

¿Populismo o proximidad? Variaciones de la política inmediata

ROCÍO ANNUNZIATA

El término “populismo” parece participar hoy de múltiples estiramientos conceptuales. Por ejemplo, con respecto a su vínculo con la democracia: durante los últimos años se han catalogado como populistas a gobiernos que tienen rasgos simplemente autoritarios, que limitan la libertad de expresión o persiguen opositores, cuando sería más parsimonioso seguir entendiendo estas experiencias como las típicas situaciones de iliberalismo o autoritarismo que llevan la democracia al límite (Rosanvallon, 2020). En este capítulo nos concentraremos en otro frecuente estiramiento conceptual, que atañe a la relación entre populismo y representación política. Se tiende a encontrar características populistas en todas las experiencias de representación basadas en liderazgos personales que se presentan como *outsiders* y que establecen una comunicación directa con la ciudadanía. Este trabajo busca contribuir a enfrentar este segundo estiramiento conceptual, proponiendo partir de un concepto de mayor grado de generalidad, la “política inmediata”, para luego diferenciar entre un tipo populista y un tipo que denominaremos “de proximidad”.

En la Argentina reciente, por ejemplo, la experiencia del ascenso de Mauricio Macri ha tenido interpretaciones ambiguas en términos de populismo. Antes de que Macri llegara a la presidencia de la nación ya especialistas como Casullo (2012) se preguntaban si se trataba de un caso de derecha liberal o de derecha populista, reconociendo rasgos de ambas, para hablar, en definitiva de un “movimiento neo-populista no peronista” (Casullo, 2012, p.57). La autora sostenía:

Macri eligió una ruta heterodoxa hacia la política, basada sobre todo en apelaciones afectivas hacia lo popular a partir de su gestión al frente del club Boca Juniors. A esto se le sumó una muy eficaz campaña electoral basada en una imagen de alegría, buena onda y cercanía con el votante y en una muy fuerte desideologización de su discurso, sintetizados en su eslogan “Va a estar bueno Buenos Aires” (Casullo, 2012, p.54).

Lo que impedía la categorización de los líderes del PRO como populistas completos era su discurso despolitizador, centrado en la gestión y en la figura del vecino. Años más tarde, la misma autora llamaría a la experiencia de la presidencia de Macri como “populística” (Casullo, 2019). En una línea similar, Becerra (2016) acuñaba la etiqueta de “populismo gentista 2.0” para describir al macrismo y su modo de comunicación directa con la ciudadanía, especialmente a través de las redes sociales: “Si a la apuesta por prescindir de las mediaciones institucionales y establecer nexos directos entre gobernante y gobernados se la designa como un rasgo populista, el macrismo entonces pertenece a una evolución 2.0 del populismo”. El autor lo consideraba así un tipo nuevo de populismo: “...que pivotea sobre la demolición del

paradigma previo pero que no restituye el lugar de las mediaciones institucionales salvo cuando le son funcionales, y cuyo ritual no es la plaza sino la red social digital y también la red analógica (los ‘timbres’ PRO)”.

Estas referencias nos dejan ver que muchas experiencias pueden ser catalogadas como “populistas”, aunque no sin ambigüedad, a falta de un concepto que capture mejor su sentido. Los estudios contemporáneos tienden a asimilar la política inmediata o la representación directa muy rápidamente al populismo y ponen mucho énfasis en la identificación entre un líder carismático y un Pueblo. Sin embargo, existen liderazgos personales, inscritos en la misma lógica de política inmediata, de contacto directo con la ciudadanía y rechazo de las mediaciones tradicionales, que apelan a un tipo de identificación diferente, apoyada en la figura de la “persona común”, cercana y empática pero sin el componente de “persona extraordinaria” que supone el carisma, y sin el correlato de la construcción de un sujeto colectivo o pueblo.

El hecho de que los líderes busquen mostrarse como personas comunes, capaces de comprender las vivencias de los ciudadanos —mujeres y hombres—, de escucharlos y de sentir lo mismo que ellos constituye incluso una tendencia anterior a las últimas oleadas de populismos de izquierda y de derecha a escala global. Podría pensarse, en efecto, como una profundización o transformación interna de la democracia de audiencia conceptualizada por Manin en los años noventa (1998), es decir, un formato representativo en el cual la personalización de la política ganaba preeminencia sobre las organizaciones e identidades partidarias, los líderes presentaban imágenes vagas al electorado en lugar de programas, los *outsiders* adquirirían mayor protagonismo, y los vínculos directos entre líderes y ciudadanos eran favorecidos por los medios como la televisión o los sondeos de opinión pública, generando puestas en escena más intimistas que las habituales. Esta dinámica de política inmediata —que prescinde de los partidos y de los intermediarios entre el líder personal y la ciudadanía— y por lo tanto intimista —que promueve que los líderes expongan aspectos de su vida cotidiana y familiar, de sus historias de vida— no ha hecho más que acrecentarse desde entonces, de modo paralelo a la multiplicación de experiencias catalogadas como populistas, y a una mayor atención de los estudios políticos sobre el populismo. Este contexto fomenta la rápida asimilación o confusión entre vínculos representativos populistas y otros que aquí llamaremos “de proximidad”.

Este trabajo se propone buscar, en cambio, sus diferencias y comprender, en definitiva, qué sería esta suerte de “populismo sin pueblo” que también puebla la escena política contemporánea. En primer lugar, repasaremos el marco general de la política inmediata; en segundo lugar, distinguiremos entre las formas de identificación populista y de proximidad; finalmente, profundizaremos sobre el modo en que los vínculos populistas y de proximidad construyen su propia figuración, la voluntad política, el conocimiento y su Otro.

DE LA POLÍTICA MEDIADA A LA POLÍTICA INMEDIATA

En los años noventa Bernard Manin (1998) identificaba el pasaje de una “democracia de partidos” a una “democracia de audiencia” o “de lo público”, conceptualizando así una transformación importante y duradera de los vínculos representativos.

En lo que el autor llamó democracia de partidos —que caracterizó a las democracias occidentales hasta los años ochenta y constituyó, podría decirse, el modelo normativo de la buena democracia— los clivajes políticos tendían a reflejar los clivajes sociales y había estabilidad electoral porque los ciudadanos votaban siempre por el mismo partido en distintas

elecciones y en los distintos niveles de representación. La estabilidad electoral se mantenía no solo elección tras elección sino también generación tras generación. La confianza que suponía la elección se depositaba en los partidos y no en determinados líderes o dirigentes por rasgos de su personalidad. Los partidos expresaban distintas visiones del mundo y ofrecían sus plataformas programáticas, aunque los votantes no les prestaran una atención detallada porque su voto tenía más bien un origen identitario, respondiendo a su papel o lugar en la sociedad (Manin, 1998).

Los líderes de los partidos conservaban su carácter de élite, en tanto que personas del “aparato”, que habían desarrollado una trayectoria definida y ascendente dentro de las organizaciones partidarias. Sin embargo, en función del vínculo identificatorio con los partidos mismos, los representantes se debían a sus electores, eran portavoces de su partido, mandatarios de sus electores, de manera que su margen de independencia para la toma de decisiones parecía disminuir con respecto al modelo anterior basado en líderes personales que eran notables locales (Rosanvallon, 2002).

La democracia de partidos era, entonces, básicamente una política mediada por los partidos, lo cual exigía que los partidos no fueran meros vehículos electorales sino que desarrollaran funciones mediadoras en la sociedad, de coordinación horizontal entre líderes políticos y de agregación vertical entre demandas sociales y políticas públicas (Luna, Rodríguez, Rosenblatt & Vommaro, 2021).

Este papel tan significativo de los partidos fue inscrito incluso en las teorías de la representación como la de Nadia Urbinati (2017; 2019), para quien la democracia representativa se define como una forma de gobierno mediada e indirecta, que opera una distancia entre soberano y gobierno, creando así una política de la temporalidad, de la duración. La democracia representativa asume que la mayoría es siempre temporal y responde al elitismo del poder con procedimientos que garantizan la contestación y discusión de las decisiones, la dialéctica entre mayoría y oposición. Se trata de una representación por mandato (*mandate representation*) en la que se representan ideas, intereses o preferencias, funciona la *accountability* y se tiene poca fe en los líderes, de modo que las organizaciones y los cuerpos intermedios organizan la desconfianza. Los partidos políticos y los medios constituyen para la autora los cuerpos intermedios esenciales de la democracia. También Peruzzotti (2008) ha propuesto pensar la representación democrática como una forma de política mediada en la que se desarrollan múltiples modos de comunicación entre representantes y representados, a partir de la actividad de la sociedad civil y de la existencia de un espacio público institucionalizado que no puede reducirse a relaciones personales.

La política mediada se vería desfigurada con el debilitamiento de los partidos políticos (Urbinati, 2014, 2019). Al analizar la metamorfosis de la representación que se habría dado desde finales de los años ochenta, Manin (1998) advirtió que se había entrado en la era de la democracia de audiencia, caracterizada por el ascenso de la personalización de la política y los liderazgos independientes de las estructuras partidarias (Manin, 1998; Mair, 2005, 2008; Rosanvallon, 2015). Los electores comenzaron a votar cada vez más por candidatos, lo que explicaba la volatilidad de las preferencias y el cambio de comportamientos electorales de una elección a otra. Los partidos se convirtieron en herramientas de los líderes, los programas perdieron su importancia, en un contexto cada vez más imprevisible, del mismo modo que las identidades (Lupu, 2016). Las nuevas élites pasaron a estar constituidas por los expertos en medios de comunicación, los líderes que tenían buena imagen en las encuestas y que sabían moverse bien en los escenarios televisivos. La representación dejó de reflejar divisiones so-

ciales previas al proceso político y pasó a presentar diversos clivajes coyunturales, principios de diferenciación, a los que reaccionaba el electorado. Los gobernantes eran electos sobre la base de imágenes vagas en lugar de programas, ganando así también un margen de independencia mayor con respecto a sus compromisos. Los medios de comunicación adquirieron un papel clave en este formato representativo: eran el espacio de la expresión de la opinión pública por medio de las encuestas y de la deliberación del electorado fluctuante e indeciso.

El hecho de que la representación pasó a apoyarse en candidatos que saben desempeñarse bien en los medios de comunicación y frente a la opinión pública, y se adaptan a contextos cambiantes e impredecibles, parecería ser destacado también por Mansbridge (2003) cuando presenta uno de los formatos alternativos a la representación tradicional: el que llama “representación giroscópica”. En este formato los votantes eligen “candidatos brújula” que, según sus rasgos personales, sabrán orientarse en cada situación, imprevista por definición, como los votantes querrían que se oriente. Por otro lado, el diagnóstico de Rosanvallon (2008) coincide en conectar lo que llama la “desacralización de las elecciones” con el ascenso de la personalización de la política. Para el autor las elecciones han perdido gran parte de sus funciones democráticas: ya no significan la opción por un rumbo político y tienden a reducirse a la mera “selección de gobernantes”; de este modo se debilita una de las ficciones fundadoras de la democracia, la que producía una equivalencia entre el momento electoral y la duración del mandato. Actualmente la prolongación del momento electoral en la duración del mandato ya no es entonces tan efectiva.

En Argentina, Novaro (1994) ha hablado de un modelo de “representación personalizada” a partir de los años noventa. El autor la describía así: “Por encima de los partidos aparece ahora la imagen del líder que cataliza y centraliza las capacidades representativas antes distribuidas en un conjunto de instituciones y organizaciones” (Novaro, 1994, p.46). También los años noventa han sido característicos de la entrada de los *outsiders* a la política argentina. A medida que los políticos “de partido” perdían su tradicional prestigio, aumentaba la popularidad de las personalidades del mundo del espectáculo, del deporte, de las empresas, etc., que se lanzaban a una carrera política (como Carlos Reuteman, Daniel Scioli o Ramón “Palito” Ortega). Este fenómeno producía que también algunos políticos menos *outsiders* se esforzaran por aparecer como tales, por mostrarse como diferentes de la “clase política tradicional”.

En definitiva, liderazgos personales en contra o al margen de las estructuras partidarias tradicionales, *outsiders* y comunicación directa con la ciudadanía son aspectos propios de las democracias muy anteriores a las últimas oleadas de populismo. Tal como lo entiende Urbinati (2019), la democracia de audiencia fue la antesala de la forma que adquiere hoy la representación. Ahora bien, esta forma —para ella desfigurada— de vínculo representativo, que constituiría una profundización de la democracia de audiencia, sería para la autora, precisamente, el populismo.

Durante los últimos años los estudios sobre el populismo han crecido de modo exponencial, y casi todos ellos proponen nuevas definiciones (De la Torre & Srisa-nga, 2021). Dentro de los estudios que entienden al fenómeno en términos propiamente políticos existe un consenso sobre la existencia de enfoques diferentes para abordar el populismo: los estratégicos, los ideacionales, y los discursivos o performativos (Rovira Kaltwasser, Taggart, Ochoa Espejo & Ostiguy, 2017; Casullo, 2019; De la Torre & Srisa-nga, 2021), y sobre la existencia de perspectivas que se concentran en las formas populistas de acceso al poder y perspectivas

que ponen el foco en los populismos gobernantes (Peruzzotti, 2017; Urbinati, 2019; Rosanvallon, 2020). Sin embargo, más allá de la gran pluralidad de líneas de investigación sobre el tema, hay elementos invariantes que encontramos en casi todos los estudios: el populismo sería una forma de política inmediata, en la medida en que rechaza a los actores tradicionales de la intermediación política —especialmente los partidos— y en que busca una conexión directa —sin los vicios del *establishment*— entre representantes y representados.

Por ejemplo, para Weyland (2001) la conexión entre el líder y sus seguidores en el populismo se basa en un contacto directo, casi personal, y no en la intermediación organizacional. Barr (2009) define al populismo como un movimiento de masas liderado por un *outsider* que busca ganar o mantener el poder utilizando apelaciones *antiestablishment* y vínculos de tipo plebiscitario (Barr, 2009, p.38). Para el autor no se trata de que el populismo no esté asociado a ningún tipo de organización sino que del tipo de vínculo plebiscitario que le es característico se deriva la ausencia de autonomía dentro del movimiento.¹

En efecto, el populismo pareciera oponer una política inmediata (Peruzzotti, 2017) a la política mediada característica del modelo representativo de partidos políticos fuertes y vínculos programáticos. Algunos trabajos hacen de la dinámica de lo inmediato o lo directo el corazón de la definición del populismo, por oposición al sistema de mediaciones y de relaciones indirectas de las democracias representativas modernas. Enrique Peruzzotti (2017, 2016) ha sostenido, por ejemplo: “Frente al complejo sistema de exclusas que el gobierno representativo establece para la construcción mediada de una voluntad popular (voluntad que se considera siempre contingente), el populismo antepone un proceso no mediado de identificación política que resulta en la construcción de una visión monista del pueblo”.

Urbinati (2019), siguiendo la línea mencionada, ha conceptualizado el populismo como una forma de representación directa. Para la autora el populismo constituye un nuevo gobierno representativo, pero desfigurado (Urbinati, 2014, 2019). Mientras que en la representación por mandato se presentan ideas, intereses o preferencias, se incluyen las acciones de *advocacy* y se considera inherente la posibilidad de *accountability* con base en una característica desconfianza frente a los líderes, la representación directa propia del populismo reúne diversos grupos en la identificación con el líder, elimina la noción de *accountability* y se basa en la confianza en el líder a través de la fe, debilitándose la organización y las garantías del pueblo de controlar al poder. Si la democracia representativa se constituyó como una diarquía de voluntad y opinión, que pone a distancia la soberanía del gobierno, el populismo vendría a suprimir la distancia en su lógica de directividad (*directivness*). La representación directa es básicamente una revuelta contra los cuerpos intermedios (Urbinati, 2015): los partidos políticos, eventualmente los sindicatos y los medios de comunicación establecidos, los organismos de control y monitoreo, las corporaciones. En realidad, el populismo es esencialmente *antiestablishment*, de modo que su blanco de crítica no son los partidos que se encuentran gobernando circunstancialmente, sino las divisiones partidarias en sí mismas y la forma de representación propia de la democracia de partidos. El populismo movilizaría entonces una retórica según la cual todo el sistema de mediaciones está corrompido, cooptado por una élite que no representaría verdaderamente a las personas comunes.

1. Si bien varios estudios advierten que los populismos no pueden ser definidos como antiinstitucionales porque ellos mismos son grandes creadores de instituciones (Aboy Carlés, 2014), ni como opuestos a las organizaciones porque sí movilizan organizaciones e incluso partidos políticos (Freidenberg & Casullo, 2018) o crean nuevos partidos (Roberts, 2017), lo cierto es que lo que parece cambiar en el populismo es la significación de esas organizaciones en el tipo de lazo representativo operante.

Así, frente al vínculo representativo de tipo objetivo, programático e ideológico, inscrito en la lógica de la competencia entre partidos, el populismo pareciera presentarse como un vínculo representativo subjetivo y personal, que vendría a reemplazar las mediaciones por el contacto directo con el líder. En definitiva, el populismo se distinguiría de la representación mediada e indirecta.

Si tomamos el ejemplo de Mauricio Macri en Argentina mencionado al comienzo podría ser fácilmente ubicado dentro de la política inmediata. Fue el creador de un partido político nuevo luego de la crisis de 2001 que se presentó desde el comienzo como un partido sin ideologías, el PRO. Construyó siempre su liderazgo como el de un *outsider* de la política, que venía de la gestión privada y exitosa del Club Boca Juniors y que había decidido “meterse en política” (Vommaro, 2017). También fue señalado como un dirigente que empleó de forma temprana y muy profesional la comunicación por redes sociales, transformando ese tipo de comunicación en su trampolín a la presidencia (Slimovich, 2017).

POPULISMO Y PROXIMIDAD

Hasta aquí hemos abordado la política inmediata. Pero no toda forma de política inmediata es populista. La hipótesis que proponemos en estas páginas sostiene que, por el contrario, existe una forma de política inmediata que es necesario distinguir del populismo: la proximidad. Para evitar el estiramiento conceptual en el uso de la noción de populismo debemos realizar una operación en dos tiempos. Primero, ascender en la escala de generalidad, recuperando el concepto de “política inmediata”, y luego volver a descender identificando dos subtipos clásicos de política inmediata: populismo y proximidad (Collier & Levitsky, 1998).

En la medida en que populismo y proximidad constituyen subtipos de la política inmediata habría un conjunto de rasgos que compartirían:

- El líder personal tiene más peso que las organizaciones y, por ejemplo, sorte a los partidos políticos en su relación con la ciudadanía.
- Existe un discurso *antiestablishment*, o antipolítica tradicional, que fomenta que los líderes se presenten como *outsiders*, como personas externas a la política y que no se verán contaminadas por ella.
- Se sortean también a los medios de comunicación establecidos como canales preferidos para los mensajes políticos —ya sea porque se denuncia el poder de los medios tradicionales como actores de la élite, ya sea porque se privilegia la comunicación sin intermediarios de las redes sociales y los medios digitales—. Los estudios han mostrado que los líderes populistas tienden a realizar cruzadas contra los medios de comunicación establecidos, ya que “Para el populismo, los medios de comunicación refuerzan el orden vigente, distorsionan la realidad e ignoran las voces populares” (Waisbord, 2019, p.225, traducción propia), de modo que las redes sociales parecen canales apropiados para una comunicación más “directa”: “Los medios sociales permiten eludir el papel de los periodistas como guardianes de la información” (De la Torre & Srisa-nga, 2021, p.166, traducción propia). Si bien los líderes de proximidad no entablan polémicas con los medios tradicionales, sí aprovechan el potencial de las redes para ofrecer la imagen de una comunicación inmediata e instantánea, salteándose el pasaje por los periodistas o comunicadores profesionales.
- Ambos son vínculos de representación personales y subjetivos, basados en la identificación entre el líder y los ciudadanos. Urbinati afirma que “El populismo apunta a una

identificación más genuina de los representados con los representantes que la que permite la elección” (Urbinati, 2014, p.136, traducción propia). Mantenemos aquí que esta caracterización también es válida para los vínculos representativos de proximidad. Se trate de populismo o de proximidad, en ambos casos se moviliza una identificación que va más allá de lo electoral, más profunda que un mero vínculo enmarcado en las instituciones.

- Los líderes alimentan esta identificación poniendo en escena su intimidad, narrando sus historias personales, movilizand o el afecto y las emociones. Populismo y proximidad comparten la figuración intimista y afectiva del poder.

No obstante, en la medida en que se trata de distintos subtipos de política inmediata, encontramos otro conjunto de elementos que los vienen a diferenciar, en particular el tipo de identificación que fomenta cada uno y, por lo tanto, el tipo de sujeto representado al que apela. En consonancia con lo que venimos diciendo, la identificación con un líder carismático es uno de los temas que los teóricos sobre el populismo abordan con frecuencia. Pero ¿hay una sola forma de identificación con un líder? ¿Significan lo mismo una expresión como la de Chávez “Yo soy un Pueblo”, o una expresión como “yo soy vos/usted”?

Es preciso recordar que la representación política moderna siempre implicó una combinación de dos principios opuestos: el de identidad y el de distinción; es decir, siempre supuso que los representantes eran semejantes a los representados y, al mismo tiempo, que eran distinguidos, que eran mejores, aun si esa distinción provenía del voto de sus conciudadanos y no de cualidades pre-políticas consideradas superiores (Manin 1998; Rosanvallon, 2008). Si bien ambos principios son inherentes a todo vínculo representativo, en los populismos el énfasis parece estar puesto en el principio de distinción, en tanto que podemos entender a la proximidad como un vínculo en el que predomina el principio de identidad. Populismo y proximidad constituyen así dos formas de representación directa y de política inmediata, pero el énfasis que ponen en la distinción o la semejanza produce dos formas distintas de identificación con el líder.

Identificación carismática

El vínculo representativo populista opera una identificación “carismática”. Se trata de una forma de identificación basada en la admiración hacia el líder como una persona extraordinaria, sobrenatural, sobrehumana, con aquellas cualidades que enumeraba Max Weber (2008) para definir al carisma. Esta identificación se produce de abajo hacia arriba, porque hay algo “admirable” que se pone de relieve en la imagen que se transmite del líder.

Se ha señalado en algunos trabajos que el carácter de persona extraordinaria o los atributos excepcionales del líder conviven con sus rasgos de persona común. Por ejemplo, Panizza ha sostenido: “Como figura política que pretende ser al mismo tiempo uno de los ciudadanos y su líder, el populista aparece como una persona común con atributos extraordinarios” (Panizza, 2005, 21, traducción de la autora). Para Casullo, en sus puestas en escena corporales, el líder populista combina lo ordinario con lo extraordinario y lo bajo con lo alto (Casullo, 2020). Urbinati (2019) ha advertido que el líder populista debe presentarse como un ciudadano común porque no se puede sospechar que sea parte de la élite, que ha adquirido los vicios del *establishment*, de modo que debe volverse un *insider* sin nunca parecerlo.

No obstante, en la identificación de tipo populista pareciera que siempre predomina, en definitiva, el aspecto excepcional y carismático que permite distinguir al líder de sus conciu-

dadanos. Como observan De la Torre y Srisa-nga (2021), los líderes carismáticos se vuelven arquetipos morales y deben “probar su carisma”, mostrarse como héroes, mártires o como personas capaces de hacer lo que nadie había podido antes; tienen “misiones”. Coincidimos con los autores en que el slogan “Evo soy yo” no puede significar simplemente que Evo Morales es uno de nosotros; es siempre sobre todo alguien excepcional, el primer boliviano indígena que logra llegar a ser presidente. Donald Trump es otro buen ejemplo de un líder populista que desde el comienzo de su campaña se refirió a su propia excepcionalidad y buscó mostrarse claramente como alguien superior a las personas comunes. Del mismo modo, el líder argentino Juan Domingo Perón podía presentarse como “un trabajador”, pero siempre era, al mismo tiempo y sobre todo, “el primer trabajador”. Los líderes populistas “Son extraordinarios porque, a pesar de ser personas comunes, luchan para llegar a poseer la capacidad de ‘mover montañas’, lo que hace que se destaquen entre la multitud” (De la Torre & Srisa-nga 2021, p.83, traducción propia). Es decir, el líder populista funciona como un objeto idealizado para los seguidores (Diehl, 2017).

La identificación populista tiene, por otra parte, una dimensión colectiva, ya que la admiración al líder redundaba en una identificación entre los ciudadanos mismos; es constructora de un Pueblo en el sentido en el que opera la investidura radical en el trabajo de Laclau (2005). Esta dimensión horizontal de la identificación carismática es también equivalente al proceso de identificación que describe Freud (2010) en *Psicología de las masas y análisis del yo*, por el cual la identificación con el padre/líder que ocupa el lugar de ideal del yo se traduce en una identificación entre los pares/hermanos creando una pertenencia colectiva (Annunziata, 2012).² Así como los análisis sobre el populismo le dan un lugar central al líder, también hacen de la apelación al Pueblo un elemento definitorio. Ya sea que se trate de un populismo de izquierda que reivindica un pueblo en construcción, abierto, que siempre puede adquirir más derechos, como de un populismo de derecha, reivindicando de manera nostálgica a un pueblo ubicado en el pasado cuya pureza se habría corrompido y sería necesario restituir (Casullo, 2019; De la Torre & Srisa-nga, 2021), cuando pensamos en el populismo siempre estamos hablando de sujetos colectivos.

La identificación carismática propia de la representación populista se materializa en discursos y performances en los que los líderes son los oradores frente un público colectivo y el público manifiesta —por medio de banderas, insignias, cantos— su pertenencia común a un colectivo. Muchas veces se produce un contacto físico, abrazos, besos, entre el líder y algunos de los participantes de la escena, y en el público se hace evidente la emoción que en ocasiones llega hasta las lágrimas. Al analizar las formas de la presencia de los políticos en el territorio, en otro lado hemos llamado a este tipo de performances “presencias taumáticas” (Annunziata, 2018). Tomamos prestada del trabajo de Marc Bloch (1983) sobre los “reyes taumáticos” esta idea del poder que se desplaza para tocar y sanar a los enfermos, porque el líder populista parece poder transmitir una suerte de bendición. Las presencias taumáticas no se guían por ningún protocolo, crean la imagen de una informalidad y de una espontaneidad propia del contacto directo. El líder visita una localidad, las personas lo reciben con aplausos cuando pasa, decide acercarse a alguien, darle la mano, tocarle el hombro o abrazarlo. Se observa un estilo cuasi-religioso en estos desplazamientos por

2. Si bien Diehl (2017) advierte también este doble proceso de identificación —que llama político y personal— y lo asocia a la conceptualización freudiana, creemos que, sin embargo, el populismo no opera una representación espejo como sostiene la autora, sino una representación instituyente que sigue más bien el modelo del *trustee* o el schumpeteriano.

el territorio puesto que el carisma del líder se coloca en el centro de la escena. Las presencias taumatúrgicas ofrecen la imagen de una multitud aclamante, que aplaude y recibe al líder envolviéndolo en el calor popular. El líder, por su parte, ofrece su presencia como un don de sí y puede acompañarla con un discurso que emociona a la audiencia. De la Torre y Srisa-nga (2021) advierten, en efecto, que los actos masivos son los espacios en los que el carisma del líder es reconocido mediante la repetición de una serie de rituales. En ellos se recrea también el amor, que conecta al líder con los seguidores. Como sostiene Casullo (2019), el populismo pone en juego el afecto, pero es siempre un afecto “público”.

Identificación anticarismática

Si pensamos ahora en los vínculos representativos de proximidad vemos que la identificación que movilizan es de otro tipo; podemos llamarla “identificación anticarismática”. En este caso la identificación opera en un sentido inverso, de arriba hacia abajo, yendo del líder a la persona común. El líder pone de relieve sus propios atributos de persona común, aquello que tiene de ordinario, natural, humano, es decir: las cualidades contrarias a las que para Weber definían al carisma. El líder busca mostrarse como una persona común en el sentido de que es capaz de compartir las vivencias de los ciudadanos, de escuchar sus inquietudes, sus anhelos, sus obstáculos, de prestar atención a la particularidad de sus vidas. No pretende entonces presentarse como heroico, salvador, como un ser extraordinario, cuyos atributos únicos y especiales lo ubicarían en el lugar de gobernante o dirigente, sino que, al contrario, aspira a ser dirigente en virtud de su semejanza con los ciudadanos comunes y su capacidad para no diferenciarse.

Como decíamos, la dirección de la identificación es inversa: es el líder el que se parece a cada uno de nosotros y se parece en lo que tenemos de particular. Así, cada ciudadano se identifica a su manera según el atributo de “persona común” por el que se siente interpelado: el político es como yo porque hace las compras en el supermercado, es como yo porque lo que más valora en la vida son sus hijos, es como yo porque sufrió y tuvo que sobreponerse, es como yo porque nunca le interesó la política o porque es fan de una serie de Netflix.

Mientras que la identificación carismática produce un Pueblo, la anticarismática no tiene un correlato colectivo, funciona como un vínculo uno-a-uno, tiene una dinámica singularizante, justamente porque cada quien se identifica a su manera. Si en el populismo la identificación es siempre colectiva y pública, en la representación de proximidad es con cada individuo por separado, y por lo tanto, corresponde más al ámbito de lo privado y de lo íntimo.

La lógica de este tipo de identificación supone enfatizar la capacidad de comprensión y de empatía frente a las realidades cotidianas de las personas, la capacidad de escuchar y de sentir lo mismo aun sin hablar. Así, este vínculo representativo se materializa en performances muy diferentes a los rituales masivos populistas y sus presencias taumatúrgicas. La identificación anticarismática se pone en escena mediante lo que hemos denominado “presencias de escucha” y “de empatía” (Annunziata, 2018). En este tipo de recorridos o desplazamientos al territorio, los políticos pueden visitar un barrio mezclándose con la gente común sin ser recibidos por vivas y aplausos y mostrándose como uno más de entre ellos. Golpean algunas puertas, tocan algunos timbres, conversan con alguien en la calle, se organizan actividades en las que participan a la par que los ciudadanos. También puede suceder que los políticos entren a la casa de los vecinos, compartan con ellos un momento, un desayuno, una comida y aprovechen para escuchar en lugar de hablar o dar un discurso. La “escucha” predomina

sobre la enunciación del líder; la palabra está de lado de los ciudadanos. Las presencias de “empatía” van todavía más allá y pueden ser completamente mudas: se trata de las visitas que hacen los líderes para acompañar a alguna persona que ha pasado por una tragedia o que ha sufrido una desgracia personal; la performance en estos casos busca mostrar que el líder es capaz de compartir los sentimientos de la persona que visita, incluso porque él o ella también han sufrido y tenido que superar obstáculos similares en su vida.

Las performances que corresponden a la identificación anticarismática —timbresos, llamados telefónicos personalizados, visitas a las casas— son, en definitiva, escenas en las que son las personas comunes y no los líderes los que tienen algo que decir. Las personas comunes no son las que se movilizan para ir a ver y oír a su líder, sino al contrario; tampoco se ponen en evidencia signos de una pertenencia colectiva como banderas, insignias o cantos. Ciertamente, esta forma de la presencia de los políticos —hombres o mujeres— tiene también un aspecto afectivo; pretende ser una muestra de interés, de preocupación, de empatía con los padecimientos de las personas comunes (Le Bart, 2005) y se manifiesta en gestos de contacto físico. No obstante, el afecto que se pone en juego en la identificación que promueven los vínculos de proximidad es un afecto privado y no público.

Ahora podemos conceptualizar a la representación de proximidad, precisamente, como una forma singularizante de la política inmediata. Mientras que el populismo busca politizar a un sujeto colectivo, el Pueblo, la política de la proximidad establece una relación uno-a-uno entre el líder y los ciudadanos. Se trata de una suerte de “populismo sin Pueblo”.

DIMENSIONES DEL POPULISMO Y LA PROXIMIDAD

Ahora que hemos distinguido populismo y proximidad por su forma de identificación característica es posible profundizar en la forma en la cual cada tipo de vínculo representativo —dentro de la política inmediata— tiende a construir una imagen del poder; la voluntad política; el conocimiento sobre la realidad y su Otro o enemigo.

Figuración

En primer lugar, debemos advertir que la figuración, es decir, el modo en que el poder transmite una imagen de sí mismo, en el populismo y en la proximidad tiene mucho en común, en la medida en que serían ambas formas de política inmediata en las cuales la relación subjetiva con un líder personal se vuelve central. La identificación —sea carismática o anticarismática— siempre requiere cierto grado de intimismo en la figuración del poder. Esto significa que líderes populistas o de proximidad mostrarán aspectos de su vida privada, pondrán en escena su intimidad y narrarán fragmentos de sus historias personales. Del mismo modo, ambos traerán con frecuencia a su discurso fragmentos de las historias de vida de personas comunes. La política inmediata también tiene como rasgo central una mediatización intensificada. La posibilidad de la figuración intimista del poder que ya había sido señalada en la era de la televisión (Verón, 2001) se ve enormemente incrementada por los medios digitales contemporáneos, sobre todo por las redes sociales, que desde su emergencia han sido entendidas como productoras de una espectacularización de la intimidad (Sibila, 2008). Tanto líderes populistas como líderes de popularidad hacen un uso intensivo de las redes sociales, canal por excelencia de la política inmediata, que permite sortear la mediación de los medios tradicionales, privados, establecidos, saltar el papel de los periodistas y poner en escena

una ilusión de comunicación directa, en la que los seguidores son los primeros en enterarse de las novedades, las decisiones políticas y las opiniones de los líderes.

Sin embargo, en los tres aspectos de la figuración intimista podemos encontrar matices cuando distinguimos populismo y proximidad. El líder de proximidad suele mostrar su vida personal, sus sentimientos, sus “secretos”, sus gustos personales y aspectos de su intimidad más cotidiana, como su propia casa. Cuando narra su historia enfatiza su ajenidad a la política y el modo en que su participación en actividades políticas no lo ha transformado en una persona diferente a la que era. Cuando hace intervenir la voz de personas comunes en su discurso suele mostrar también la historia y la intimidad más cotidiana de estas personas —su cocina, su patio, sus hijos, sus sueños o preocupaciones—. Cuando usa las redes sociales el líder de proximidad aprovecha para mostrar innumerables escenas de contacto uno-a-uno e historias singulares de personas comunes con las que se ha encontrado o que les han hecho llegar un mensaje —Facebook e Instagram se prestan mejor a ese uso y tienden a ser las redes privilegiadas—. En cambio, el líder populista habla de sí mismo y de su propia historia, pero acompañando estos relatos con un conjunto de signos de la distancia o la ejemplaridad: su historia personal es épica, su intimidad mostrada no es cotidiana, su vida se cruza con grandes hitos de la historia. Mientras que para el líder de proximidad las actividades políticas son otras tantas actividades de la vida privada, para el líder populista las actividades políticas dan sentido a la biografía. Los líderes populistas incluyen con menor frecuencia las historias de vida de personas comunes en su discurso, y, cuando lo hacen, seleccionan a estas personas como ilustraciones de políticas públicas o del rumbo político que quieren darle al Pueblo, se trata de historias “representativas” y siempre también algo ejemplares. El líder populista utiliza las redes sociales mayormente como foros de enunciación permanente y de creación de polémicas públicas —X, antes Twitter, parece ser la red social más afín.

El caso del liderazgo que inspira estas reflexiones, el de Mauricio Macri, presentó una figuración intimista, mostrando muchas escenas de su vida privada y familiar, en las que participaba especialmente su hija Antonia (Annunziata, 2018), y por esta razón fue interpretado en algunos análisis como una nueva forma de populismo. No obstante, cuando nos detenemos más en la figuración vemos que apeló generalmente a una identificación anticarismática, se presentó como una persona común, sin rasgos extraordinarios de estadista y sin una misión que encarnar. Un elemento que se volvió característico de su estilo desde que fuera jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires hasta su campaña para la presidencia e incluso, desde 2015, de su gestión presidencial, fueron los timbrees y las visitas a las casas de vecinos comunes de distintos lugares del país. Se trataba de escenas de contacto “uno-a-uno”, generalmente en la puerta de la casa o en espacios más íntimos como la cocina o la sala, que luego se transformaban en videos, spots y publicaciones para las redes sociales (Annunziata, 2018). Como describía Fernández al analizar las “escenas de representación” características de la presidencia de Macri: “Esos representados, en el caso de Macri, no son multitudes reunidas; no son masas de militantes movilizados. Por el contrario, las escenas de representación de Macri son del orden del encuentro privado hecho público; sus encuentros horizontales (por ejemplo, en un living familiar donde el primer mandatario comparte un mate con los anfitriones) con ciudadanos comunes acentúan un construcción de lo social que pone el énfasis en las historias individuales” (Fernández, 2019, pp. 92–93). Casi hasta el final de su presidencia Macri no alentó movilizaciones masivas y públicas.

Voluntad

Además de un modo de poner en escena el poder, la representación implica un modo de construir una voluntad política, ya sea que se busque reflejar o crear la voluntad de aquello que es representado, se supone que lo que se representa es un querer (lo que el Pueblo, la gente, la sociedad, la ciudadanía, quiere). En el caso de los vínculos populistas la voluntad política aparece como construida por el representante o el líder, aquello que es representado no existe antes que el proceso mismo de la representación. Esto conduce a una visión delegativa (O'Donnell, 2011) de la representación —en el extremo una visión hobbesiana de representación absoluta— porque el líder sabe mejor que el Pueblo cuál es su voluntad y por lo tanto merece una suerte de “cheque en blanco”. La voluntad es delegada completamente. Son los representantes que suelen aparecer como salvadores, grandes estadistas o pilotos de tormenta. Los líderes saben mejor que el Pueblo lo que es bueno para el Pueblo, por eso se presentan como instituyentes. En los vínculos de proximidad, en cambio, la voluntad que hay que representar se corresponde con “los problemas de la gente”. En lugar de ser los líderes los que construyen la voluntad, son los ciudadanos los que tienen una voluntad auténtica para transmitir frente a los intereses espurios de los políticos. Los “problemas de la gente” son las inquietudes de cada uno de los ciudadanos vistas en su singularidad y legitimadas por esta misma singularidad. Frente al político que habla, que en sus discursos nombra al Pueblo y a su voluntad, se trata en este caso del político que escucha los genuinos problemas, obstáculos y anhelos de las personas comunes.

Populismo y proximidad constituyen formas del vínculo representativo que apelan a alguna forma de participación directa a la hora de construir la voluntad política. La política inmediata apunta precisamente al contacto y a la comunicación sin intermediarios entre los líderes y la ciudadanía. No obstante, también aquí se producen matices significativos, en la medida en que cada subtipo de política inmediata construye la voluntad política por un camino distinto. En los casos de vínculo populista existe una participación como movilización del Pueblo, que toma la forma del recurso frecuente a los referendos o de las manifestaciones callejeras de apoyo a las decisiones tomadas por el líder. Se trata más bien de la adhesión festiva (Rosanvallon, 2020) a una oferta que viene que desde arriba más que de una democracia participativa (Urbiniati, 2019). En el populismo encontramos las demostraciones masivas propias de los vínculos plebiscitarios (Barr, 2009). En el vínculo de proximidad la participación toma la forma de la escucha en el marco de reuniones de vecinos con funcionarios o foros locales en los que se presentan reclamos, inquietudes ligadas a la forma de experimentar el territorio cotidianamente, etc. Por supuesto que se trata de una escucha estructurada y “desde arriba”: los políticos deciden qué quieren escuchar y qué no, escuchan aquello para lo cual abrieron ellos mismos el canal y que pueden de manera general mantener controlado dentro de los límites del “diálogo” no conflictivo. La forma de participación característica de la proximidad son los espacios institucionales, creados y propuestos por los gobiernos, para que las personas comunes planteen sus preocupaciones o propuestas de modo individual. Las denominadas “instituciones participativas” tuvieron su auge a comienzos del siglo XXI en la región latinoamericana, como el presupuesto participativo, los consejos barriales, la planificación estratégica participativa, etc., constituyen mecanismos de participación concebidos para institucionalizar una escucha a la que convocan los políticos (Annunziata, 2013). También se han desplegado más recientemente las plataformas digitales para

la participación o los “llamados a la acción” (*call to action*) por las redes sociales con los que se invita a que los seguidores compartan alguna idea, fotografía, video o dibujo. En todo caso, la principal diferencia entre las invitaciones a participar del populismo y de la proximidad radica en que las primeras se dirigen al Pueblo, desde una perspectiva siempre colectiva y se orientan a “defender” o “afirmar” las acciones del líder, mientras que las segundas se dirigen a los ciudadanos individuales y se orientan a mostrar una escucha de la singularidad de las experiencias, más allá de que esta escucha luego tenga o no tenga incidencia en los procesos decisionales.

Un rasgo típico de la forma de comunicación que favoreció Macri fue la inclusión de “historias de vida” de personas comunes. La palabra estuvo siempre menos del lado del candidato o del presidente que de los ciudadanos, demostrando también que son las personas comunes las que tienen algo importante que decir. Incluso muchas obras públicas se presentaban a través de microvideos publicados en las redes sociales que mostraban la experiencia de tal o cual persona con el arreglo de un puente o la mejora de un corredor de transporte público. Macri y su espacio político también promovieron distintas instancias “participativas”, tanto presenciales como digitales, a las que invitaban a vecinos a transmitir sus ideas y preocupaciones, siempre de modo individual.

Conocimiento

Por otra parte, la representación es un modo de conocer, de describir, de interpretar la realidad sobre la que opera la voluntad. Toda representación es una interpretación del escenario en el que el representante representa a lo representado, una racionalización de la diversidad y multiplicidad de lo social, una clave de lectura o una narrativa. En el populismo se supone que los representantes son los mejores conocedores de la realidad, vienen a explicarle al Pueblo las razones de sus penurias y el modo de salir de ellas. El líder populista tiene un conocimiento que no sería accesible a cualquiera. Construye narraciones, relatos y mitos que le dan sentido a sus acciones y gestas. Para Casullo (2019) el populismo es precisamente un discurso mítico en el que un héroe colectivo (el Pueblo) ha sido dañado por un villano (la élite) y es ayudado por una figura providencial (un líder redentor). En el populismo la representación política tiene una función explicativa y pedagógica, ya que el líder es capaz de enseñar al Pueblo el modo de entender la sociedad y las relaciones sociales. En los vínculos de proximidad, por el contrario, se valorizan los conocimientos de las personas comunes que aparecen como verdaderas expertas en su barrio, en su realidad cotidiana, como quienes mejor conocen los problemas que enfrentan a diario en el territorio —en oposición a los políticos que se quedan detrás del escritorio, en oposición a todo tipo de abstracciones y de relatos—. Según la perspectiva de la proximidad, el que más vale es el “saber de la experiencia” (Fromentin & Wojcik, 2008; Annunziata, 2012). En el extremo el saber de la experiencia es siempre un saber de víctima: nadie conoce mejor un área problemática que aquel que lo ha sufrido. La mejor manera de conocer es, pues, de cerca, experimentando en carne propia, viendo en vivo y en directo, “palpando” lo que ocurre. Para los líderes políticos esto significa: caminando, recorriendo, visitando, escuchando o incluso habiendo atravesado experiencias similares, como accidentes o pérdidas.

En el caso de Macri y sus visitas o timbreos, su presencia en los espacios propios de la cotidianidad de los ciudadanos vehiculizaron tanto la forma de construcción de la voluntad orientada a la escucha de la singularidad de las vivencias como la construcción del conoci-

miento de la realidad a partir del “saber de la experiencia” palpable en el territorio y accesible por la identificación con quienes sufren directamente los problemas.

El Otro

Finalmente, una dimensión ineludible a la hora de analizar el populismo es el modo de construcción del Otro o enemigo. Laclau (2005) considera inseparables el momento de la articulación populista y el momento del antagonismo, y todos los estudios sobre populismo subrayan su tendencia a la división, la polarización y la creación de enemigos morales que no se consideran legítimos adversarios en el plano de las instituciones democráticas (Rosanvallon, 2020; De la Torre y Srisa-nga, 2021). A veces el enemigo es identificado con el *establishment* (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2017; Urbinati, 2019), con el poder o con la oligarquía (Laclau, 2005). Como sostiene De la Torre:

Diferentes construcciones ideológicas del pueblo llenan el contenido del populismo. Los populistas de derecha utilizan categorías étnicas y culturales apelando a emociones de miedo y contaminación. Los populistas de izquierda se basan en criterios socioeconómicos y emociones de resentimiento. Independientemente de que sean de derecha o de izquierda, los populistas ven la política como la lucha entre dos bandos antagónicos (De la Torre, 2022, p.9, traducción propia).

Para Casullo (2019) el populismo incluso se da en un grado mayor cuando el enemigo pasa de nombrarse en términos impersonales (como el FMI) a tener nombre y apellido (como Mr. Danger).

En el caso de la proximidad los líderes suelen apelar a un espíritu consensualista, con referencias a la escucha y al diálogo, incluso para evitar el conflicto. En principio, pareciera que la pura escucha de la singularidad no requiere del antagonismo y que, así como no se construye un Pueblo tampoco se construye su enemigo. Sin embargo, si profundizamos el razonamiento de la identificación anticarismática vemos que sí es posible encontrar al Otro en el vínculo de proximidad; el Otro es, precisamente, lo colectivo, los actores organizados que ponen en cuestión las relaciones puramente individuales y singulares. Los actores colectivos —como los partidos y especialmente los sindicatos o las organizaciones populares— son vistos muchas veces como corporativos, como grupos que defienden sus propios intereses y entorpecen el diálogo de los dirigentes con las personas comunes.

Para retomar el ejemplo con el que venimos ilustrando el argumento, el Otro de Mauricio Macri siempre fue identificado con los actores colectivos, sindicatos y movimientos sociales o movimientos piqueteros, que con sus reclamos colectivos impedían el ejercicio de derechos individuales, y fueron catalogados como “mafias”.

CONCLUSIÓN

En estas páginas hemos propuesto pensar los vínculos representativos de proximidad para sortear lo que entendemos como un frecuente estiramiento conceptual con el uso del término “populismo”. Muchos de los fenómenos actuales que se asumen como populistas con mayor o menor certeza serían en realidad otras manifestaciones de la política inmediata. La

TABLA 5.1 COINCIDENCIAS Y DIFERENCIAS ENTRE POPULISMO Y PROXIMIDAD

Coincidencias	Política inmediata	
		Rechazo a los partidos establecidos Discurso antiestablishment Rechazo a los medios establecidos Identificación con líderes personales Figuración intimista y afectiva
Diferencias		
	Populismo	Proximidad
Tipo de identificación	Carismática	Anticarismática
Sujeto representado	Colectivo (Pueblo)	Singular (Individuos)
Performances/figuración	Actos masivos, líder como gran orador, signos de pertenencias colectivas	Contactos uno-a-uno, espacios privados, el líder escucha
Construcción de la voluntad	El líder encarna la “voluntad del pueblo”/participación como movilización colectiva	Se orienta a “los problemas de la gente”/participación como escucha de lo singular
Construcción del conocimiento	Propone mitos/relatos	Se orienta al “saber de la experiencia”
Construcción del enemigo	El poder/la élite	Los actores colectivos

tabla 5.1 sintetiza los rasgos comunes —pertenecientes a la política inmediata— y diferentes —pertenecientes a cada subtipo— entre populismo y proximidad.

Esta propuesta deja abiertos nuevos interrogantes. Por un lado, es necesario evaluar cuán factible resulta hacer de la proximidad un atributo de los gobiernos o un modo de gobernar, es decir, con manifestaciones institucionales, y no simplemente un tipo de discurso o de retórica de los líderes. Este es un desafío compartido por los estudios sobre populismo, porque lo cierto es que no parece haber consenso dentro de estos últimos sobre qué es lo que hacen los gobiernos populistas cuando dejamos de lado aquellas prácticas que tensionan a la propia democracia —como las reformas constitucionales para alcanzar la irreversibilidad de los gobiernos—. Creemos que una perspectiva que cruce los diferentes enfoques con los que se aborda al populismo (De la Torre, 2022), ideacionales, estratégicos, discursivos y performativos, es también la más adecuada para analizar las experiencias que proponemos catalogar como “de proximidad”. Esto exige atender a los discursos, al estilo de comunicación y de presentación de sí de los líderes, tanto como a su relación con organizaciones —partidos, sindicatos, medios de comunicación— y a su forma de construcción de políticas públicas y de toma de decisiones —abierta, cerrada, apelando a la participación ciudadana y de qué tipo.

Lo cierto es que la tarea más importante por delante es la validación de la categoría de vínculos representativos de proximidad con casos empíricos de distintos contextos. Si los estudios sobre populismo han demostrado la pertinencia de distinguir entre populismos de izquierda y de derecha (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013; Muffe, 2018; Casullo, 2019; De la Torre & Srisa-nga, 2021), ¿es efectiva esta diferenciación para los vínculos de proximidad? ¿Podremos entender también a los liderazgos de proximidad como un fenómeno global del presente de las democracias como ha entendido la comunidad científica que sería el populismo? Si asumimos que la política inmediata es un rasgo saliente de nuestra época y que no todas las formas de política inmediata son populistas, entonces debemos tener la expectativa

de encontrar muchos y variados ejemplos de liderazgos de proximidad. Pero no todos tendrán la misma intensidad, como también sucede con el populismo. La identificación y análisis de otras experiencias que puedan parecerse a la de Mauricio Macri en Argentina contribuirá a profundizar el estudio de los liderazgos democráticos contemporáneos y a echar luz sobre los bordes del concepto de populismo.

REFERENCIAS

- Aboy Carlés, G. (2014). El nuevo debate sobre el populismo y sus raíces en la transición democrática: el caso argentino. *Colombia Internacional* (82), 23–50. <https://doi.org/10.7440/colombiaint82.2014.02>
- Annunziata, R. (2012). *La légitimité de proximité et ses institutions. Les dispositifs participatifs dans les municipalités de Morón, Rosario et Ciudad de Buenos Aires* [Tesis de doctorado en Estudios Políticos]. École des Hautes Études en Sciences Sociales.
- Annunziata, R. (2013). Una propuesta de clasificación de los dispositivos participativos en Argentina. *PostData. Revista de Reflexión y Análisis Político*, 18(3), 247–280.
- Annunziata, R. (2018). “Si viene, yo lo voto”: la proximidad en timbreos y visitas de Mauricio Macri durante la campaña electoral y su primer año de gobierno (2015–2016). *Austral Comunicación*, 7(1), 57–90.
- Annunziata, R. (2021). El populismo como democracia límite. Entrevista a Pierre Rosanvallon. *Andamios. Revista de investigación social*, 18(46), 259–281. <https://doi.org/10.29092/uacm.v18i46.845>
- Barr, R. (2009). Populists, Outsiders and Anti-Establishment Politics. *Party Politics*, 15(1), 29–48. <https://doi.org/10.1177/1354068808097890>
- Becerra, M. (2016, 28 de septiembre). Populismo gentista 2.0. *Letra P*. <https://www.letrap.com.ar/nota/2016-9-28-populismo-gentista-2-0>
- Bloch, M. (1983). *Les rois thaumaturgiques*. Gallimard, bibliothèque des histoires.
- Casullo, M. E. (2012). Mauricio Macri, ¿liberal o populista? En M. C. Cravino, G. Vommaro, A. Grimson, R. Fernández Wagner & otros (Eds.), *Racismo, violencia y política* (pp. 43–60). Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Casullo, M. E. (2019). *Por qué funciona el populismo*. Siglo XXI.
- Casullo, M. E. (2020). The Body Speaks Before It Even Talks: Deliberation, Populism and Bodily Representation. *Journal of Deliberative Democracy*, 16(1), 27–36. <https://doi.org/10.16997/jdd.380>
- Collier, D. y Levitsky, S. (1998). Democracia con adjetivos. Innovación conceptual en la investigación comparativa. *AgorA* (8), 99–122.
- De la Torre, C. (2016). Populism and the politics of the extraordinary in Latin America. *Journal of Political Ideologies*, 21(2), 121–139. <https://doi.org/10.1080/13569317.2016.1150137>
- De la Torre, C. (2019). *Routledge Handbook of Global Populism*. Routledge.
- De la Torre, C. (2022). The Complex Constructions of the People and the Leader in Populism. *Polity*, 54(3). <https://doi.org/10.1086/719920>
- De la Torre, C. & Srisa-nga, T. (2021): *Global populisms*. Routledge.
- Diehl, P. (2017). The Body in Populism. En R. Heinisch, C. Holtz-Bacha & O. Mazzoleni (Eds.), *Political Populism: A Handbook* (pp. 361–372). Nomos Verlagsgesellschaft.
- Fernández, M. (2019). Contacto e invocación figuras del liderazgo y escenas de representación política presidencial en la Argentina del siglo XXI. En P. C. Castro (Org.), *Midiatização*

- e reconfigurações da democracia representativa* (pp. 76–100). Editora da Universidade Estadual da Paraíba.
- Freidenberg, F. & Casullo, M. E. (2018). Con líder y con programa: Partidos populistas y partidos programáticos en América Latina. *Revista Latinoamericana de Política Comparada*, 14, 91–112.
- Freud, S. (2010) [1921]: *Psychologie des masses et analyse du moi*. Presses Universitaires de France.
- Fromentin, T. y Wojcik, S. (2008). *Le profane en politique. Compétences et engagements du citoyen*. L'Harmattan.
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica.
- Le Bart, Ch. (2005). Métier politique et ubiquité : l'art d'être là. En R. Lefebvre & Cr. Le Bart (Dir.), *La proximité en politique. Usages, rhétoriques, pratiques* (pp. 145–166). Presses Universitaires de Rennes.
- Luna, J. P., Rodríguez, R. P., Rosenblatt, F. & Vommaro G. (2021). Political parties, diminished subtypes, and democracy. *Party Politics*, 27(2), 294–307. <https://doi.org/10.1177/1354068820923723>
- Lupu, N. (2016). La dilución de marca y el colapso de los partidos en América Latina. En E. F. Tuesta Soldevilla (Ed.), *Partidos políticos y elecciones. Representación política en América Latina* (pp. 33–72). JNE–PUCP–PNUD.
- Mair, P. (2005). *Democracy beyond parties. Paper du Center for the Study of Democracy*. University of California.
- Mair, P. (2008). The Challenge to Party Government. *West European Politics*, 31(1–2), 211–234.
- Manin, B. (1998). *Los principios del gobierno representativo*. Alianza.
- Mansbridge, J. (2003). Rethinking Representation. *American Political Science Review*, 97(4), 515–528.
- Moffit, B. (2016). *The Global Rise of Populism. Performance, Political Style, and Representation*. Stanford University Press.
- Mouffe, C. (2018). *For a Left Populism*. Verso.
- Mudde, C. (2017). Populism: An Ideational Approach. En C. Rovira Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa Espejo & P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism*. Oxford University Press.
- Mudde, C. & Rovira Kaltwasser, C. (2013). Exclusionary vs. Inclusionary Populism. Comparing Contemporary Europe and Latin America. *Government and Opposition*, 48(2), 147–174.
- Mudde, C. & Rovira Kaltwasser, C. (2017). *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford University Press.
- Novaro, M. (1994). *Pilotos de tormentas. Crisis de representación y personalización de la política en Argentina (1989–1993)*. Ediciones Letra Buena.
- O'Donnell, G. (2011). Nuevas reflexiones acerca de la democracia delegativa. En G. O'Donnell, H. Quiroga & O. Iazzetta (Eds.), *Democracia delegativa*. Prometeo.
- Ostiguy, P. (2017). Populism: A Socio–Cultural Approach. En C. Rovira Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa Espejo & P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism* (pp. 73–98). Oxford University Press.
- Ostiguy, P., Panizza, F. & Moffitt, B. (2021). *Populism in Global Perspective: A Performative and Discursive Approach*. Routledge.
- Panizza, F. (2005). *Populism and the mirror of democracy*. Verso.

- Peruzzotti, E. (2008). La democracia representativa como política mediada: repensando los vínculos entre representación y participación. *Debates en Sociología* (33), 9–30.
- Peruzzotti, E. (2017). El populismo como ejercicio de poder gubernamental y la amenaza de hibridación de la democracia liberal. *Revista SAAP*, 11(2), 213–225.
- Roberts, K. (2017). Populism and political parties. En C. Rovira Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa Espejo & P. Ostiguy (2017), *The Oxford Handbook of Populism* (pp. 287–304). Oxford University Press.
- Rosanvallon, P. (2002) [1998]. *Le peuple introuvable. Histoire de la représentation démocratique en France*. Folio histoire/Gallimard/Saint-Armand.
- Rosanvallon, P. (2006). *La contre-démocratie. La politique à l'âge de la défiance*. Seuil.
- Rosanvallon, P. (2008). *La légitimité démocratique. Impartialité, réflexivité, proximité*. Seuil.
- Rosanvallon, P. (2015). *Le bon gouvernement*. Seuil.
- Rosanvallon, P. (2020). *Le siècle du populisme. Histoire, théorie, critique*. Seuil.
- Rovira Kaltwasser, C. & Taggart, P. (2016). Dealing with populists in government: a framework for analysis. *Democratization*, 23(2), 201–220. <https://doi.org/10.1080/13510347.2015.1058785>
- Rovira Kaltwasser, C., Taggart, P., Ochoa Espejo, P. & Ostiguy, P. (2017). *The Oxford Handbook of Populism*. Oxford University Press.
- Schumpeter, J. (1983) [1942]. *Capitalismo, socialismo y democracia*. Orbis/Hyspamerica.
- Sibila, P. (2008). *La intimidación como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.
- Slimovich, A. (2017). La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales. *Dixit* (26), 24–43. <https://doi.org/10.22235/d.voi26.1321>
- Urbinati, N. (2014). *Democracy Disfigured. Opinion, Truth, and the People*. Harvard University Press.
- Urbinati, N. (2015). A Revolt against Intermediary Bodies. *Constellations*, 22(4): 477–486.
- Urbinati, N. (2017). *La democracia representativa. Principios y genealogía*. Prometeo.
- Urbinati, N. (2019). *Me the People. How Populism Transforms Democracy*. Harvard University Press.
- Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Editorial Norma.
- Vommaro, G. (2017). Los partidos y sus mundos sociales de pertenencia: repertorios de acción, moralidad y jerarquías culturales en la vida política. En G. Vommaro & M. Gené (Comps.), *La vida social del mundo político: investigaciones recientes en sociología política* (pp. 35–62). Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Waisbord, S. (2019). Populism as media and communication phenomenon. En C. de la Torre (Ed.), *Routledge Handbook of Global Populism*. Routledge.
- Weber, M. (2008) [1922]. *Economía y sociedad. Esbozo de Sociología comprensiva*. Fondo de Cultura Económica.
- Weyland, K. (2001). Clarifying a Contested Concept: Populism in the Study of Latin American Politics. *Comparative Politics*, 34(1), 1–22. <https://doi.org/10.2307/422412>
- Weyland, K. (2017). Populism: A Political-Strategic Approach. En C. Rovira Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa Espejo & P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism* (pp. 48–72). Oxford University Press.