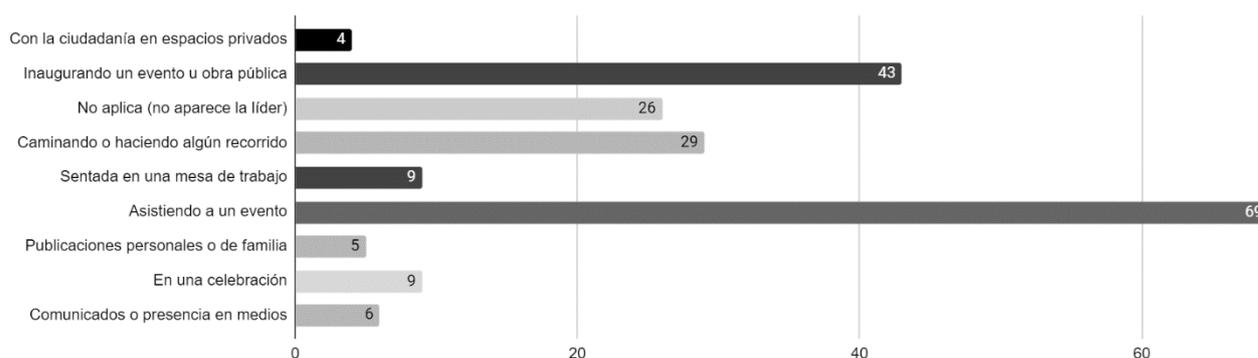


Fuente: Recolección de la base de datos PIF

El gráfico 7 muestra que Claudia es vista en gran parte de su perfil con una sonrisa. Al ser publicaciones en las que aparece con otras personas, ella siempre expresa felicidad y gratitud cuando interactúa con otros. Muy pocos son los casos en los que se la ve pensativa, emocionada y neutral, y no hay foto ni video que la muestre con emociones negativas como lo son la tristeza o el enojo.

Gráfico 8

¿Qué está haciendo la foto?

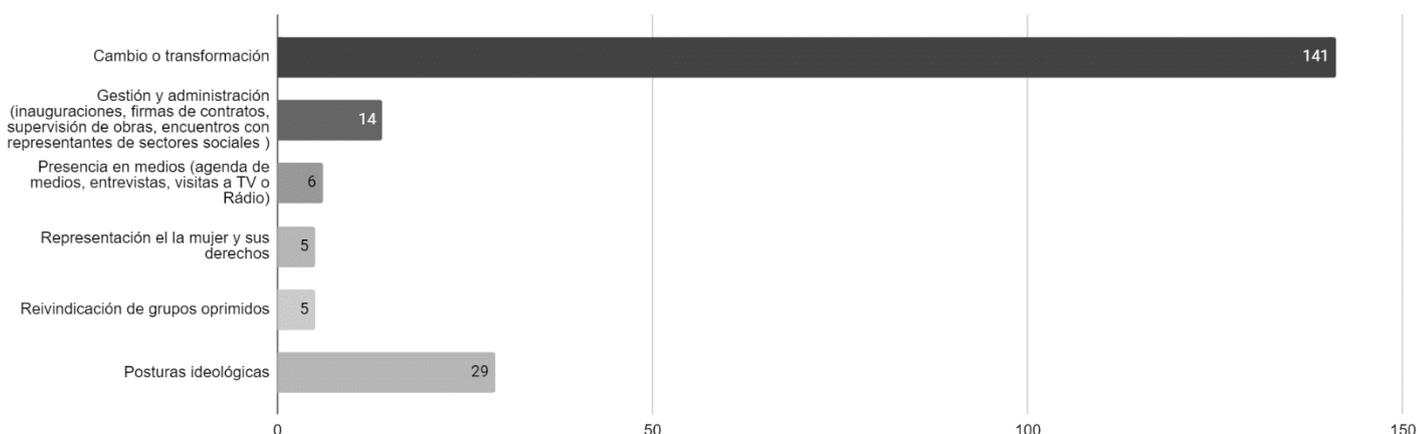


Fuente: Recolección de la base de datos PIF

Según el octavo gráfico la lideresa principalmente comparte con su público en redes sociales su asistencia a eventos y obras públicas. Entre sus actividades menos frecuentes están los eventos en espacios privados, el trabajo en una mesa y publicaciones personales o en familia. Sheinbaum tiene un perfil dedicado a ser un personaje político que se relaciona constantemente con el pueblo.

Gráfico 9

En general... ¿El post hace referencia a?

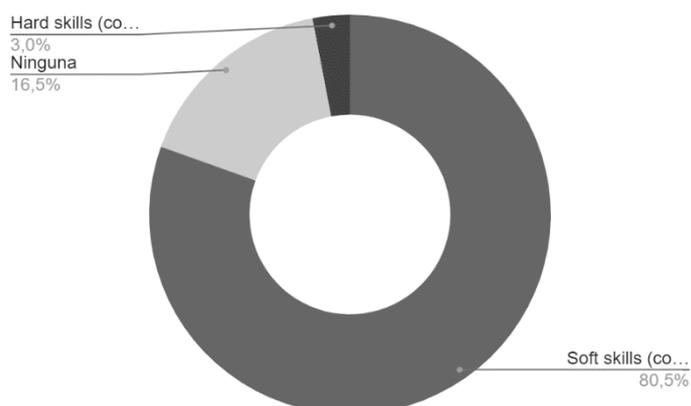


Fuente: Recolección de la base de datos PIF

En el gráfico 9 podemos evidenciar que la mayor parte de sus publicaciones tratan del cambio o transformación nacional, pues en el partido Morena (partido con el que trabaja actualmente) el mensaje inicial es la búsqueda de la transformación para el país, una transición que los llevará a mejorar aspectos económicos, políticos y sociales. En los últimos lugares se encuentra su presencia en medios, los derechos de la mujer y la reivindicación de grupos oprimidos, temas que ella no suele abarcar ya que se encuentra en campaña con Morena y el partido no se enfoca en dichas variables.

Gráfico 10

¿El post hace referencia a?

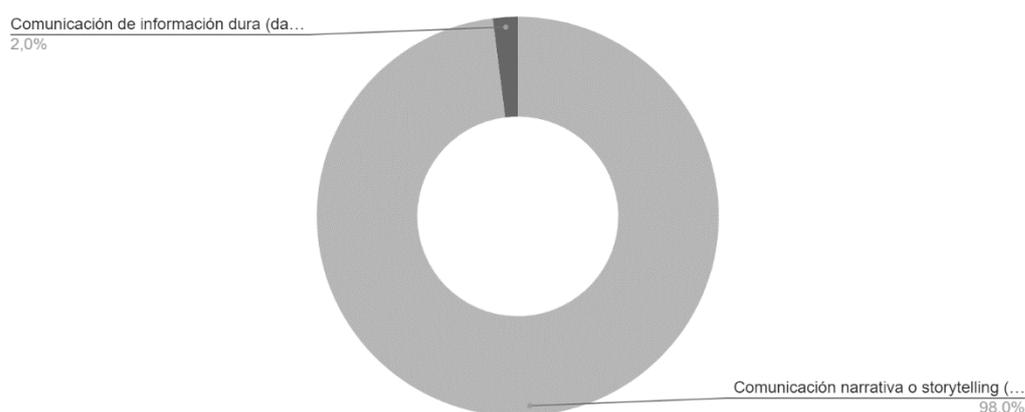


Fuente: Recolección de la base de datos PIF

El gráfico 10 nos enseña a Claudia como alguien con una imagen basada principalmente en *Soft Skills* (habilidades suaves, relacionadas a la inteligencia social y emocional) con un 80.5% en su perfil. Esto se debe a que la mayor parte del tiempo se encuentra abrazando al pueblo y comunicando en eventos el cambio y transformación que busca realizar cuando sea presidenta.

Gráfico 11

La técnica de comunicación utilizada en el post hace referencia a:

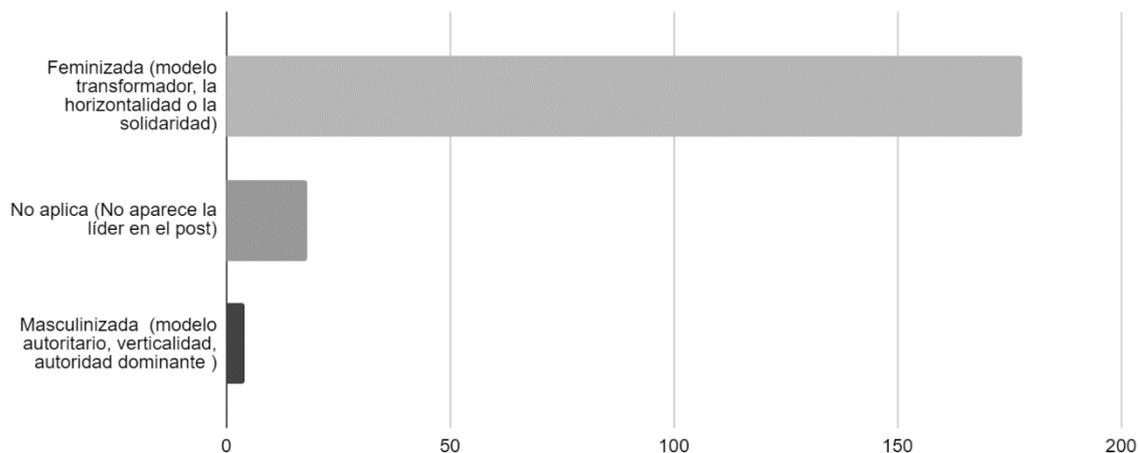


Fuente: Recolección de la base de datos PIF

El gráfico 11 evidencia que la mayor parte de la comunicación de Claudia es narrativa y por medio de *storytelling*. Muchas de sus publicaciones cuentan historias que ha vivido en su camino y que se terminan relacionando con la situación de las personas en la actualidad. Solo el 2% de sus publicaciones contienen información dura como datos específicos o estadísticos.

Gráfico 12

En el sentido performativo, el post proyecta una imagen de la líder

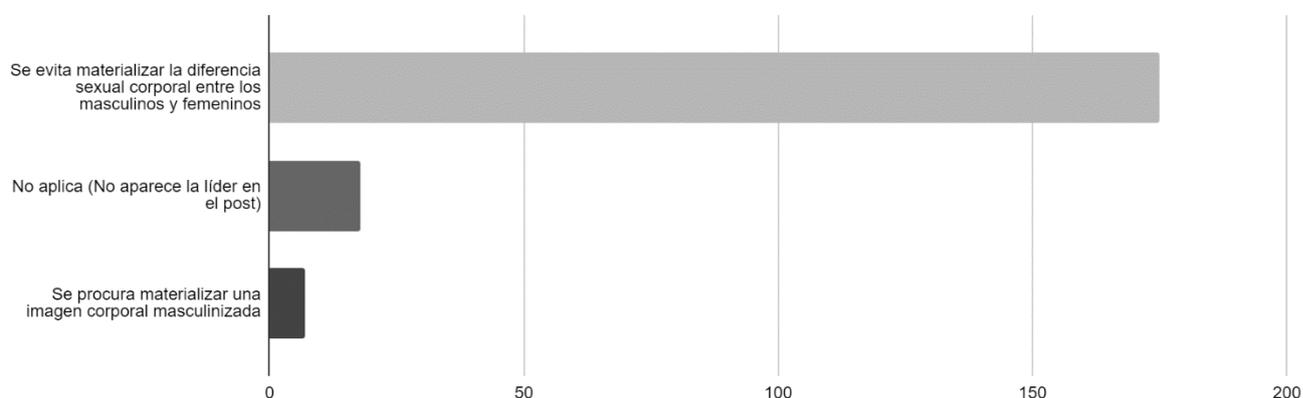


Fuente: Recolección de la base de datos PIF

El gráfico 12 nos muestra que la lideresa es un personaje que destaca su feminidad. Ella usa vestidos, aretes y tiene una personalidad amable, cariñosa y honesta. Son 7 las publicaciones que la muestran como líder dominante, lo cual es un número bastante bajo.

Gráfico 13

En el sentido del cuerpo (materialidad de los cuerpos y el sexo de los mismos) ...



Fuente: Recolección de la base de datos PIF

El gráfico 13 nos enseña que, a pesar de que muchos piensen que al ser feminizada puede ser sexualizada, este no es el caso. Claudia usa vestidos, faldas y blusas llamativas, pero su imagen evita que sea sexualizada. Al ser un personaje político, busca enfatizar su deseo de transformación y poner la atención en sus obras más que en su cuerpo.

Reflexión y conclusión final

Este estudio se llevó a cabo mediante una matriz de análisis de contenido, diseñada específicamente para evaluar y categorizar las características y temas predominantes en las publicaciones de la lideresa con el fin de identificar si existen rasgos que la puedan caracterizar como una lideresa política populista. La metodología permite una comprensión profunda y sistemática de las estrategias de comunicación y los mensajes transmitidos a través de esta plataforma social.

En esta investigación se puede notar que Claudia mantiene en su perfil más fotos que videos o carrusel (aunque busca tener un balance entre los 3 tipos de publicación), también que en el 93.5% de sus publicaciones aparecen mujeres, lo que refleja que es una mujer que demuestra el poder del liderazgo femenino y la importancia de su participación en cargos de alto rango en la política. Las mayores temáticas que ha transmitido en sus redes se basan en la transformación nacional y desarrollo que promete junto a su partido. En un 90.5% Claudia aparece en las publicaciones, haciendo notar su presencia en las actividades que realiza el partido y la relación con quienes la siguen. Adicionalmente el 39% de su ropa es casual y el 24.5% es deportiva, transmitiendo su accesibilidad y conformidad, recordando que además de ser un personaje público también es ciudadana.

La investigación se realizó con un enfoque teórico-metodológico para analizar los liderazgos populistas de mujeres en la arena política de América Latina durante el año 2023. En este estudio específico, se trabajó con un caso de una lideresa latinoamericana para identificar si tiene características que de un liderazgo femenino populista. A lo largo de este proceso, se observaron tendencias a comparar a los líderes políticos convencionales con las mujeres líderes. A diferencia de lo masculino, los personajes femeninos van más por el lado de crear lazos sociales que les ayudan a permanecer relevantes para quienes las siguen.

Asimismo, comparten contenido que tiene inteligencia emocional y social, lo cual mueve masas que se encuentran interesadas y a la espera de un cambio o transformación, como lo menciona la líder Claudia Sheinbaum.

Con una imagen femenina construida se destacan sus *soft skills*, la afinidad entre el personaje y el pueblo y la nula necesidad de crear conflictos con los partidos o personajes políticos rivales. En el caso de Claudia, su contenido se relaciona a la búsqueda de la esperanza, el apartar los miedos y crear un nuevo futuro junto a su equipo.

Contar historias de su pasado o de su experiencia en el partido también han ayudado a Sheinbaum a acercarse a los ciudadanos. Esto crea una conexión emocional en la que muchos se sienten identificados y se sienten en confianza cuando interactúan con la lideresa.

En este contexto de liderazgo político, es relevante mencionar que Claudia Sheinbaum se ha destacado como figura prominente en la política mexicana. Su enfoque en la administración de la Ciudad de México ha sido notable, destacándose por su estilo de liderazgo y su capacidad para conectar con la ciudadanía mediante estrategias comunicativas similares a las mencionadas anteriormente.

El análisis del perfil de Instagram de Claudia me proporcionó una visión única de cómo ella utiliza esta plataforma para comunicarse con su audiencia. La frecuencia de publicaciones, el tipo de contenido compartido y la interacción con sus seguidores son aspectos cruciales que revelan la estrategia de comunicación que utiliza, la cual pudo influir en la percepción pública y en la construcción de su imagen como lideresa política.

Como todo estudio, también se encontraron limitaciones como, por ejemplo, el seguimiento temporal de sus publicaciones. Al ser una cuenta bastante activa debía estar pendiente de todo el contenido casi todos los días. Perder uno o dos días podía hacer que el

estudio tomara más tiempo hasta organizar el tema de las publicaciones. Se recomienda para futuras tesis usar un menor periodo de tiempo para estudiar las publicaciones de Instagram, al igual que incluir las historias o publicaciones compartidas, que involucran a líderes del partido, personajes con pensamientos que contribuyen con la formación de la imagen de la lideresa.

Referencias

- Archenti, N., & Tula, M. I. (2019). *Teoría y política en clave de género*. Colección, 30(1), 13-43.
- Aga, D. A. (2017). "Transactional Leadership and Project Success: The Moderating Role of Goal Clarity", *Procedia Comput.*
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050916323584>
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. Harper & Row.
- De Beauvoir, S. (1949). *Le Deuxième Sexe*. Gallimard.
- De Cárdenas, M. (2016). *En busca del liderazgo femenino: El recorrido de una investigación*.
Universidad de los Andes.
- De la Torre, C. y Mazzoleni, O. (2019). Do We Need a Minimum Definition of Populism? An Appraisal of Mudde's Conceptualization. *Populism*, 2(1), 79–95.
<https://doi.org/10.1163/25888072-02011021>
- De la Torre, C. (2019) *Routledge Handbook of Global Populism*.
- Edwards, S. 2019. "On Latin American Populism, and Its Echoes around the World." *Journal of Economic Perspectives*, 33 (4): 76-99.

Gurux (2021) Liderazgo Transformacional, investigaciones que lo sustentan.

<https://www.elgurux.com/teorias-transformacional.html>

Hooks, b. (1984). *Feminist Theory: From Margin to Center*. South End Press.

Hans J. Morgenthau (1948) "Política entre las Naciones"

https://old.tsu.ge/data/file_db/anthim/31.eng.pdf

Kaltwasser, C. R., Taggart, P. A., Espejo, P. O., & Ostiguy, P. (Eds.). (2017). *The Oxford handbook of populism*. Oxford University Press.

<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198803560.001.0001>

Luzuriaga Uribe, E., Rios-Rivera, I., & Chiriboga, V. (2022). Una aproximación al género desde las relecturas de Butler y Connell en los liderazgos políticos femeninos en América Latina. *IC: Revista Científica de Información y Comunicación*, 19, 57-81.

Luzuriaga Uribe, E., Rios-Rivera, I., & Chiriboga, V. (2022). Populismo y comportamiento político en Ecuador: Incorporando la agenda ideacional

Moffitt, B. (2016). *The global rise of populism: Performance, political style, and representation*. Stanford University Press.

Ostiguy, P., Panizza, F., & Moffitt, B. (2021). *Populism In Global Perspective: A Performative And Discursive Approach*.

Rubio, R. (2020). Mujeres, espacio público, participación política y derechos humanos:¿ hacia un paradigma de democracia paritaria?. *Revista electrónica de estudios internacionales (REEI)*, (39), 9.

Núñez R. (2013) Liderazgo Político y Género XXI, *Entramado* (145)

Sarsfield, R. (2023). Entre el pueblo bueno y la élite corrupta. Narrativa populista y polarización afectiva en las redes sociales en México. *Revista Mexicana De Opinión Pública*, (35).

<https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2023.35.85518>

Rosabeth Moss Kanter

Obra citada: "Men and Women of the Corporation" (1977)

Stolte, M. (2020, enero 22). ¡De una vuelta! Por un liderazgo 360 grados. *Inbody*.

<https://inbody.es/es/2020/01/22/liderazgo-360-grados/>

Thomassen, L. A. (2016). Hegemony, populism and democracy: Laclau and Mouffe today.

Revista Española de Ciencia Política.

http://recyt.fecyt.es/index.php/recp/article/viewFile/40516/pdf_24

Torre, C. D., & Mazzoleni, G. (2019). Populism as political communication: The performativity and popularity of right-wing populist discourses. Routledge.

Trejo, Y. (2023, 7 septiembre). PERFIL: ¿Quién es Claudia Sheinbaum, candidata presidencial de

Morena para el 2024? *Diario AS*. <https://mexico.as.com/actualidad/perfil-quien-es-claudia-sheinbaum-candidata-presidencial-de-morena-para-el-2024-n/>

Valdivieso, E. J. (2019). *Perú: Influencia del enfoque de género en las políticas públicas familiares*. *Perspectiva de Familia*, 4, 97-126.

Wodak, R. (2015). The politics of fear: What right-wing populist discourses mean.

Yañez, B. (2023, 7 septiembre). ¿Quién es Claudia Sheinbaum, la exjefa de Gobierno que quiere ser presidenta? ADNPolítico. <https://politica.expansion.mx/mexico/2023/09/06/quien-es-claudia-sheinbaum-biografia>

Anexos

Enlace de base de datos

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Ma-0VxObT-JGWyDfRkSWc4F4zgDLxGn4/edit?usp=sharing&oid=103153358031367047952&rt=pof=true&sd=true>

Tabla 1

<i>El post que codifica es.... (Depurado)</i>	COUNTA de El post que codifica es.... (Depurado)
Carrusel	58
Foto	77
Video o reel	65
Suma total	200

Tabla 2

<i>¿Aparecen mujeres en la imagen?</i>	COUNTA de Aparecen mujeres en la imagen?
No	13
Si	187
Suma total	200

Tabla 3

<i>¿Aparecen niños, adultos mayores, mujeres embarazadas u otro grupo vulnerable?</i>	COUNTA de Aparecen niños, adultos mayores, mujeres embarazadas u otro grupo vulnerable?
No	49
Si	151
Suma total	200

Tabla 4

<i>¿Qué tematizaciones están presentes en la descripción del post? (Depurado 2)</i>	COUNTA de ¿Qué tematizaciones están presentes en la descripción del post? (Depurado 2)
Apoyo a la comunidad	67
Desarrollo	64
Demandas sociales	14
Transformación nacional	22
Fechas conmemorativas	22
Relaciones internacionales	9
Otros líderes políticos	1
Información o datos personales	1
Suma total	200

Tabla 5

<i>¿Aparece la líder en el post?</i>	COUNTA de ¿Aparece la líder en el post?
--------------------------------------	---

No	19
Si	181
Suma total	200

Tabla 6

<i>¿Qué tipo de vestimenta está utilizando en el post?</i>	COUNTA de <i>¿Qué tipo de vestimenta está utilizando en el post?</i>
Casual	78
Deportivo	49
Elegante	2
Formal	42
Trajes típicos	2
No aplica (no aparece la líder)	27
Suma total	200

Tabla 7

<i>¿Qué emoción expresa la líder en el post?</i>	COUNTA de <i>¿Qué emoción expresa la líder en el post?</i>
Alegre	149
Emocionada	12
Neutral	11
No aplica (no aparece la líder)	19
Pensativa	9
Suma total	200

Tabla 8

<i>¿Qué está haciendo la foto? (Depurado)</i>	COUNTA de <i>¿Qué está haciendo la foto? (Depurado)</i>
Asistiendo a un evento	69
Caminando o haciendo algún recorrido	29
Comunicados o presencia en medios	6
Con la ciudadanía en espacios privados	4
En una celebración	9
Inaugurando un evento u obra pública	43
No aplica (no aparece la líder)	26
Publicaciones personales o de familia	5
Sentada en una mesa de trabajo	9
Suma total	200

Tabla 9

<i>En general... el post hace referencia a:</i>	COUNTA de <i>En general... el post hace referencia a:</i>
Cambio o transformación	141
Gestión y administración (inauguraciones, firmas de contratos, supervisión de obras, encuentros con representantes de sectores sociales)	14
Posturas ideológicas	29
Presencia en medios (agenda de medios, entrevistas, visitas a TV o Rádio)	6

Reivindicación de grupos oprimidos	5
Representación el la mujer y sus derechos	5
Suma total	200

Tabla 10

<i>El post hace referencia a:</i>	COUNTA de El post hace referencia a:
<i>Hard skills</i> (conocimiento técnico de un profesional y le ayudan a desempeñar con éxito un trabajo)	6
Ninguna	33
<i>Soft skills</i> (combinación de habilidades sociales, habilidades de comunicación, rasgos de la personalidad, actitudes, atributos profesionales,3 inteligencia social e inteligencia emocional,)	161
Suma total	200

Tabla 11

<i>La técnica de comunicación utilizada en el post hace referencia a:</i>	COUNTA de La técnica de comunicación utilizada en el post hace referencia a:
Comunicación de información dura (data, estadísticas, argumentos lógicos)	4
Comunicación narrativa o <i>storytelling</i> (participación activa del líder en eventos sociales, comunitarios, políticos o personales)	196
Suma total	200

Tabla 12

<i>En el sentido performativo, el post proyecta una imagen de la líder</i>	COUNTA de En el sentido performativo, el post proyecta una imagen de la líder
Feminizada (modelo transformador, la horizontalidad o la solidaridad)	178
Masculinizada (modelo autoritario, verticalidad, autoridad dominante)	18
No aplica (No aparece la líder en el post)	4
Suma total	200

Tabla 13

<i>En el sentido del cuerpo (materialidad de los cuerpos y el sexo de los mismos)...</i>	COUNTA de En el sentido del cuerpo (materialidad de los cuerpos y el sexo de los mismos)...
No aplica (No aparece la líder en el post)	18
Se evita materializar la diferencia sexual corporal entre los masculinos y femeninos	175
Se procura materializar una imagen corporal masculinizada	7
Suma total	200



