

En Carlos Mazzola, Fernando Rodrigues Luiz, *Personalismo en las Instituciones Publicas*. San Luis (Argentina): NEU.

Política Local: Entre lideres personalistas y tecnocráticos.

Quiroga, Sergio Ricardo.

Cita:

Quiroga, Sergio Ricardo (2022). *Política Local: Entre lideres personalistas y tecnocráticos*. En Carlos Mazzola, Fernando Rodrigues Luiz *Personalismo en las Instituciones Publicas*. San Luis (Argentina): NEU.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/sergio.ricardo.quiroga/225>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pgPS/2xn>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. *Acta Académica* fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

El personalismo en las Instituciones Públicas / Carlos Francisco Mazzola... [et al.]; compilación de Carlos Francisco Mazzola; Fernando Rodríguez Luiz. - 1a ed. - San Luis: Nueva Editorial Universitaria - U.N.S.L., 2022. Libro digital, PDF



Política Local: Entre líderes personalistas y tecnocráticos (Pags. 211-229).

Sergio Ricardo Quiroga

Institución: ICAES

Email: sergioricardoquiroga@gmail.com

Resumen

Este trabajo ensaya la idea del personalismo como una práctica cultural emergente de la cultura política local dominante. Se busca reconocer la presencia de pequeñas irrupciones en materia de prácticas políticas, que se han sucedido en los últimos cinco años (2016-2021) en la provincia de San Luis, Argentina, caracterizadas por el personalismo político como concepción, acción política y como fenómeno comunicacional.

Advertimos un cambio en la cultura política de los líderes en el contexto de la democracia local, ya que frente a un político que podemos caracterizar como carismático y personalista (Alberto Rodríguez Saá) que prescinde del partido político, emerge una figura anti-carismática y tecnocrática (Claudio Poggi) que se deja aconsejar por expertos. El personalismo se opone a los vínculos partidarios colectivos y mediados. Este cambio podría confirmarse desde las prácticas políticas de los actores influyentes y sería el pasaje, de un liderazgo personalista a uno tecnocrático.

El liderazgo personalista, el ejercicio de la autoridad conferida a individuos influyentes en función de los atributos personales, en lugar del rol organizacional, es un fenómeno político que no está limitado por el tiempo o el espacio. El tema del liderazgo personalista está presente en los análisis políticos, a pesar de que existe una falta de consenso académico sobre los elementos centrales del propio concepto.

Palabras claves: personalismo, líderes, prácticas políticas.

Abstract

This work essay the idea of personalism as an emerging cultural practice of dominant local political culture. It seeks to recognize the presence of small irruptions in terms of political practices, which have happened in the last five years (2016-2021) in the province of San Luis, Argentina, characterized by political personnel as a conception, political action and as a phenomenon Communication

We warn a change in the political culture of leaders in the context of local democracy, as in the face of a politician who can characterize as a charismatic and personalist (Alberto Rodríguez SAA) that dispenses with the political party, emerges an anti-charismatic and technocratic figure emerges (Claudio Poggi) Let it be advised by experts. Personalism is opposed to collective and mid-party links. This change could be confirmed from the political practices of influential actors and would be the passage, from a personalist leadership to a technocratic one.

The personalist leadership, the exercise of the authority conferred on influential individuals based on personal attributes, instead of the organizational role, is a political phenomenon that is not limited by time or space. The topic of personalist leadership is present in political analyzes, although there is a lack of academic consensus on the central elements of the concept itself.

Keywords: Personalism, Leaders, Political Practices.

Introducción

Este trabajo ensaya la idea del personalismo como una práctica cultural emergente de la cultura política dominante. El liderazgo personalista, el ejercicio de la autoridad conferida a individuos influyentes en función de los atributos personales, en lugar del rol organizacional, es un fenómeno político que no está limitado por el tiempo o el espacio. El tema del liderazgo personalista está presente en los análisis políticos, a pesar de que existe una falta de consenso académico sobre los elementos centrales del propio concepto.

El personalismo es un estilo específico de comunicación política. El personalismo podría concebirse como un estilo político que muestra esencialmente la proximidad de las personas (el partido político esta ausente), mientras que al mismo tiempo adopta una postura antisistema y enfatiza la homogeneidad (ideal) de las personas al excluir segmentos específicos de la población. En segundo lugar, se señala que definir el personalismo como un estilo permite convertirlo en un concepto útil que con demasiada frecuencia ha permanecido vago y borroso.

El personalismo político es un fenómeno comunicativo. Es una ideología articulada discursivamente por actores políticos y actores de los medios que une dos disciplinas como la ciencia política y la ciencia de la comunicación. Desde un punto de vista distinto de la comunicación política, el enfoque ahora cambia desde lo que constituye la ideología y practicas personalistas, hasta cómo se comunican.

Desde una perspectiva centrada en la comunicación, el énfasis está en los mensajes personalistas como un “fenómeno como tal” independiente y ya no en una familia de partidos en particular o un tipo de partido político. Al considerar el personalismo como un fenómeno de comunicación que puede ser operacionalizado por el uso frecuente o infrecuente de rasgos

característicos de contenido y estilo, se haría posible determinar grados del mismo.

Como contenido”, nos referimos a la comunicación pública de componentes de la ideología personalista (líder-pueblo-sin partidos políticos) con un conjunto característico de mensajes clave o marcos.

Los medios de comunicación

Como segundo actor, los medios de comunicación son clave para analizar y comprender. La investigación escasa sobre el personalismo político sobre tradicionalmente prestó poca atención o solo de boquilla a la centralidad de los medios. El periodismo local alternativo se ha mostrado como claro defensores proactivos en nombre del pueblo, con una actitud crítica hacia quienes detentan el poder.

El personalismo desplegado a través de los medios (hoy con los medios sociales), su foco de atención centra en los medios como actores en sí mismos y más en los contenidos que transmiten. Al proporcionar un foro para los actores que utilizan la comunicación personalista, los medios ayudan a difundir estos mensajes y aumentan la visibilidad y la legitimidad de estos actores.

Con el reinado de la televisión en el mundo de la comunicación social, la centralidad del líder frente a la organización es un hecho. No sólo por la adecuación al estilo hiperpersonalista que impuso la estrategia sensacionalista del mercado, sino por el principio de simplificación que establece el lenguaje audiovisual (Laguna, 2003). Ahora, el líder y su grupo de expertos y asesores se concentran más en la competencia mediática que en el trabajo de captar y formar militantes. La competencia electoral, por imposición del medio donde se libra la batalla, ya no es sólo entre siglas o programas, sino entre imágenes de personas. Precisamente, si la imagen

es humana, emotiva y seductora, entenderemos por qué los líderes pasan a ser evaluados, especialmente, por sus cualidades humanas, lo que equivale a que la forma predomine siempre sobre el fondo.

Por otro lado, las redes sociales y otras plataformas digitales son cada vez más importantes para la forma en que las personas encuentran y acceden a noticias e información y participan en la política y la vida pública del contenido de la comunicación política y estilo de comunicación.

La existencia de lo social

Carlos Mazzola (2022) ha planteado la tridimensionalidad de lo social que se da en tres tipos de agrupamientos del ser humano o las personas y por razones más lingüísticas que filosóficas denominamos a ellas unidades o planos de lo personal, interpersonal e impersonal. Estas categorías parten de la convicción que no somos solo seres individuales y sociales, sino que también seres relacionales. Rescata a Bourdieu, quien señala que lo social existe dos veces – “la realidad social existe, por decirlo de algún modo, dos veces, en las cosas y en los cerebros, en los campos y en los habitus, en el exterior y en el interior de los agentes” (Bourdieu y Wacquant 2005, p 13.) Pero, lo social existe tres veces si se incorpora a la dualidad de Bourdieu, la instancia o plano relacional, o interpersonal (Mazzola, 2022), lo que no es una síntesis de las otras dos, ya que presenta esta tercera opción, sus propias características, autonomía y lógica, a pesar de que converge la realidad objetiva con subjetiva, no se trata de una fusión de ellas en los procesos interrelaciones.

Propiedades Predominantes y las Practicas, Hechos y Acciones

En el plano personal podemos destacar de Bourdieu (1998) cuando se refiere a los habitus de los agentes, que allí se encuentra en ello el principio activo de las prácticas sociales, lo que constituye fuente de cambios.

Si lo impersonal es el espacio de las formaciones especializadas, lo personal es el espacio de la fusión, combinación o unidad de las formaciones internalizadas, aunque las reglas de incompatibilidades o prohibiciones, ceden a la imaginación de lo posible, a las proyecciones de los intereses personales.

El espacio de lo personal es lo íntimo, anclado en un tiempo y lugar, un presente permanente, que supone una consumación de lo vital, de donde emerge una cantera de sentidos. La fusión, lo posible, los sentidos, son algunas de las propiedades de la subjetividad o de las personas, las que podemos buscar en los hechos y detectar en las prácticas. Las sugerencias de Mazzola (2022) son dignas de prácticas en el análisis de lo social.

Pinceladas de la Política Local

El partido justicialista gobierna San Luis, desde diciembre de 1983. En los últimos años, el líder Alberto Rodríguez Saa, actual gobernador, ha logrado una preeminencia política desde los primeros años del 2000 periodo. En el 2003 fue elegido Gobernador de la Provincia, y reelecto en el año 2007 con más del 80% de los votos. En la misma elección, Alberto Rodríguez Saá impulsó el "Sí" a la enmienda constitucional que puso fin a la reelección indefinida en la Provincia de San Luis.

Se ha presentado como candidato a presidente de la Nación en las elecciones presidenciales de 2007 y formo, parte de una línea interna del Partido Justicialista opositora al kirchnerismo, aunque se alió a esta corriente a comienzos del 2016. Finalmente, en las elecciones la fórmula reunió 1.408.736 votos, quedando así en cuarto lugar del orden nacional. En

la provincia de San Luis El Partido Justicialista a lo largo de casi cuarenta años ha logrado prevalecer en las elecciones liderado por los hermanos Alberto y Adolfo Rodríguez Saa quienes han sido gobernadores varias veces, teniendo un fuerte control de la justicia y las cámaras de representantes del congreso provincial. Asimismo, han tenido una fuerte influencia y control sobre la prensa y en la distribución de la publicidad oficial a los medios.

San Luis, políticamente se destaca por estar gobernada por un mismo partido desde diciembre de 1983, donde el partido Justicialista, con sus líderes Alberto y Adolfo Rodríguez Saá, han desplegado a lo largo de los años una cultura política personalista. En el año 2015, se lo nomina a Claudio Poggi como candidato a gobernador por el Partido Justicialista y vence en las elecciones del año. Sin embargo, durante su mandato de gobernador Poggi recibió la crítica y el hostigamiento casi permanente del excongresista y gobernador Alberto Rodríguez Saá, un político personalista. Una característica de los gobiernos personalistas es su gran capacidad de inclusión simbólica. Edelman (1960) nos legó el concepto de simbolismo como dimensión ontológica de la vida humana y resaltaba el tema del comportamiento del público en términos de su vinculación emocional con los objetos y discursos políticos. El personalismo político suele emerger con todas estas condiciones o algunas de ellas: las crisis de los partidos políticos tradicionales, la concepción de la política como espectáculo (Edelman, 1960), el desinterés creciente de los ciudadanos por participación en los asuntos públicos, la construcción de narrativas épicas y la utilización, la apropiación la cultura y de símbolos populares utilizados para unirlos a la identidad política (Quiroga, 2021a), y la exposición en los medios de comunicación y medios o redes sociales y su utilización como canales de exhibición y comunicación política. Básicamente el personalismo adopta las

siguientes características (Quiroga, 2021,b): una figura del hombre o mujer fuerte, carismática, un líder personal por encima de las ideologías y partidos políticos, una asociación que se hace del proyecto político con la persona que lo ejecuta, la capacidad de entender los deseos sociales y la construcción de poder. La “democracia” de San Luis es una democracia controlada por una elite gobernante muy pequeña que a lo largo de los años ha adquirido un carácter hegemónico y cultural.

Poggi

Luego de terminar su mandato como gobernador Claudio Poggi renunció al Partido Justicialista y conformó su propia fuerza política en un partido que se denominó Avanzar. Desde esta ruptura, diversos sectores de la comunidad vieron la posibilidad de que este dirigente se convirtiera en el líder de la oposición y el referente “catalizador” para una porción importante del electorado. Un antecedente inmediato capitalizaba su currículum, acababa de demostrar que alguien -que no era parte de la familia gobernante, había mostrado capacidad de gestión y podía conducir los destinos de la provincia.

También se evidenciaba un agotamiento del andamiaje político partidario, el debilitamiento del Partido Justicialista, la falta de renovación de sus cuadros dirigenciales, la reiteración de fórmulas y el desgaste en la gestión. El enfrentamiento y la polaridad se acentuaban desde el oficialismo provincial y se convocaba a diferenciar entre dos fracciones, los que estaban a favor del “modelo San Luis” y los que estaban en contra. Poggi, tras su separación del Partido Justicialista, pasó a ser el enemigo de San Luis, y al mismo tiempo aliado del expresidente Mauricio Macri.

En este clima de turbulencia política, beligerancia y antagonismo, y frente a la proximidad de las elecciones legislativas de 2017, el gobierno provincial

lanzaba la campaña titulada “San Luis es la llave”, con la urgencia de ocultar la polaridad entre los dos grupos en conflicto, sumar legitimidad al Ejecutivo para garantizar la continuidad y recuperar la mística vinculada con la puntanidad, cuyo representante principal era Adolfo Rodríguez Saá, candidato a senador nacional (Cacace, 2020). Desde una coalición opositora, su adversario era Poggi, de origen cordobés.

Sobre la puntanidad, apuntamos que la semana de la “puntanidad y el sanluisismo” fue incorporada en la provincia de San Luis mediante la Ley N° II 0887-2014 a los calendarios escolares y a los institutos de educación superior. Durante años, la sanción de la norma ha establecido la invitación para que municipios, poderes del estado, universidad e institucionales no gubernamentales a sumar adhesiones. Las escuelas provinciales han seguido en esa línea con cierta presión gubernamental (Baldi López y Quiroga, 2015).

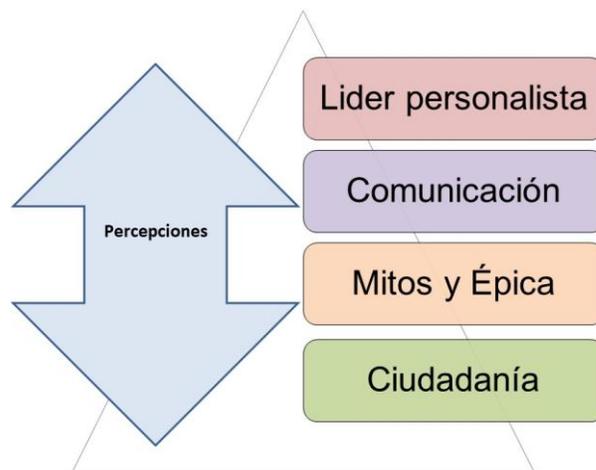
Desde los discursos oficiales se ha advertido un sensible llamado, como una acción de imposición a una nueva clasificación social, a una fuerte promoción de la idea de “puntanidad” en la provincia de San Luis. Con ella, se pretende caracterizar a la cultura sanluisense con la expresión “puntanismo” desde las elites políticas que gobiernan la provincia. El término *puntano* fue hace bastante tiempo utilizado y lo es aún, para describir y caracterizar a los habitantes de la ciudad de San Luis. En los últimos dos años, el término puntanidad se ha usado para caracterizar ciertos fenómenos de la cultura sanluisense por el exgobernador Alberto Rodríguez Saá y funcionarios provinciales. El Ministerio de Educación de San Luis estableció que en Institutos de Formación Docente de San Luis y en las escuelas de todos los niveles se desarrollaran acciones tendientes a promocionar el sanluisismo y el puntanismo. No estaba claro en el seno educativo, si las acciones escolares deberían tender a la promoción de la

tradición sanluiseña o si deberían hacerlo con algunas políticas provinciales que se entienden como “puntanidad” (Baldi López y Quiroga, 2015). Esto expone la idea del líder personalista de trazar caminos en tanto mitos para determinar y expresar, de acuerdo a su arbitrio, cuales son los deseos del pueblo al que decide representar, sin consultar a el obviamente, y menos al partido político.

Participación y Movilización Ciudadana con lideres personalistas

Durante años, los ciudadanos de San Luis han tenido un rol pasivo en la decisión de las políticas públicas, y en la participación en general. La movilización ciudadana, la toma de conciencia de las posibilidades de participación en las decisiones públicas, puede entenderse como el primer pensamiento, la primera acción, en busca del acceso, interacción y participación ciudadana. En San Luis, las movilizaciones ciudadanas han sido esporádicas y silenciadas por los medios oficiales. Pese a ello, el escenario está exponiendo es una sociedad civil desarticulada que expresa una cultura ciudadana del desinterés por las cuestiones públicas, por un lado, y por otro un diálogo social ausente (que el gobierno no abre claramente) y con apenas posibilidades para procesos de comunicación participativa. En este contexto, aparece de manos del poder, la épica y mitología gubernamental para llenar los espacios ausentes.

Esquema de Comunicación de la épica y la Mitología gubernamental



El mito político es una construcción teórica para describir y analizar la comunicación gubernamental. Es una herramienta de la comunicación gubernamental que permite crear consensos vinculando al gobierno con el ciudadano, haciéndolo sentir parte de él estructurando la creación social de sentido en torno al accionar del estado (Edelman, 1991). Aportes relevantes en la teoría fueron realizados por Edelman, 1991, Crigler 2001, Crozier 2004, Crompton, y Lamb 1986, Riorda 2004, 2006, Van Home, 2001 y Sánchez Galicia, 2013, entre otros. La construcción de mitos de gobierno es además un instrumento de comunicación simbólica que “otorga sentido social y político a una gestión” (Riorda, Elizalde, 2013, p.10). El mito actúa como fuente de generación de consensos en el marco de valores subyacentes en el contexto social y son una materia prima de los disensos (Riorda, Elizalde, 2013). Riorda (2013) ha propuesto un enfoque denominado “*Rutinas de la Comunicación Gubernamental*” conformado por cuatro acciones que los gobiernos usan. Estas rutinas de la comunicación gubernamental son entendidas como todas aquellas prácticas que de manera cotidiana dan cuenta del estilo de comunicación de un gobierno y que van configurando un modo de entender los mismos a través de cómo éstos confrontan sus acciones frente a la sociedad (Riorda, 2013, p.73). Es

la imagen del gobierno que la sociedad va percibiendo en un tiempo y lugar determinado a través de hechos comunicacionales sedimentados y que está integrada por spots de publicidad gubernamental, estilos discursivos asociados a la oralidad de los responsables de gobierno, conferencias de prensa, entrevistas, relaciones con la prensa, y cualquier otro acto comunicacional con recursos audiovisuales, etc. El concepto de mito incluye la idea del proyecto general de gobierno, de su itinerario, pero trasciende estos conceptos, ya que busca la condición de apropiación desde la ciudadanía. El mito es la “metapolítica” (Riorda, 2013, p. 76), un núcleo conceptual que permanece mucho más rígido y con menor variabilidad.

Sobre la participación

La participación es un concepto fluido y contingente. "El amplio uso del término [...] ha dado lugar a que todos el contenido preciso y significativo prácticamente ha desaparecido; la palabra "participación" es utilizado por diferentes personas para referirse a una amplia variedad de situaciones diferente" subraya Pateman (1970, p.1) Esta contingencia conceptual se explica por el hecho de que el concepto de participación forma parte de las luchas de poder en la sociedad (Carpentier, 2016).

Las incipientes y fragmentadas manifestaciones y marchas ciudadanas ocurridas en San Luis en estos años, que han sido prácticamente invisibilizadas por la prensa oficialista local, de las que prácticamente no hay imágenes públicas indican que, en situaciones de gran desigualdad en el poder, la participación no es posible, ni es promovida. La movilización de los ciudadanos podría ser el primer paso para la participación plena de los ciudadanos, en un medioambiente cultural y político amigable.

La política mediata

La dinámica de una política inmediata, aquella que prescinde de los partidos y de los intermediarios entre el líder y la ciudadanía y es intimista ya que promueve que los líderes expongan aspectos de su vida cotidiana y familiar es un elemento compartido por el personalismo y la política de proximidad. Pero, la rápida asimilación entre ambos hace perder sus diferencias. El personalismo se opone a los lazos partidarios colectivos y mediados, como así también a los lazos tecnocráticos mediados por expertos.

Narrativas de las Elecciones 2021

En un contexto de pandemia Covid se realizaron las elecciones legislativas en San Luis, Argentina en el año 2021, donde resulto ganador de la contienda el líder del partido Avanzar Claudio Poggi. Alberto Rodríguez Saá, el actual gobernador de San Luis, perdió la primera elección en el año 2019. El candidato opositor Claudio Poggi, logro una victoria por más de 1.500 votos al peronismo oficial, que utilizo todo el aparato del estado (ayuda social, prestamos de dinero a distintos sectores a devolver en cómodas cuotas sin interés, materiales, etc.) para obtener el triunfo electoral, que no consiguió.

Claudio Poggi es un político con gran simpatía y la facilidad para improvisar al instante. Lo incluimos dentro de las representaciones anti carismáticas, de proximidad expresadas en que la palabra y las expresiones comunicaciones del lado de los ciudadanos, caracterizado por la escucha y la empatía con los ciudadanos y no de los líderes (timbre casa por casa, visitas a los vecinos, escenas en las que se comparte algo íntimo) y el afecto es privado.

Este político es un personaje, buen orador, es un producto que ha sido muy pulido por especialistas en imagen, y que expresa la simpleza, el lenguaje llano y la conexión con el ciudadano común. La marca de un candidato

político es la combinación de diferentes elementos como lo son un nombre, un término, un signo, el diseño, entre otros, que se le asigna a un producto o servicio con el objetivo de que este se diferencie de los demás candidatos que existen en el mercado. La marca es un símbolo distintivo, es un componente indispensable para las empresas y de manera creciente de los políticos y crean confianza y generan apego emocional en las audiencias y votantes.

La identificación anti carismática de la política inmediata en el que incluimos a Poggi, está orientada a los problemas de la gente, al saber local, el saber de la experiencia y se presenta como una persona común, Las marcas de contacto entre líder y “ciudadanos” se caracterizan por la recorrida y los timbres en las casas de los vecinos (presencia de escucha y de simpatía), visita a la casa de los ciudadanos comunes, y llamados telefónicos a los ciudadanos. También se caracterizan por las invitaciones a participar, los llamados a la acción en las redes sociales, en las campañas participativas, en las políticas públicas participativas. Las redes sociales, precisamente, favorecen estos llamados a la acción ciudadana.

Un estudio cercano a estas problemáticas es el de Lascurain (2021) que analiza las características del vínculo de representación política configurado por Carlos Reutemann, gobernador de la Provincia de Santa Fe entre 1991 y 1995. El estudio desplegó una serie de elementos que se corresponden con un tipo de representación de proximidad como una presencia empática, una escucha sin promesas ni discursos y una auto-presentación como “comprovinciano” y “no-político”), pero dicho vínculo representativo no incluyó una estrategia de intimización por parte del líder, que delineo una estrategia de cercanía a través del contacto cara a cara en el terreno y no de la escenificación de la intimidad (familiar o laboral) del individuo privado que posibilitan los medios de comunicación. En este sentido, la legitimidad

de proximidad en Reutemann operaba de manera unidireccional: era él quien iba a “escuchar” o “empatizar” con sus representados, mientras que no se dejaba “escuchar” o que “empatizaran” con ninguna situación privada propia (a diferencia de los líderes de proximidad analizados por la literatura, en quienes la intimización se despliega de manera bidireccional). El análisis de la figura del “hombre de campo” que emerge de su particular estilo representativo, con rasgos particulares que proyectan una personalidad parca, mesurada, solitaria, ajena a la exhibición de los demás, permitió identificar una serie de atributos que le dan sentido a su faceta no intimista de representación (Lascurain, 2021).

Consideramos que en el caso San Luis se ha producido un cambio en la cultura política, que se produce desde los círculos del poder y que configuran diferencias entre el personalismo político y la proximidad, que constituyen dos formas de representación política y de política inmediata, pero el énfasis que colocan en la distinción o semejanza produce dos formas distintas de identificación con el líder (Annunziata (2017).

Identificación Carismática	
Personalismo	Proximidad
El líder se presenta como extraordinario, admirado e idealizado, con una misión	El líder se muestra como ordinario, como una persona común
La identificación va de abajo hacia arriba	La identificación va de arriba hacia abajo
Su correlato es la construcción de un pueblo	No construye un pueblo, porque se relaciona uno a uno.

Prácticas Políticas

El cambio cultural es un término utilizado en la formulación de políticas públicas, gestión del estado, nuevas formas de relación entre distintos actores, ante una situación de insatisfacción con lo que se tiene o está dado, y que enfatiza la influencia del capital cultural en el comportamiento

individual y comunitario. Coloca el énfasis en los determinantes del capital social y cultural de la toma de decisiones y la forma en que estos interactúan con otros factores como la disponibilidad de información, la idea de futuro social y la renovación de la democracia, que enfrentan los individuos para impulsar el comportamiento.

Generalmente, las culturas políticas son impermeables al cambio, pero esto no hace que no pueda suceder. La adaptación potencial y una mayor incorporación de los movimientos alternativos durante el proceso de cambio pueden producir cambios en los paradigmas culturales.

El cambio es el más desafiante de los dos temas para la política científica y las ciencias sociales. El papel de los individuos o grupos en el proceso de cambio político es ampliamente reconocido en la teoría social y política, a menudo la academia comprime excesivamente la agencia y interpretarlo como una función directa de la dinámica estructural. En la ciencia política, el papel de la agencia en el cambio político/ o de políticas se interpreta como el papel de los líderes políticos individuales o emprendedores de políticas. En tanto, el personalismo siempre es colectivo, y existe la adhesión a las decisiones del líder como ritual de pertenencia, en las prácticas de proximidad se producen formatos más singulares.

Referencias

Almond, G.A. (1993). *The Study of Political Culture*. In: Berg-Schlosser, D., Rytlewski, R. (eds) *Political Culture in Germany*. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1007/978-1-349-22765-5_2

Annunziata, R. (2017). Auto-representación e instituciones de representación ciudadana. Aportes para una ampliación de la teoría de la representación; Universidad Católica de Córdoba. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales; *Studia Politicae*; 43; 9; 35-6.

Baldi López G. y Quiroga S. (2015). Discursos emergentes y ambigüedad: el “puntanismo y el sanluisismo” como nuevo distintivo cultural de San Luis. *Revista Comunicação, Cultura e Sociedade* n.05, vol. 5, ed.-Dez 2015-Dez 2016, año 2015-16. [<http://periodicos.unemat.br/index.php/ccs/article/viewFile/859/1500>].

Bourdieu P. (1997). *Razones Prácticas. Sobre la Teoría de la Acción*. Anagrama. Barcelona. Traducción Tomas Kauf Original: *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action Éditions du Seuil*, París, 1994

- Bourdieu y Wacquant (2005). "El Propósito de la Sociología reflexiva". In *Una invitación a la sociología reflexiva* de Bourdieu e Loic Wacquant, 2005, Siglo XXI Editores Argentina S. A. N° 3, páginas 147 a 173
- Bourdieu, P. (1998). *Cosas Dichas*. Editorial Gedisa. Buenos Aires.
- Cacace, M. F. (2020). La llave que cierra un territorio alambrado: Análisis de una campaña audiovisual del gobierno de San Luis. *Question/Cuestión*, 2(67), e409. <https://doi.org/10.24215/16696581e409>
- Carpentier, N. (2016) Beyond the Ladder of Participation: An Analytical Toolkit for the Critical Analysis of Participatory Media Processes, *Javnost - The Public*, 23:1, 70-88, DOI: 10.1080/13183222.2016.1149760
- Coelho F. (2021). El Hombre es la Medida de Todas la Cosas. <https://www.culturagenial.com/es/el-hombre-es-la-medida-de-todas-las-cosas/>
- Crigler, Ann (2001). —Introduction: Making Sense of Politics; Constructing Political Messages and Meanings, en Crigler, Ann (ed.) *The Psychology of Political Communication*, Ann Arbor, The University of Michigan Press. Crompton, J. y Lamb Jr., Ch. (1986). *Marketing Government and Social Services, USA*, Wiley series on Marketing Management. Crozier, M. (2004). —Theatres of innovation: Political communication and contemporary public policy”, University of Melbourne. Australasian Political Studies Association Conference, University of Adelaide.
- Dahl, R. (1992). *La democracia y sus críticos*. España. Editorial Paidós.
- De Certeau, Michel. (1979): *La invención de lo cotidiano. El arte de hacer* (1ªed). Tomo I. México: Universidad Iberoamericana, 1996.
- Deleuze, Gilles. (1991): "Posdata sobre las sociedades de control" en Christian Ferrer (Comp.), *El lenguaje literario*. Montevideo: Editorial Nordan, Tº 2.
- Edelman, M (1991). *La construcción del espectáculo político*. Buenos Aires. Manantial.
- Edelman, Murray (1960). "Symbols and Political Quies- Bibliografía cence", *The American Political Science Review*, vol. 54, núm. 3, pp. 695-704.
- Edelman, Murray (1964). *The Symbolic Uses of Politics*, Urbana, University of Illinois Press.
- El Chorrillero (2016). <<Alberto R. Saá impulsará que San Luis cobre impuestos nacionales y tenga figuras distintas en los códigos Penal y Civil>>. 20/10/2016. Recuperado de: <https://elchorrillero.com/nota/2016/10/20/8649-alberto-r-saa-impulsara-que-san-luis-cobre-impuestos-nacionales-y-tenga-figuras-distintas-en-los-codigos-penal-y-civil/amp/>
- San Luis Vip (2016). "Una marca que une: el secreto de la llave está en los puntanos". Entrevista a Juan Carballo. Recuperado de <http://sanluisvip.com.ar/una-marca-que-une-el-secreto-de-la-llave-esta-en-los-puntanos>
- Facebook de Carballo & Asociados. Recuperado de: <https://www.facebook.com/CarballoAsociados>
- Cuyo Noticias (2017). <<El Inadi sostiene que la Ley de Registro de Empleo Puntano es discriminatoria>>. Recuperado de: <https://cuyonoticias.com/67788/el-inadi-sostiene-que-la-ley-de-registro-de-empleo-puntano-es-discriminatoria/>
- Fleming, Peter y Spicer, André (2006): *Contesting the corporation: Struggle, power and resistance in organizations*. Cambridge University Press. Cambridge.
- Fleming, Peter (2005): "Metaphors of Resistance". *Management Communication Quarterly*, Vol. 19, No. 1, Pp. 45-66. Londres.
- Formisano, R. (2001). The Concept of Political Culture. *The Journal of Interdisciplinary History*, Vol 31 (3): 393–426. doi: <https://doi.org/10.1162/002219500551596>
- Hardt, Michael y Negri, Antonio. (2000): *Imperio*. Paidós. Buenos Aires, 2003.

- Heredia, G. (2019). El archivo de los Rodríguez Saa. 36 años de corrupción y poder despótico. *Dunken*.
- Hinojosa, N. (2021) Populist Political, Discursive and Ideological Definitions. *Open Journal of Social Sciences*, **9**, 387-400. doi: [10.4236/jss.2021.99027](https://doi.org/10.4236/jss.2021.99027).
- Jagers, J., S. Walgrave (2007). "Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium", *European Journal of Political Research*, **46**: 319–345. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x>
- Kostadinova, Tatiana & Levitt, Barry. (2014). Toward a Theory of Personalist Parties: Concept Formation and Theory Building. *Politics & Policy*. **42**. 10.1111/polp.12081.
- La Nación (2017) Oscar Flores 3/10/2017 - https://www.clarin.com/politica/resultados-san-luis-adolfo-rodriguez-saa-dio-vuelco-impuso-claudio-poggi_0_SyfMhAq6W.html
- Lascurain, M. C. (2021). Sobre los modos de la representación de proximidad en la Argentina contemporánea: la proximidad "no intimista" en el liderazgo de Carlos Reutemann en la Provincia de Santa Fe (1991-1995). *Astrolabio*, (**26**), 343–372. Recuperado a partir de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/astrolabio/article/view/25555>
- Mazzola, C. (2022). Orientaciones metodológicas para el abordaje de temas y problemas desde las categorías de: Lo personal, interpersonal e impersonal
- Melucci A.(1989). *Nomads of the Present. Social Movements and Individual Needs in Contemporary Society*, Philadelphia, Temple University Press.
- Merrill F. E., Eldredge H. W., 1957, *Society and culture: An introduction*
- Nesbitt-Larking, P. (1992). Methodological Notes on the Study of Political Culture. *Political Psychology*, **13**(1), 79–90. <https://doi.org/10.2307/3791425>.
- Ostiguy, P. (2017), "Populism: A Socio-Cultural Approach", in C.R. Kaltwasser, C.R., Taggart, P., Espejo, P.O. and Ostiguy, P. (eds.), *The Oxford Handbook of Populism*, Oxford University Press.
- Pateman C. (1970). *Participation and Democratic Theory*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Quiroga, S (2021b). Personalismo, símbolos y democracia. Paper IV Jornadas de Sociología (UNCUYO). 1 al 4 de junio.
- Quiroga, S. (2018). *Mitos gubernamentales, políticos-medios y apatía ciudadana*. En XIII Congreso Nacional y VI Congreso Internacional sobre Democracia: los escenarios democráticos del siglo XXI: disrupción, fragmentación, nacionalismo, populismo y nuevos actores globales / Franco Bartolacci (Comp.)– 1a ed. – Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario. <https://es.scribd.com/document/394877924/4-Memoria-Opinion-Pub>, págs. 168-181.
- Quiroga, S. (2021). Cap. "Personalismo, mito e herança política". Em *Democracia, Instituições Políticas e Políticas Públicas. Estudos do I Congresso de Ciência Política do Nordeste*. Alisson Rodrigo de Araújo Oliveira, Duília Dalyana Ribeiro Santos da Nóbrega, Maria Sheylla Campos de Lima, Organizadores. Págs. 97-108. Formato: Ebook/PDF. DOI: 10.36599/qped-ed1.027
- Quiroga, S. (2021a). Political Personalism and Democratic Culture in San Luis, Argentina. *European Quarterly of Political Attitudes and Mentalities*. Volume 10 Issue No.1 January 2021 pp.1-18. <https://www.eqpam.unibuc.ro/sergioricardoquiroya-politicalpersonalism-and-democratic-culture>
- Quiroga, S. (2022). Perception of Participation in Public Affairs of the Citizens of San Luis, Argentina. *EQPAM*, Vol 11, N° 1. https://www.eqpam.unibuc.ro/sergioricardoquiroya_perception_of_participation
- Riorda, M. y Elizalde, L. (2013). ¿Hacia dónde va la comunicación gubernamental?. En *Comunicación Gubernamental* 360. Elizalde, L. Riorda, M. comps. La Crujía, Buenos Aires. Págs. 7-13.

Riorda, M., Rincón, O. (2016). Comunicación gubernamental en acción. Narrativas presidenciales y mitos de gobierno. Biblos. Buenos Aires.

Samaja, Juan (2005). Epistemología y metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica. 3ª edición, 6ª reimpresión. Buenos Aires, EUDEBA, 414 p.

Sartori, Giovanni (1993). ¿Qué es la democracia? México. Editorial Patria

Scott, J. (1985). *Weapons of the weak. Everyday forms of peasant resistance*. New Haven: Yale University Press.

Swedlow, Brendon. (2013). Political Culture. In book: *Encyclopedia of Modern Political Thought*, (pp.624-626) Chapter: Political Culture, Editors: Gregory Claeys. Publisher: CQ Press.

Web de Wikipedia https://en.wikipedia.org/wiki/Adolfo_Rodr%C3%ADguez_Sa%C3%A1

Wiñaski, M. (1995). El ultimo feudo. San Luis y el caudillismo de los Rodríguez Saa. Planeta.