



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Grado en Relaciones
Internacionales

Trabajo Fin de Grado

La construcción del hiperliderazgo político

El caso de Isabel Díaz Ayuso

Estudiante: **Pablo Ortega Martín de Pozuelo**

Dirección: Iván Luís Alonso Peláez

Madrid, abril 2022

Agradecimientos

El último paso, y, sin duda, el más difícil, por inabarcable, antes de entregar el TFG, ha sido redactar este apartado, en el que se recapitula y se agradece, de forma retroactiva, a todos aquellos que han hecho posible, no ya terminar el trabajo (que no es fácil), sino dar feliz término a estos cinco años; los mejores de mi vida. Porque acabar implica también agradecer, que no es sino reconocer el papel que otros juegan en la construcción de tus circunstancias, objetivas, y de tu forma de ver el mundo, subjetiva, los sacrificios que esas personas hacen de forma desinteresada, muchas veces en perjuicio de sus propios intereses, o el rol que juega el ejemplo y la admiración hacia figuras que se convierten en modelos en la formación de personalidades justas, ambiciosas y buenas.

Quiero dar las gracias, en primer lugar, a la persona a la que, por hecho y por derecho, pertenece, por lo menos, la mitad no solo de este título, sino del camino recorrido hasta llegar hasta él; mi madre, Belén. Una mujer brillante de la que he aprendido que trabajar con constancia y humildad es mucho más importante que obtener reconocimiento; que, para poder hablar, antes hay que escuchar con atención; que, para ser libre e independiente, hay que contar con las herramientas necesarias para poder pensar con criterio, y que nada de esto realmente importa si no se es una buena persona. Mi madre es una persona real, con sentido y con sentimiento, a la que siempre miraré con admiración, porque sigue aprendiendo y superándose todos los días sin perder la sonrisa, y porque ha conseguido, con mucho trabajo, sacar las virtudes de mis defectos, una tarea nada fácil, y por la que siempre le estaré agradecido. También me gustaría dar las gracias a la segunda parte de mi ecuación, a mi padre, Rafa, animador incansable, adulto joven, perenne futbolista. De él he aprendido que el progreso se consigue en los extremos del esfuerzo, que para ser mejor siempre hay que correr cinco minutos más, aunque no te quede aliento, y que, aunque duelan, hay que disfrutarlos, porque en esos segundos se forja la personalidad. Enemigo declarado de la pereza, enamorado de su familia, mi primer amigo; gracias, papá.

No puedo dejar de dar las gracias a mi tutor, Iván. Le conocí este año y he descubierto a una persona con un conocimiento y una calidad humana admirables. Iván ha sido un tutor que, a pesar de mis múltiples vaivenes y cambios de tema, se ha ilusionado por todos y cada uno de ellos, haciendo aportaciones interesantes y animándome con constancia y determinación. Iván es, además de un profesional brillante, una muy buena persona, y me alegro sinceramente de haber compartido estos últimos pasos a su lado. En el ámbito académico debo dar las gracias también, personal y profesionalmente, a profesores como José María Marco, Pablo Biderbost, Emilio Sáenz Francés, Javier Gil, Carlos Rico, y tanto otros que me dejo, por haberme dado la oportunidad de aprender de ellos y desarrollar proyectos que aspiraban a trascender el estricto espacio académico. Gracias también a todos los protagonistas de mi primera experiencia laboral en el mundo de los asuntos públicos, que han caminado a mi lado este último año; Pablo, Manu, Jaime, Alba, Nora, Carlos, Edu, Eneko, y todos los que me quedan por nombrar, mi experiencia a su lado ha sido el equivalente a estudiar otra carrera, tan gratificante como la que clausuro con estas palabras.

Finalmente me gustaría dar las gracias a mis amigos, presentes en todas mis etapas, también en esta. Personas a las que quiero y admiro, de los que me siento orgulloso y que me hacen esforzarme para ser mejor, para parecerme un poco más a ellos. Gente buena y leal, gente real, gente con la que compartir la vida y momentos tan gratificantes como el que queda ya atrapado, para siempre, en estas páginas. Gracias a todos.

Índice

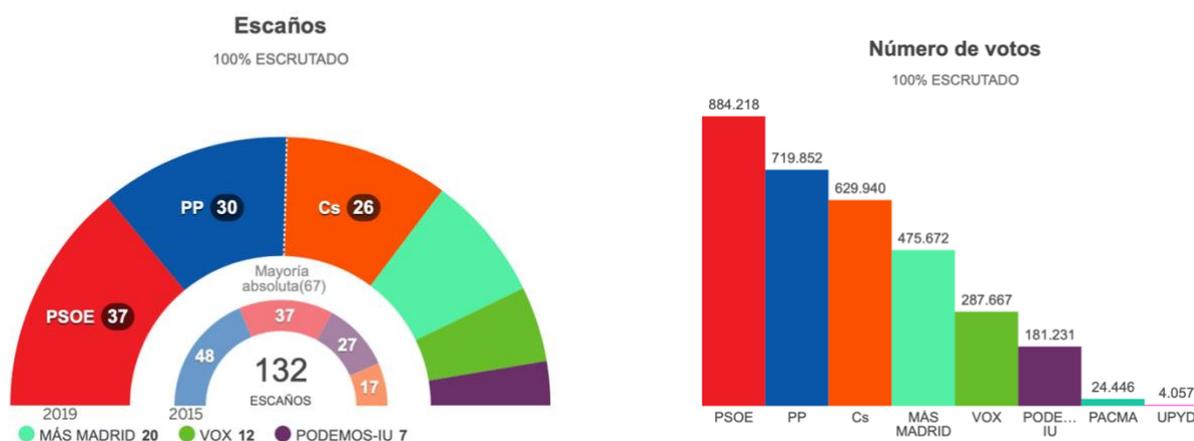
Tabla de contenido

<i>Agradecimientos</i>	2
<i>Índice</i>	3
1. Introducción	4
2. Estado de la cuestión	5
2.1. El liderazgo desde una perspectiva interdisciplinar	6
2.1.1. Estudio de los rasgos o características personales.....	7
2.1.2. Enfoque posicional-contingente	7
2.1.3. Enfoque o perspectiva conductista	8
2.1.4. Teorías del nuevo liderazgo	8
2.2. Del liderazgo al liderazgo político	8
2.2.1. Estudios biográficos	11
2.2.2. Estudios sistemáticos y comparativos de las características del líder	11
2.2.3. Investigaciones en línea con los supuestos de la elección racional	12
3. Marco teórico	12
3.1. Aproximaciones de interés al estudio del liderazgo político	12
3.2. El filtro de los medios en la construcción del liderazgo	15
4. Metodología	19
5. Análisis	21
5.1. Prehistorias	21
5.2. Contextos	22
5.2.1. Contexto cultural: hegemonía posmoderna	22
5.2.2. Contexto político: crisis de representación y rebelión de las élites	26
5.2.3. Contexto estructural autonómico: Madrid y la “antropología neoliberal”	29
5.3. Adversario percibido: Pedro Sánchez y la construcción antagonista del liderazgo	32
5.4. Elementos distintivos de su personalidad: Isabel Díaz Ayuso, una política ciudadana 36	
5.4.1. Credibilidad	37
5.4.2. Respeto a la ciudadanía	37
5.4.3. Empatía y cercanía	38
5.4.4. Carisma y polémica	39
6. Conclusiones	40
7. Bibliografía	43
ANEXO 1: TABLA RESUMEN	54

1. Introducción

La presidenta de la Comunidad de Madrid (CAM), Isabel Díaz Ayuso, se ha convertido en un fenómeno de masas. Tras una vida dedicada al Partido Popular (PP), dónde ocupó diversos cargos, en 2019 fue nombrada candidata a la presidencia de la CAM por el entonces recién elegido presidente del PP, Pablo Casado, compañero de Díaz Ayuso en Nuevas Generaciones¹.

En estas primeras elecciones, Ayuso no partía como favorita, debido, entre otras cosas, a los numerosos casos de corrupción que golpeaban al Partido Popular y a la incapacidad de este, a su vez, de construir un proyecto ilusionante que se saliese de lo conocido.



Gráficos obtenidos en <https://resultados.elpais.com/elecciones/2019/autonomicas/12/index.html>

Si bien los resultados, como vemos, reflejaron bien la fragmentación del espectro político madrileño, concediendo la victoria, además, por número de votos, al Partido Socialista de Madrid (PSM), Ayuso consiguió articular una mayoría gracias a una coalición de gobierno con Ciudadanos (Cs), contando además con el apoyo externo de VOX. Constantemente depreciada por sus adversarios políticos, los cuales, en muchas ocasiones, se dirigen a ella con condescendencia, la presidenta de la CAM fue ganando, poco a poco, popularidad entre los madrileños.

¹Organización de jóvenes del Partido Popular. Es una organización política, de jóvenes de centro reformista que tiene vocación europeísta y cuyo eje son los jóvenes que se constituyen como base de la acción política. Para más información ver <https://www.pp.es/conocenos/nngg>

Con un estilo particular, marcado por una gran espontaneidad, numerosas polémicas, y una constante presencia en medios, tanto nuevos como tradicionales, Díaz Ayuso fue consolidando poco a poco su figura de presidenta, de líder. La convocatoria adelantada de elecciones en abril de 2021, aprovechando el intento de moción de censura de Ciudadanos y el PSOE en Murcia, le permitió confirmar en las urnas lo que había ido construyendo a lo largo de dos años: se había convertido en la líder indiscutible de la derecha española.

Con más de 1,6 millones de votos y 65 diputados, Ayuso se transformó, formalmente, en un fenómeno de masas transversal, es decir, no anclado y delimitado únicamente a su espectro ideológico, al absorber votantes de todas las formaciones políticas. Se trata, por lo tanto, de una figura que es necesario estudiar, sobre todo para entender cómo se configura el liderazgo moderno en una sociedad occidental que hace tiempo que dejó de creer en las grandes historias, en las grandes ideologías, y que, por primera vez desde hace décadas, cuenta con un personaje que despierta las pasiones y los odios de unos y otros, pero, sobre todo, que ha aportado ilusión.

Preguntarse por la explicación de su liderazgo, de lo irracional del mismo, sería adentrarse en el terreno de la especulación, algo que, sin embargo, nos veremos forzados a hacer de cualquier manera, al no haber, realmente, ningún estudio académico sobre la construcción de su imagen, aunque apoyados, eso sí, en herramientas teóricas y prácticas sólidas que nos aporta el trabajo de otros muchos investigadores.

2. Estado de la cuestión

Actualmente no existen estudios académicos sobre el liderazgo de Isabel Díaz Ayuso, hecho que convertiría este trabajo en una aportación original al mismo. Trabajos como *Imagen Política: Modelo y método*, de Imelda Rodríguez Escanciano incluyen un análisis breve del *fenómeno Ayuso*, en el que resalta principalmente rasgos blandos de la personalidad de la presidenta que habrían podido ayudar a construir su imagen, así como elementos relativos a su forma de comunicar o de vestir. Un capítulo que se podría considerar una introducción breve al estudio sistemático de su figura, y del que nos hemos servido para introducir diversas consideraciones.

2.1. El liderazgo desde una perspectiva interdisciplinar

El liderazgo como tal, es un fenómeno que se puede observar en una “amplia gama de actividades humanas” (Fernández, 2004, p.7) y que posee, por naturaleza, un carácter polisémico. Como defiende el autor citando a Northhouse, “tan pronto como intentamos definirlo, descubrimos inmediatamente que tiene diversos significados” (Fernández, 2004, p.7). Su estudio, generalmente, viene mediado por el análisis de “referentes geográficos, históricos, políticos y profesionales” (Fernández, 2004, p.7) y actualmente están en auge las aproximaciones procedentes del mundo de “la administración de negocios y, más en concreto, de la teoría de las organizaciones” (Fernández, 2004, p.7) para los que el liderazgo se centraría en la proporción de las funciones directivas que se asocian con posiciones de un nivel más elevado (Heifetz, 2009).

Con todo, para autores como King et al, el liderazgo político es un elemento fundamental en el desarrollo y el progreso de la sociedad, necesario para garantizar la paz y la convivencia, cuya ausencia, crearía un vacío de poder que favorecería un mayor desorden e inestabilidad (King et al., 2009). Se trata por lo tanto de un objeto de estudio multidisciplinar, que hundiría sus raíces, entre otros, en campos como la psicología, la economía, las ciencias políticas o la sociología, siendo objeto de estudio de todas ellas (Kirvalidze & Samnidze, 2016).

Un problema habitual a la hora de intentar sistematizar su análisis es el referido por Browne y Cohn en un estudio elaborado en 1950: la literatura que lo analiza constituye una “masa de contenidos desprovista de sustancias aglutinantes que la agrupan o la coordinen, estableciendo interrelaciones” (Browne y Cohn, 1958, p. 15). Es decir, se trata de un fenómeno, en cierta medida, líquido.

A pesar de esto, autores como Delgado Fernández, siguiendo a Northhouse, defienden la existencia de una serie de regularidades a la hora de estudiar el liderazgo: (i) es un proceso; (ii) trae aparejada la influencia; (iii) se ejerce dentro o respecto a un grupo; (iv) tiene una meta, una finalidad, sea la que sea esta (Fernández, 2004). En este mismo sentido se pronuncia Rodríguez, que defiende que esta noción ha estado tradicionalmente vinculada a dos ideas básicas: (i) el hecho de ejercer una influencia social sobre un grupo o comunidad en un contexto concreto; (ii) conducir o guiar a ese grupo hacia una meta,

fijando para ello un diagnóstico de la situación de partida y unos objetivos, una estrategia (Rodríguez Andrés, 2021, p.167).

Como establece este mismo autor, en el ámbito de las ciencias sociales

Se han considerado históricamente factores como las cualidades personales del líder, su adaptación al entorno y las circunstancias sociales que le rodean, la relación e interacción con sus seguidores o la credibilidad, confianza y autoridad que a él le confieren; y relacionado con esto último, la importancia de las dotes comunicativas para transferir su imagen de honradez, competencia o integridad a la opinión pública (Rodríguez Andrés, 2021, p.168).

Esta variedad de factores ha dado lugar a diversos enfoques de estudio:

2.1.1. Estudio de los rasgos o características personales

En este enfoque, como nos indica Sobral, se buscan “una serie de rasgos especiales o atributos, que por su escasa frecuencia o intensidad inusual nos permitan comprender una supuesta excepcionalidad del hombre que llega a ser líder en contextos políticos” (Sobral, 1988, p.76-77). El estudio comparativo de distintos líderes y personalidades carismáticas suele derivar en un aislamiento e identificación de aquellos aspectos que, de alguna manera, se repitan o sean constantes en todos ellos, y que, por lo tanto, ayuden a construir y diferenciar el perfil de un líder del resto de la población.

Para autores como Stogdill, la “capacidad, el rendimiento, la responsabilidad, la participación y el estatus” (Stogdill, 1958, p.52) serían algunos de los principales factores que se les asocian. Otros, como Michels, ponen en énfasis en la oratoria, la fuerza de voluntad, la ideología, la confianza o el desinterés (Michels, 1983), mientras que Bell, por ejemplo, resalta el poder o la voluntad como determinantes (Bell, 1990) y Mann prioriza la inteligencia, la masculinidad, el conservadurismo o la extroversión (Mann, 1959). El problema con este enfoque, bastante evidente, es que la lista de rasgos es interminable, lo que la hace poco operativa.

2.1.2. Enfoque posicional-contingente

Esta teoría pone el foco en la accidentalidad del fenómeno, siguiendo la “premisa básica de que las diversas situaciones potenciales que se podrían desarrollar requerirían de

diversas clases de liderazgo” (Northouse, 2001, p.55). No se puede separar su figura del contexto en el que opera, y en el que se emiten demandas diferentes en base a las circunstancias, siendo su función la de, a través de la influencia y un proceso de comunicación, llevar a término una serie de objetivos específicos en una situación particular (Tannebau, Wescheler & Massarik, 1961).

2.1.3. Enfoque o perspectiva conductista

Como sintetiza Delgado Fernández, el conductismo considera que “es posible delimitar la existencia de prácticas concretas de liderazgo, para más tarde establecer generalizaciones deseables de comportamiento” (Delgado Fernández, 2004, p.11). Es decir, no se centraría tanto en estudiar cómo son los líderes o la posición que ocupan, sino lo que hacen; se centran en la acción, entendiendo que la dimensión fáctica, material, performativa, de nuestro objeto de estudio, sería vital para su comprensión. En este sentido, señalaba Maissoneuve que el liderazgo sería “un sistema de conducta requerido por y para el funcionamiento del grupo” (Maissoneuve, 1968, p.66), es decir, “una condición y una cualidad dinámica de su estructuración” (Maissoneuve, 1968, p.66).

2.1.4. Teorías del nuevo liderazgo

Surgida a principios de los 90, estas teorías definieron el liderazgo como “la capacidad de un líder para definir, articular y comunicar de forma eficaz” una visión deseable y realizable de un futuro imaginado (Delgado Fernández, 2004, p.11). Sería una fórmula con un cierto carácter teleológico o mesiánico, ya que este sería capaz de seducir, atraer o persuadir a un determinado grupo para que se adhiriera a las metas que él ha identificado como deseables, e inicien un movimiento “cuya satisfacción también sería beneficiosa para ellos” (Rejai y Phillips, 1997 p. 9).

2.2. Del liderazgo al liderazgo político

Con esta concreción comenzamos a restringir nuestro objeto de estudio. Si bien el liderazgo es un fenómeno observable en múltiples campos y profesiones, es en la política, por su naturaleza y función, donde se puede delimitar de forma más clara y visible el proceso de construcción del liderazgo.

Circunstancias como la entrada en la sociedad de masas, la aparición de los partidos políticos y las luchas dentro del contexto democrático por el poder, dieron comienzo al

estudio sistemático del liderazgo político (Delgado Fernández, 2004, p.12). A pesar de que, como afirma Verba, se trata de un tema que ha sido abordado en profundidad por distintos analistas (Verba, 1968), no existe un consenso establecido “a la hora de delimitar claramente cuales son las características más decisivas para que un político se acabe convirtiendo en líder y, más aún, en líder carismático” (Roberto Andrés, 2021, p.168).

Para Elorriaga,

El líder no es sino una persona dotada para incitar y dirigir a los demás hacia el logro de objetivos comunes, obteniendo la cooperación, respeto y confianza precisos. Su misión es lograr una presentación armoniosa de las aspiraciones colectivas, no sustituyendo las voces plurales, sino orquestándolas, como un director que no toca cada instrumento musical, sino guía y matiza aportaciones plurales. Su estatura de líder no se la da su propio deseo de mando, sino su capacidad para atraerse partidarios y para proyectar programas sugestivos para amplios sectores [...] (Elorriaga, 1976, p.11).

De esta definición se extraen muchas de las características o funciones de los líderes, y se desprende una idea fundamental: son figuras necesarias para el desarrollo social, para “estimular la acción, e impeler a la actuación de los seguidores y los ciudadanos hacia el logro de objetivos” (Delgado Fernández, 2004, p.16). Es decir, los líderes no solo simbolizan, sino que también “organizan las actividades de los miembros del grupo” (Delgado Fernández, 2004, p.16) y las orientan hacia la satisfacción de sus necesidades.

Como hemos mencionado antes, se trata de un término polisémico. Esto hace que su clasificación y sistematización requieran de métodos que permitan contemplar el amplio abanico de magnitudes y posibles circunstancias que influyen en la construcción del liderazgo y en su estilo; tipologías como las elaboradas por Blondel (1987) o Sabucedo (1996) son útiles a la hora de intentar llevar esta tarea a buen término. En el primer caso, Blondel (1987) distinguió dos dimensiones en el liderazgo dependiendo de su impacto en el sistema político: la extensión o alcance, por un lado, y su profundidad, por otro.

La extensión o alcance del liderazgo puede ser de tres tipos, dependiendo, como sintetiza Delgado Fernández, de la “mayor o menor amplitud de los ámbitos de dominio político” (Delgado Fernández, 2004, p.14): alcance grande, medio, o pequeño/especializado. El primero de ellos sería un líder que por su posición relativa en el sistema institucional tiene la capacidad para influir sobre todas sus partes, como por ejemplo hace un presidente del

gobierno. El segundo nivel recogería a todos aquellos agentes que pueden incidir sobre una o varias políticas concretas, mientras que el último, el especializado, englobaría a los líderes que pueden impactar en “periodos o circunstancias muy concretas, sin llegar a desempeñar un papel sobre la totalidad del sistema político” (Delgado Fernández, 2004, p.14). En cuanto a la segunda dimensión de Blondel, la intensidad del cambio producido hace referencia, como se puede inferir, a la profundidad de este, distinguiendo alcances grandes, moderados y pequeños.

Combinando las variables, Blondel (1987) ofrece nueve modelos distintos de liderazgo en los que se podrían clasificar dependiendo de sus perfiles.

Tipología del liderazgo (Blondel)

		INTENSIDAD DEL CAMBIO		
		<i>Cambio mínimo (Maintenance)</i>	<i>Cambio moderado (Moderate change)</i>	<i>Cambio profundo (Large change)</i>
ALCANCE DEL IMPACTO	Grande <i>(Wide scope)</i>	Salvador <i>(Saviours)</i>	Paternalista Populista <i>(Paternalists/ Populists)</i>	Ideólogo <i>(Ideologues)</i>
	Moderado <i>(Moderate scope)</i>	Confortador <i>(Comforters)</i>	Redefinidor <i>(Redefiners)</i>	Reformista <i>(Reformists)</i>
	Pequeño o especializado <i>(Specialized scope)</i>	Gestor <i>(Managers)</i>	Reajustador <i>(Adjusters/Tinkers)</i>	Innovador <i>(Innovators)</i>

Tabla incluida en Blondel

En el caso de Sabucedo (1996), distingue cuatro imágenes de líderes: el flautista de Hamelín, el vendedor, la marioneta y el apagafuegos, clasificación que lleva a cabo a través de un análisis de las “características personales del líder, la relación de mayor o menor identificación con los seguidores y los intercambios que se producen entre ambos; el nivel de presión que los citados seguidores ejercen sobre el líder, y las condiciones del medio” (Delgado Fernández, 2004, p.9) (Sabucedo, 1996, p. 60-62).

Con todo, como indica Delgado Fernández, “la mayor parte de quienes han estudiado el liderazgo político desde las ciencias sociales, hasta hoy, no han coincidido ni en la definición, ni en el enfoque u orientación desde el cual presentar el análisis” (Delgado

Fernández, 2004, p.24). De tal forma, habría políticos de los que se afirma que son carismáticos por su simpatía o sus dotes de telegenia, otros porque cumplen lo prometido, otros porque inspiran seguridad y confianza. Condiciones que son afectadas a su vez por cuestiones temporales, sociológicas y geográficas, en definitiva, factores relacionados con el contexto.

A la hora de estudiar el liderazgo *político*, han predominado de forma general tres modelos de análisis:

2.2.1. Estudios biográficos

El formato biográfico ha sido uno de los más difundidos a la hora de estudiar a distintos personajes relevantes, siendo sus autores principalmente historiadores y periodistas, según Delgado Fernández, que sin embargo pecan de excesiva subjetividad en sus aproximaciones, debido, por lo general, a la admiración personal que profesan hacia su objeto de estudio (Delgado Fernández, 2004, p.19).

2.2.2. Estudios sistemáticos y comparativos de las características del líder

Como hemos mencionado en la aproximación general al concepto, otro de los métodos más extendidos para intentar comprender el fenómeno de liderazgo ha sido la “búsqueda de regularidades en el comportamiento” (Delgado Fernández, 2004, p.19). con el objetivo de fijar “estilos o características asociables a las conductas o perfiles compartidos del liderazgo” (Delgado Fernández, 2004, p.19). En este sentido Blondel (1987) distingue entre el comportamiento de un líder en una situación normal frente al adoptado en una situación excepcional. El primero se correspondería a la categoría de líderes gestores-administrativos, y no sería, propiamente, según el autor, un liderazgo político como tal, ya que su influencia emana de su posición institucional y a la autoridad formal que lo imbuye. El otro sería, para Blondel (1987), el líder innovador, que estaría “asociado al cambio, a la capacidad de ver más allá del statu quo, a la persona que tiene autoridad personal derivada no tanto de su posición formal como de sus conocimientos y habilidades, mérito de su actuación pasada y de la calidad de sus propuestas” (Delgado Fernández, 2004, p.20). Personas que están a la altura de las circunstancias y los desafíos que plantean coyunturas críticas, que toman decisiones difíciles en un contexto volátil,

ganándose con ello, como indica Linz, “la aceptación de la sociedad, la aprobación del electorado y la tolerancia de las principales instituciones” (Linz, 1997, p.55). Ejemplos actuales de esto sería la labor desempeñada por Volodimir Zelensky en la guerra de Ucrania, el rol adoptado por Churchill durante la Segunda Guerra Mundial, o la gestión de la pandemia por parte de Isabel Díaz Ayuso.

2.2.3. Investigaciones en línea con los supuestos de la elección racional

En este enfoque se estudia la interacción “que todo fenómeno de liderazgo implica entre dichos líderes y un determinado número de seguidores” (Delgado Fernández, 2004, p.20), un método riguroso que sostiene que los individuos actúan en base a sus intereses, y que actúan persiguiendo la maximización de este. Se trata de una teoría rigurosa, como defiende Delgado Fernández, pero que carece de los matices que proporciona el estudio de la biografía del líder y que, a su vez, “no resulta muy útil cuando se trata de identificar qué circunstancias hacen que determinados individuos se conviertan en líderes” (Delgado Fernández, 2004, p.20).

3. Marco teórico

3.1. Aproximaciones de interés al estudio del liderazgo político

El primer esfuerzo que debemos hacer a la hora de plantear un estudio sistemático de un ejemplo concreto de liderazgo político es adoptar un marco teórico que nos permita captar el mayor número de matices, y sobre todo identificar aquellos que hayan tenido un mayor impacto en la configuración de su imagen y en la percepción y proyección de su autoridad.

En este sentido, autores como Natera Peral (2001) proponen poner el foco en variables como (1) las características personales; (2) la red de apoyo; (3) el entorno del liderazgo; (4) percepción e impacto. Otros, como Ballart y Ramió (2000) centran su análisis en estas cinco categorías: (1) visión política; (2) habilidades políticas; (3) capacidad para la toma de decisiones en situaciones críticas; (4) bondad del contexto histórico en el que actúan; (5) Influencia sobre sus sucesores.

Nosotros, sin embargo, utilizaremos como base para nuestro posterior análisis la propuesta de síntesis realizada por Delgado Fernández, si bien introduciremos variaciones que nos permitirán adaptar mejor el marco teórico a nuestro objeto de estudio.

Partiendo de un reconocimiento de la pluralidad de enfoques y métodos de abordaje existentes en torno al liderazgo político, Delgado Fernández pretende “integrar los distintos conceptos y orientaciones de análisis previamente formulados por otros autores en la extensa literatura existente sobre la temática” (Delgado Fernández, 2004, p.24). Esta contendría las siguientes dimensiones:

1. Trayectoria vital
 - a. Rasgos personales
 - b. Entorno
 - c. Situación para el ejercicio del liderazgo
2. El pensamiento, proyecto y agenda
3. Los seguidores y los ciudadanos
4. La acción política

En relación con la primera dimensión (1), tiene la función de intentar identificar o comprender aquellos rasgos de la personalidad del líder que podrían haberle llevado hasta la situación en la que se encuentra. Es un esfuerzo por poner el liderazgo en contexto a la par que analizar su comportamiento político (Delgado Fernández, 2004). Y es que el contexto es relevante a la hora de entender a un líder, puesto que, como estipula Von Ranke, “las decisiones de los hombres parten siempre de las posibilidades que las condiciones generales les ofrecen” (Ranke, 1966, p.17). Siguiendo a Blondel (1987) el autor defiende que la situación para el ejercicio del liderazgo es fundamental, ya que “el puesto ocupado otorga una gama de posibilidades, de recursos, de competencias que, si coinciden con otras circunstancias personales, conductuales, de contexto, etc., conducen irremediamente al surgimiento y al desarrollo de un liderazgo político” (Blondel, 1987, p.148).

En cuanto al segundo elemento (2), el autor señala que las creencias de un líder contribuyen a mejorar y a favorecer la relación entre este y su público. Estas ideas son las que ordenan su visión del mundo, el prisma a través del cual observa la realidad, el sistema que traduce los inputs que recibe del entorno en outputs que adoptan la forma, en última instancia, de decisiones que afectan a la vida de los ciudadanos, y, por supuesto, a la percepción que estos tienen de él. Esto a su vez ayuda al líder a configurar su agenda, es decir, determinar cuales son sus objetivos, los que guiarán su acción. Delgado Fernández (2004) alude, en esta dimensión, a la ideología.

La tercera variable hace referencia a un hecho relevante, que es que el líder es líder porque tiene una serie de seguidores que lo eligen y que lo legitiman a través de su apoyo. Para ello, tendría que identificar cuales son las principales necesidades del público, qué deficiencias, vacíos, fallas, estructuran el espacio social, a la par que configurar una respuesta, en la forma de un proyecto político, que será, en gran medida, lo que le lleve al poder, y lo que posteriormente le mantendrá en él.

En este sentido, vemos que se trata de una relación de necesidad; el líder lo es porque el público le ve como tal, porque lo identifica como líder. La dialéctica entre estas dos figuras es compleja. En su estudio de las masas, Sigmund Freud (1934) defendió que los lazos sociales eran principalmente lazos libidinales, es decir, afectivos, los cuales cohesionaban al grupo y los mantenían unido. En el caso de la masa, estos enlaces recíprocos eran, para el psicoanalista austriaco, de la naturaleza de la identificación (Freud, 1934); los individuos que conforman el grupo habrían sustituido su ideal del yo por un mismo objeto, el director, el líder, con el cual les uniría una relación de idealización. En la identificación, el objeto externo es absorbido por el sujeto, introyectado en su yo, al cual transforma. En la idealización, sin embargo, el objeto externo pasa a sustituir al yo, siendo engrandecido y realizado psíquicamente, un proceso que se observa tanto en el enamoramiento de pareja, como con el enamoramiento con un determinado líder (Freud, 1934).

A la hora de traducir estos conceptos a la relación entre un líder y su público, podemos afirmar, siguiendo a Denton y Holloway que los ciudadanos quieren “que uno de nosotros, un ciudadano medio que nos conozca y nos entienda, presente su candidatura para presidente. Pero una vez elegido, le exigimos que tenga una fuerza, una visión y

unos conocimientos por encima de esa media” (Denton y Holloway 1996, p.37). Es decir, alguien con quien identificarse, y que a la vez se pueda realzar y engrandecer, amar. La relación ideal entre el líder y su público se trata, por lo tanto, de una proyección individual del sujeto-ciudadano, que se ve a sí mismo reflejado, en la sustancia, en el sustrato, en la figura del líder, con quien podría compartir un origen, unas tradiciones, una educación familiar, pero a su vez le dota de unas cualidades superlativas, unas cualidades que él mismo nunca podría llegar a poseer, y que, en el fondo, desea. Como indica Roberto Rodríguez, los “ciudadanos nos sentimos atraídos y agradados ante personas que consideramos como similares a nosotros (Rodríguez Andrés, 2021, p.174).

3.2. El filtro de los medios en la construcción del liderazgo

Los medios de comunicación son fundamentales para entender y construir el liderazgo político. Como señala Roberto Rodríguez siguiendo a Graber, los “políticos dependen de los medios informativos para tener presencia pública y ganar apoyo” (Rodríguez Andrés, 2021, p.82) ya que “tienen en su poder la única vía a través de la cual los políticos podían hacer llegar sus mensajes al conjunto de la opinión pública” (Rodríguez Andrés, 2021, p.82). Los medios, como tal, pueden ser, en línea con el análisis de Rodríguez, un instrumento en manos de los políticos, que estos utilizan para transmitir sus marcos y mensajes, o actores en sí, es decir, entidades con agencia independiente y con un poder del que se sirven para avanzar sus propios intereses.

La literatura académica ha ido transformando su concepción de la influencia de los medios de comunicación en la opinión pública a lo largo de los años. De tal forma, de 1920 a 1940 predominó la llamada teoría de la aguja hipodérmica, una conceptualización formulada por Davis y Baron que otorgaba un gran poder a los medios, los cuales podían transformar las creencias y valores de los ciudadanos, en principio, con gran facilidad (Davis y Baron, 1981). Estas décadas venían mediadas irremediablemente por la actuación de los grandes proyectos totalitarios del siglo XX, el fascismo y el comunismo, proyectos cuyos efectos sostuvieron la advertencia formulada por Walter Lippman en su obra *The Public Opinion*, en la que afirmaba, como sostiene Crespo Moreno, que

La mayor penetración social de los medios, junto con el desarrollo de los llamados entonces nuevos medios (cine y radio), unido al de las nuevas técnicas de publicidad y

propaganda, habían hecho aumentar sustancialmente las posibilidades de persuadir al público (Martínez & Martínez, 2015)

En su texto, Lippman a su vez alertaba de los posibles riesgos que estos desarrollos implicaban para la democracia, relacionando el poder de los medios con la posibilidad de manipular a los ciudadanos (Lippmann, 1965). Es un enfoque que considera a los ciudadanos como pasivos y muy susceptibles a la ‘inyección’ de la información proporcionada por los medios (Lippmann, 1965).

A partir de los años 40 esto cambió de forma drástica, pasando de la teoría de la aguja hipodérmica a la perspectiva de los efectos mínimos. Esta sostenía justo lo contrario a las aproximaciones anteriores, proponiendo un nuevo análisis basado principalmente en el conductismo, es decir, en la idea de que únicamente se podían estudiar fenómenos observables sobre los que fuese posible recoger datos de los que extraer conclusiones. Es por ello por lo que cobra bastante importancia la encuesta como técnica de análisis, la cual fue desarrollada por Lazarsfeld, Berelson y Gaudet en *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. En esta obra, los autores defendieron que los medios no tenían, realmente, el poder de influir en la opinión de los votantes (Lazarsfeld et al., 1969) sino que más bien orientaban su acción a reforzar creencias preexistentes, una disonancia cognitiva explicada por Leon Festinger, según el cual los individuos buscaban y tenían en cuenta las informaciones que concordaban con sus inclinaciones (Festinger, 1957). Otros, como Katz, inciden sobre este punto, pero pasando de la dimensión individual a la estructural, reforzando la centralidad del grupo primario en cuanto a la presión social que se ejerce sobre los individuos (Katz, 1998). Una figura, la del líder de opinión, que a su vez posteriormente transmitiría la información recibida de los medios a los votantes, en lo que se conoce como two-step flow of communication (Dayan, 1998, p.104).

La entrada en una sociedad postindustrial hizo que los ciudadanos se alejasen de los partidos, obligando con ello a abandonar la identificación partidista como uno de los principales factores explicativos del voto. Entraron en juego, sin embargo, otros, como recogen autores como Nie, Verba o Petrocik (1976) entre los que destacaban: (i) la evaluación de la actuación del gobierno respecto a cuestiones de interés público; (ii) la marcha de la economía; (iii) la valoración de los líderes. Como señala Crespo Moreno, “esto llevó a la proliferación de estudios que intentaban pronosticar el voto teniendo en

cuenta cuestiones económicas” (Martínez & Martínez, 2015, p.89), midiendo la popularidad, por ejemplo, a través de la tasa de inflación o desempleo (Rosenstone (1983), Campbell (1992) o Lewis-Beck y Rice (1992).

Estas perspectivas, que reducían el impacto de los medios en el público, se vieron sobrepasadas y transformadas por la entrada en escena de nuevas herramientas comunicativas como la televisión o las redes sociales. Para Roberto Rodríguez, estas tuvieron un triple impacto sobre la concepción de liderazgo: (i) cambiaron la forma de entenderlo; (ii) favorecieron la personalización de la política y; (iii) consolidaron la tendencia a considerar a los ciudadanos como espectadores del proceso político (Rodríguez Andrés, 2021, p.167).

En relación con el primer cambio, hay algunos, como Colombo, que hablan de un novedoso liderazgo electrónico, haciendo referencia a una preeminencia de la imagen que hace que domine la estética sobre la ética y que despolitiza el perfil del gobernante, al importar cada vez menos “la capacitación política para conseguir el éxito electoral” (Roberto, p. 169). Como señala Rodríguez citando a Sánchez Noriega:

Al gobernante cada vez se le exige menos que sea un hombre o una mujer de convicciones políticas, gestión ejecutiva, capacidad de negociación, dominio de la economía o de las relaciones internacionales. Por el contrario, al gobernante se le pide que sea un líder de masas que ofrece una imagen pública aceptable para todos (Rodríguez Andrés, 2021, p.258)

Es decir, no se escoge al más capaz, sino al que mejor proyecta su imagen a través de los medios, anclando el liderazgo, por lo tanto, más en el estilo y la popularidad que en el rendimiento (Denton y Woodward, 1998). Una espectacularización que autores como Ignatieff (2014) sintetizan aludiendo a la dramatización como esencia de la política, la cual lleva a los gobernantes a operar como verdaderos actores, “que tienen que saber improvisar y soltar en el instante oportuno frases de impacto preparadas por especialistas” (Rodríguez Andrés, 2021, p.128). De tal forma, de una política basada en la identificación con los partidos y sus ideas, se pasó a una que pivota en torno a la identificación personal con el candidato, cuya buena imagen puede movilizar y mejorar significativamente los resultados electorales del partido.

Este foco y atención que reciben personalidades particulares nos conduce al segundo cambio o transformación mencionada por Rodríguez (2021), la personalización de la política, refiriéndose con ello a la preeminencia cada vez más vital de los candidatos y los líderes frente a los partidos. Como refiere el autor, si en el siglo XIX y principios del XX la política se sostenía principalmente sobre la identificación de los ciudadanos con las ideas y los partidos, con las nuevas formas de liderazgo y de comunicación se pasó a una política de identificación personal con el candidato (Rodríguez Andrés, 2021). Este desnudamiento y visibilización de la dialéctica líder-ciudadano se traduce, realmente, en una relación de necesidad: el líder lo es porque el público le ve como tal, porque lo identifica como líder; el público necesita un líder como representación simbólica de la situación de la sociedad, que a su vez le imprima una dirección determinada; el individuo se ve reflejado en sus pares, que le construyen y moldean, le dan una identidad, una comunidad, un grupo, cuyo punto nodal es, en muchas ocasiones, un líder compartido.

Identificación-idealización es un binomio poderoso a la hora de explicar fenómenos sociales, puesto que sale de la dimensión individual y se adentra en la psicología colectiva de forma eficaz. Si pasamos un nuevo filtro y traducimos esta pareja a la relación entre un líder y su público, podemos afirmar, siguiendo a Denton y Holloway, que los ciudadanos quieren “que uno de ellos, un ciudadano medio que los conozca y les entienda, presente su candidatura para presidente. Como hemos indicado antes, una vez elegido, le exigen que tenga una fuerza, una visión y unos conocimientos por encima de esa media” (Denton y Holloway, 1996, p.37). Es decir, alguien con quien identificarse, y que a la vez se pueda realzar y engrandecer, amar, *invertir*. La relación ideal entre el líder y su público se trata, por lo tanto, de una proyección individual del sujeto-ciudadano, que se ve a sí mismo reflejado, en la sustancia, en el sustrato, en la figura del líder, con quien podría compartir un origen, unas tradiciones, una educación familiar, pero a su vez la dota de unas cualidades superlativas, unas cualidades que él mismo nunca podría llegar a poseer, y que, en el fondo, desearía poseer. Como indica Roberto Rodríguez, los “ciudadanos nos sentimos atraídos y agradados ante personas que consideramos como similares a nosotros” (Rodríguez Andrés, 2021, p.174).

Por último, las teorías de la mediatización coinciden en que la televisión ha convertido a los ciudadanos en espectadores pasivos, poco participativos, con menor capacidad de razonamiento, según Sartori, y un menor interés por la política (Sartori, 2012).

Plataformas de broadcasting como Netflix o HBO contribuyen a potenciar tendencias como el *nesting*, según la cual los jóvenes millenials preferirían quedarse en casa consumiendo series antes que salir a realizar cualquier otro tipo de actividad; un síntoma de una desconexión con la realidad, que pasaría a ser lo mostrado en las pantallas. Para otros, sin embargo, nuevas herramientas como las redes sociales serían realmente un potenciador de la participación, al permitir la interacción directa entre legisladores y ciudadanos, diluyendo a su vez el poder atribuido tradicionalmente a medios como la televisión, la radio o el periódico, los cuales ya no constituyen la única vía disponible para que el político lance mensajes a su público.

4. Metodología

La metodología de análisis ha consistido principalmente en la realización de una extensa revisión bibliográfica desde dos puntos de vista, uno teórico y otro práctico. Al haber una literatura bastante extensa sobre liderazgo ha sido necesario cribar y seleccionar aquellos contenidos que, consideramos, mejor se adaptan a nuestro caso de estudio. Sin embargo, no hemos escogido un modelo en particular, sino que, partiendo de la síntesis que lleva a cabo Delgado Fernández (2014), hemos decidido organizar nuestro análisis en cuatro ejes principales, cada uno, lógicamente, con sus subsecciones correspondientes.

El primero de ellos lo dedicaremos a profundizar en la figura individual de Isabel Díaz Ayuso, su prehistoria, para después intentar identificar algunos rasgos distintivos de su personalidad, no con la pretensión de identificar, como ha hecho hasta ahora la literatura, cuales son excepcionales, sino más bien lo contrario; ver qué es lo que hace que parezca un personaje tan accesible, popular, cercano.

El estudio de la historia de los líderes es necesario si bien no decisivo, por ello, continuaremos nuestro trabajo analizando el contexto en el que se ha producido su ascenso. Hablaremos de contextos porque consideramos que es necesario prestar atención a las diferentes capas que conforman y delimitan el marco de la política actual. Yendo de lo general a lo particular, intentaremos identificar un contexto cultural de época (*zeitgesit*), un contexto político, marcado por la crisis de representación, y un contexto coyuntural, en el que se produjo el ascenso de Ayuso: la pandemia.

A continuación, realizaremos un estudio estructural de la Comunidad de Madrid, para observar cual ha sido la tendencia de voto en esta autonomía, qué marcos ideológicos predominan, y en qué medida esto puede haber contribuido al ascenso de Isabel Díaz Ayuso. En este mismo apartado analizaremos el público al que se dirigen los políticos en este enclave territorial, cuáles son sus necesidades, objetivas y subjetivas, para determinar a qué responde el liderazgo de Isabel Díaz Ayuso.

Nuestra cuarta dimensión consistirá en un análisis de la figura de su antagonista percibido, Pedro Sánchez, puesto que las identidades y las afiliaciones no se construyen solo por afinidad sino también por oposición.

5. Análisis

5.1. Prehistorias

Isabel Díaz Ayuso nació el 17 de octubre de 1978 en el distrito madrileño de Chamberí, en el seno de una familia dedicada principalmente a la venta de artículos médicos y ortopédicos. Tras licenciarse en Ciencias de la Información en la Universidad Complutense de Madrid en el año 2000, Díaz Ayuso se especializó en comunicación política, realizando su doctorado en esa misma universidad (Ochando, 2021).

Recién egresada, ya como periodista, inició su trayectoria profesional en la radio irlandesa MK Spin FM, destacando sin embargo su colaboración con Carlos Peñaloza en Radio Inter (Espartero, 2020). A pesar de haber trabajado también en varias agencias de marketing y departamentos de prensa, es en la radio donde desarrolló más su profesión (Ochando, 2021). En 2004/2005 dio finalmente el paso a la política, ingresando en las Nuevas Generaciones del Partido Popular, momento a partir del cual empieza a desempeñar distintas funciones en los gobiernos de la Comunidad de Madrid (Calleja, 2022).

Así pues, entre 2006 y 2011 se adhirió al equipo de la presidenta Esperanza Aguirre, destacando su rol como asesora de comunicación de la Vicepresidencia Segunda, así como de la Consejería de Justicia e Interior (Ochando, 2021). En 2012, tras la renuncia de Engracia Hidalgo, Díaz Ayuso se convirtió en Diputada de la Comunidad de Madrid en la IX legislatura de la Asamblea, repitiendo en 2015, esta vez, como número 23 de las listas del Partido (en las anteriores elecciones había ocupado el puesto 74) (Ortiz, 2021).

Al estar especializada en el potencial político de las redes sociales como herramienta de comunicación partidista, en 2015 comenzó a dirigir la presencia online del Partido Popular, así como la campaña digital de Cristina Cifuentes, elementos que contribuyeron de forma significativa a su ascenso en las listas (Lizón, 2019). Al salir elegida Cifuentes como presidenta, Ayuso es nombrada Portavoz adjunta del grupo parlamentario en la Asamblea de Madrid, hito que da un gran impulso a su carrera, y que deriva en su nombramiento en 2017 como viceconsejera de Presidencia y Justicia (Ochando, 2021).

Tras ser cesada en 2018, se dedica en exclusiva a la dimensión comunicativa del PP madrileño como nueva vicesecretaria de Comunicación y portavoz (Ortiz, 2021).

La elección de Pablo Casado, antiguo compañero de Nuevas Generaciones, como Presidente Nacional del PP en 2019, derivó en su nombramiento como candidata del Partido a la Presidencia de la Comunidad de Madrid, en lo que constituyó el comienzo de la construcción de su hiperliderazgo político (Lizón, 2019).

5.2. Contextos

Las características personales que hemos identificado en Isabel Díaz Ayuso tienen éxito, en gran medida, debido a los contextos en los que se inscriben. La estructura determina y potencia, o limita, la agencia, y hace a los ciudadanos más o menos susceptibles a determinados mensajes o actitudes.

Como señala Luis Arroyo,

A la hora de preguntarse por el índice de aprobación de un líder, es mejor buscar narrativas, no formulas. Es decir, buscar cuales son las narrativas subyacentes en la sociedad, cual es el relato colectivo que una sociedad narra sobre si misma. Si la narrativa que predomina es de guerra, se buscará un jefe militar, si hay tranquilidad y optimismo, la sociedad buscará perfiles más maternos (Arroyo, 2015, p.244).

En este sentido, identificaremos tres contextos que han ayudado o favorecido la construcción del hiperliderazgo de la presidenta de la Comunidad de Madrid.

5.2.1. Contexto cultural: hegemonía posmoderna

Actualmente nos encontramos en lo que algunos autores han denominado posmodernismo. Este, como tal, es un concepto difícil de definir, que ha sido tratado desde diferentes perspectivas y escuelas.

El sentido que se le da actualmente al posmodernismo cristalizó, según Perry Anderson, durante la década de los 70 gracias a la labor de críticos como Ibn Hassan o arquitectos

como Robert Venturi o Charles Jenks (Roggerone, 2014, p.156). Para algunos, como Craig Owens, el posmodernismo constituiría una crisis de la representación occidental anunciada por el auge de discursos hasta ahora marginados o reprimidos (Owens, 1991) que, al igual que para Kenneth Frampton, enmarcarían su origen en el declive de los mitos modernos del progreso y la superioridad (Frampton, 1998).

Otros, como Frederic Jameson (2016), definen posmodernidad como una nueva lógica cultural que acompaña a una serie de transformaciones en el terreno económico, anunciadas por Alain Touraine (1973) y Daniel Bell (Bell, 2006) bajo el nombre de “sociedad postindustrial”. Apoyándose en Ernst Mandel (1999) la entrada en la sociedad postindustrial representaría una tercera etapa del capitalismo en la que la producción industrial y la omnipresencia de la clase obrera, habrían pasado a un segundo plano al consolidarse una economía basada en la investigación teórica sistemática (Bell, 2006). Según Jameson (2016), en la etapa posmoderna se habría perdido la capacidad de pensar históricamente dando paso a una sincronía de tipo ‘esquizofrénico’, análisis que comparte con Baudrillard (1974) en la que sería imposible articular referencias de carácter temporal.

Otra definición, o posición teórica, que se suele utilizar para conceptualizar el posmodernismo es la adoptada por Jean-François Lyotard, el cual definió la condición posmoderna como una “incredulidad frente a meta-relatos” (Lyotard, 1989, p.10), como “la dialéctica del Espíritu” (Lyotard, 1989, p.10), la “hermenéutica del sentido” (Lyotard, 1989, p.10), o la “emancipación del sujeto razonante o trabajador” (Lyotard, 1989, p.10), los cuales habían caracterizado a la época moderna pero que ahora quedaban dispersados en “nubes de elementos lingüísticos” (Lyotard, 1989, p.10). Un cambio del *estatus* del saber que, al igual que Frederic Jameson (2016), Lyotard (1989) relaciona con la entrada de la sociedad en la edad postindustrial; la etapa posmoderna sería su contraparte cultural.

A efectos prácticos, algunos autores como Gilles Lipovetsky (2012) analizan las distintas características y consecuencias de lo que se define como época posmoderna desde un punto de vista eminentemente crítico. Según el autor, esta se correspondería con una “segunda revolución individualista” (Lipovetsky, 2012, p.7) que tendría por síntomas la “erosión de las identidades sociales, el abandono ideológico y político, la desestabilización de las personalidades” (Lipovetsky, 2012, p.7). Lipovetsky (2012) relaciona la época posmoderna con una hipertrofia estética, una expansión de un Yo cada

vez más centrado en si mismo, la apatía y la indiferencia de masa, y el desencanto de un mundo centrado en la búsqueda de la propia identidad y la configuración de la diferencia.

Un narcisismo que se ha traducido en la transición de un paradigma dominado por la globalización, que en su momento supuso, como señaló Anthony Giddens en los 90, un cambio en las condiciones de vida con afán integrador, hacia un paradigma dominado, al menos mediáticamente, y también cada vez más en la política, por las guerras culturales, representadas por las políticas de la identidad (Giddens, 2007).

Como señalan Quintana Paz y José María Marco, la traducción de las reivindicaciones de un paradigma identitario muy afectado, añadimos nosotros, por la influencia de la *French Theory*², daría lugar a un nuevo sujeto para el que (i) el ‘yo’ sería un “constructo artificial, fruto de un relato o una narrativa en la que siempre será posible detectar lo que en su elaboración interviene de poder – y por tanto de política” (Marco y Quintana, 2020, p.5); (ii) Ese nuevo ‘yo’, realmente, busca “la expresión de un fondo auténtico, aquel que revela lo que se es de verdad, sin mediaciones, sin interferencias, de forma completamente libre, como nunca se había ni siquiera soñado que se podía llegar” (Marco y Quintana Paz, p.5).

En España, las guerras culturales han entrado de la mano de significantes como racialización, queer, interseccionalidad, woke, cancelación o lenguaje inclusivo (Marina, 2022). Si bien muchos de ellos se han quedado limitados principalmente al debate en redes sociales, como puede ser la atención que se le dedicó en España al movimiento Black Lives Matter, origen de lo woke, otros se han instalado en programas de televisión como Playz, cuna de la izquierda posmoderna española; herramientas mediáticas fundamentales a la hora de construir capital político (Pluckrose, 2021). Por otro lado, la teoría queer de Judith Butler ha llegado al terreno del derecho a través del *Anteproyecto*

² French Theory describe el desembarco de los pensadores postestructuralistas franceses – Foucault, Derrida, Barthes, Deleuze, Baudrillard, Lacan, Kristeva – en Estados Unidos en la década de los setenta y la propagación y mutaciones de sus ideas en el Nuevo Mundo: la deconstrucción, la diseminación, el biopoder, las micropolíticas, el simulacro, el cuerpo sin órganos, lo hiperreal. Ver Cusset, F. (2010). *French theory: Foucault, Derrida, Deleuze & Cie et les mutations de la vie intellectuelle aux états-unis*: Postface inédite de l'auteur. Éditions La Découverte. El más reciente episodio público de cancelación en España se puede encontrar en el siguiente enlace <https://www.diariodemallorca.es/mallorca/2022/04/07/cancelacion-manana-uib-sido-atentado-64782257.html>

de ley para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBI, el cual provocó un importante conflicto con el feminismo radical español. (Meyer et al., 2021)

Este conjunto de temas y batallas discursivas contribuyen a la conformación de una hegemonía cultural que Cayetana Álvarez de Toledo define como el ‘tablero inclinado’, es decir, un campo en el que el sentido de lo moral/inmoral habría sido definido desde parámetros de izquierda (Álvarez de Toledo, 2020). La ex portavoz del PP llama a dar en este sentido la batalla cultural para ‘nivelar el tablero’, que no sería sino sacar la cosmovisión de los asuntos ideológicos, políticos y prácticos que se proyectan desde la derecha, de la espiral del silencio, en el sentido de Noelle Neumann (Álvarez de Toledo, 2020) (Neumann, 2011).

Su propósito sería combatir la superioridad moral de la izquierda, idea recogida por Ignacio Sánchez Cuenca en un corto y polémico libro, que despoja a la derecha de la gestión humana y centra su virtud en la gestión pública (Sánchez-Cuenca, 2018). La reacción neoconservadora ante esta hegemonía, de forma similar pero lógicamente distinta a la de los años 80 con Ronald Reagan y Margaret Thatcher, ha sido el nacimiento de una ‘derecha sin complejos’, concepto asociado generalmente al partido VOX, o a dirigentes especialmente beligerantes del Partido Popular como puede ser la propia Isabel Díaz Ayuso, Cayetana Álvarez de Toledo, o José María Aznar (Cusset, 2010)

En este sentido, Isabel Díaz Ayuso es uno de los mayores representantes de la batalla cultural porque está reivindicando y promoviendo un estilo de vida diferente, bajo el marco de la libertad; libertad identitaria, económica, educativa, de circulación. Como defiende el periódico La Razón en uno de sus editoriales:

[Isabel Díaz Ayuso ha promovido] un concepto de libertad, sin embargo, muy alejado de los grandes gestos, vacuos en demasiadas ocasiones, que los ciudadanos han sabido interpretar en sus exactos términos y que han identificado en la figura de la candidata popular. [...] Ha desvirtuado la dialéctica de la izquierda, puesto que pone el acento en el derecho de las personas a desenvolverse social y laboralmente desde su propia libertad (Editorial, 2021).

Un paradigma que sin duda tuvo especial impacto debido a la pandemia, pero que, como defendemos, también tiene un correlato subyacente a nivel cultural. La identificación de la libertad con la vida personal o con el tiempo libre, la posibilidad de empezar de cero, si bien ha sido atacado por la izquierda por simplista, ha calado entre la población madrileña (Tapias, 2021) (EFE, 2022).

Para Ayuso,

Libertad significa llevar una bandera de cualquier color y que se te respete, si eres un cocinero famoso, un cantante o un filósofo, y dices votar a uno u otro lado, que se te respete, llevar una pulsera que dice libertad y no tener que ocultarla (Ayuso, 2021).

Es un reclamo contra la dirección moral del Estado, una reivindicación liberal que demanda la menor intromisión posible de las instituciones en la vida del ciudadano. Un ejemplo claro, anterior a la pandemia, fue la polémica planteada en enero en relación con los cambios que proponía el Gobierno en la Ley de Educación, que, según la presidenta de la CAM, ponía en tela de juicio esa potestad de las familias para elegir el tipo de educación y atacaba la educación concertada en favor de la pública, una decisión que para la dirigente popular tenía un claro cariz ideológico (Comunidad de Madrid, 2020). Frente a esta medida del Gobierno, el 3 de febrero de 2022 aprobó, junto a VOX, la nueva Ley Maestra de Educación de la CAM, con el objetivo de contrarrestar la llamada Ley Celaá y garantiza la libertad de elección de centro educativo (Europa Press, 2022).

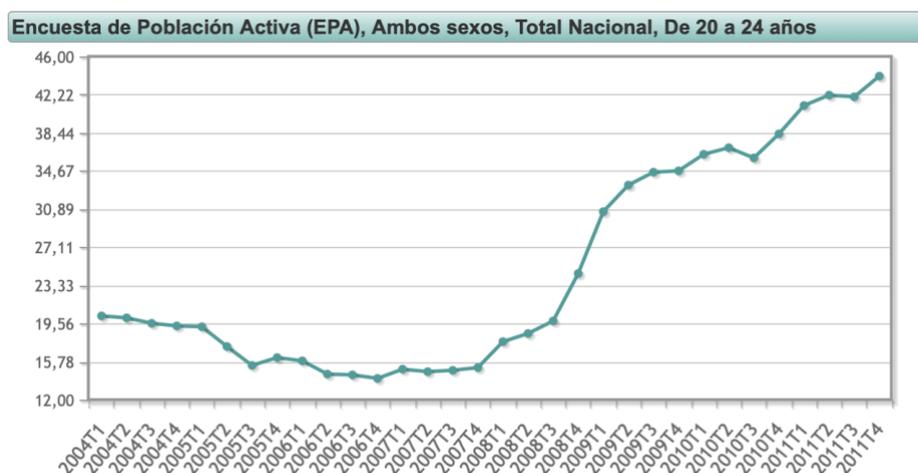
5.2.2. Contexto político: crisis de representación y rebelión de las élites

La política hoy en día se percibe, en gran medida, como elitista. Los miembros de los órganos representativos del Estado han perdido el contacto con la calle; los partidos, en su evolución histórica, han pasado de ser partidos de masas, a partidos atrapalotodo para finalmente pasar a ser partidos cartelarios (Mudge, 2018. Mair, 2015). Es decir, partidos “altamente mediatizados, con una pequeña dirección que pasa por encima de las estructuras y cuerpos intermedios, sin contrapesos internos y con una débil implantación en la sociedad civil y otras instituciones” (Tamames, 2021, p.319), que habrían acabado gobernando, según el politólogo irlandés, el vacío.

En España, esta circunstancia se tradujo en una aun persistente crisis de representación política y falta de confianza de los ciudadanos hacia sus representantes. Como señala Panebianco, los partidos se han erigido, históricamente, como el cauce a través del cual canalizar la pluralidad de ideologías presentes en la sociedad (Panebianco et al, 2009), una centralidad que impediría, para Schattschneider, concebir la democracia sin ellos (Schattschneider & Pina, 1964). Serían uno de los elementos fundamentales en el proceso de “nacionalización y democratización de los Estados” (Pérez-Agote, 2018, p.3) uno de los mecanismos puestos en marcha desde la esfera privada, según Habermas, que consiguieron poner en contacto la esfera política (representada en su momento por el Rey) y la esfera pública (la sociedad civil) (Habermas, 1989).

La conexión entre la sociedad civil y la esfera política es necesaria a la hora de construir una relación de comunicación fluida entre los ciudadanos y sus representantes, una relación que, si como señala Vallespín, “ya habría dado muestras de agotamiento con anterioridad” (Vallespín, 2015, p. 985), se vio definitivamente debilitada por la crisis económica de 2008 y su deficiente gestión por parte del gobierno socialista de José Luis Rodríguez Zapatero.

Tasa de paro por edad en España de 2004 a 2011 en %



Datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4247#!tabs->

Como se puede observar, en el periodo que comprende de 2004 a 2011, el porcentaje de jóvenes entre 20 y 24 años en paro aumentó desde el 20,4% en el primer trimestre de 2004, hasta el 44,1% en el último trimestre de 2011; un aumento de más del 100%, y cuyo

rápido incremento comenzó, lógicamente en 2008, tras el colapso del banco norteamericano Lehman Brothers (INE, 2020).

Una de las consecuencias más evidentes de la crisis económica y de la falta de confianza en los partidos tradicionales fue el movimiento 15-M; nacido el 15 de mayo de 2011, y que supuso la vía de escape para múltiples sectores de la sociedad, entre los que destacaban los jóvenes, que sentían que el sistema les había abandonado a su suerte (Tardío, 2019). La mala gestión económica, los casos de corrupción estructural, presentes tanto en el PP con la trama Gürtel como en el PSOE con el caso ERE de Andalucía, un alto nivel educativo y, sobre todo, una aguda percepción de falta de alternativas tanto a nivel político como laboral, dio lugar a la implosión del sistema bipartidista hacia un paulatino multipartidismo en el que las grandes mayorías parlamentarias han dejado de existir, y en el que la polarización marca la nota de la conversación pública (Molina & Lisa, 2021).

Con esta situación se transitó por el camino marcado por Christopher Lasch (1996) en su profética obra *La rebelión de las élites*, o por el elucidado por Christophe Guilluy (2019) en *No Society: el fin de la clase media occidental*. En lo que aquí nos ocupa, es decir, la forma contextual que pueda haber favorecido el ascenso de Isabel Díaz Ayuso, diremos que la hegemonía percibida, a nivel cultural, por un gran número de votantes tradicionales de la derecha y de la izquierda clásica es la que refiere Lasch (1996) en su estudio; la de unos representantes que han vaciado las palabras de contenido, y que no las conectan con realidades que preocupan a la gente, sino que orientan sus acciones hacia la protección de unas minorías que priorizan por sus sufrimientos pasados. Una clase política aislada que se erige en síntoma de la ‘gran secesión’ anunciada por Guilluy (2019), y que implica su abandono del interés común.

La reacción a este abandono se ha traducido en un progresivo incremento del desinterés por la política, pero también en el nacimiento de movimientos populistas como Podemos, Más Madrid o VOX, que claman contra estas élites y prometen un retorno al ‘pueblo’, la ‘España viva’ o ‘lo cotidiano’; significantes que denotan una falta, un vacío, que es el que estructura nuestra sociedad hoy en día, y que es el que dirigentes como Ayuso están intentando cubrir (Arias Maldonado, 2021). En este sentido, actualmente la presidenta de la CAM sería la segunda líder mejor valorada del tablero político español, solo por detrás

de Feijóo, y fue la política mejor valorada entre el electorado madrileño antes de las elecciones del 4-M, con un 47% de valoraciones positivas frente al 24% de Gabilondo, el 22% de Mónica García, el 8,8% de Edmundo Bal, el 15,7% de Rocío Monasterio o el 10,5% de Pablo Iglesias (Lardiez, 2021).

Valoración de líderes políticos

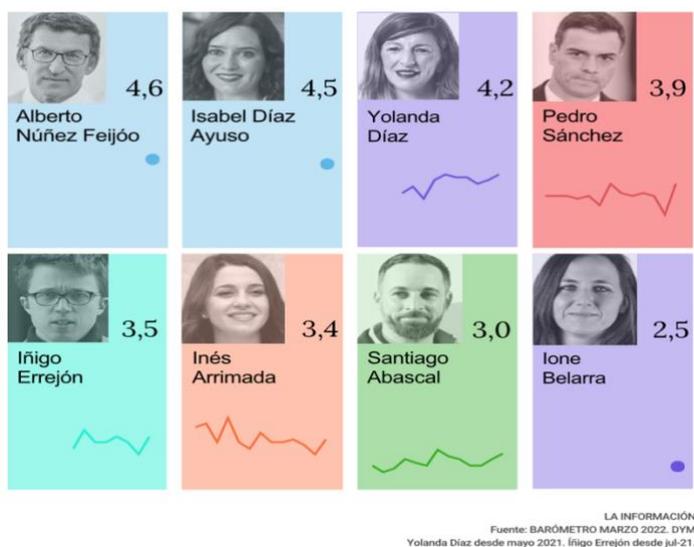


Imagen obtenida de <https://www.lainformacion.com/espana/fejoo-y-ayuso-son-ya-los-politicos-mejor-valorados-por-delante-de-sanchez-y-diaz/2862925/>

5.2.3. Contexto estructural autonómico: Madrid y la “antropología neoliberal”

Tras las tres legislaturas consecutivas del socialista Joaquín Leguina (1983-1995), la Comunidad de Madrid ha estado gobernada de forma ininterrumpida por el Partido Popular; más de 25 años al frente del consistorio madrileño que, sin duda, han contribuido a forjar un ambiente cultural y político particular (ABC, 2020). El término “antropología neoliberal” ha sido utilizado por Iñigo Errejón para interpretar los sucesivos triunfos de Isabel Díaz Ayuso en 2019 y 2021 (Sánchez Martínez, 2021).

Para el dirigente de Más Madrid, el madrileño habría sido transformado en un *homo economicus*, que votaría a la derecha debido al marco fantasmático que gobierna sus decisiones y estructura sus preferencias; una influencia de lo real en el pensamiento más propia de corrientes materialistas que del populismo discursivo que ha guiado hasta ahora tanto su estrategia como las lecturas que plantea sobre lo político (Sánchez Martínez, 2021). Para construir esta hegemonía, la derecha habría empleado, según el periodista

Fernando Caballero Mendizábal (2019) cuatro herramientas principales: (i) la sanidad; (ii) la educación concertada; (iii) la política de vivienda; (iv) el urbanismo. El escritor Jorge Dioni concede a estas últimas dos una especial importancia. Para el analista zamorano, un concepto clave que explica el éxito de la derecha en Madrid es el de los Programas de Actuación Urbanística (PAU) (Dioni López, 2021); en sentido estricto, los PAU serían

Aquellos instrumentos urbanísticos que tienen por objeto la programación, delimitación o sectorización de suelo urbanizable, en aras a su incorporación al proceso urbano para sectores de suelo no programados o sectorizados por el planeamiento general (Guías Jurídicas, 2015).

Para Dioni la traducción práctica de este modelo urbanístico era la construcción efectiva de hegemonía liberal. Como señala el urbanista italiano Bernardo Secchi:

Los modelos urbanísticos no solo son productores de una política, sino que crean política; no tanto en el sentido de afinidad con una opción concreta, sino en desarrollo de una visión del mundo, de un modo de ser y estar. No solo en la relación, de integración o exclusión, entre las diversas clases sociales, sino en cómo los habitantes de esos espacios consideran conceptos como la libertad, la seguridad, la democracia o la cultura (citado por Dioni López, 2021, p.20);

De tal forma, para Dioni, “lo cotidiano ayuda a conformar una ideología vinculada a ciertas cuestiones, como la propiedad o la seguridad, que, a su vez, busca su representación” (Dioni López, 2021, p.20). En este sentido, el modelo PAU crearía un “estilo de vida individualista y competitivo, que favorecería las soluciones particulares, el aislamiento y el repliegue” [...] y promovería “la cultura del esfuerzo, la meritocracia y la autoayuda” (Dioni López, 2021, p.20). Un modelo de ciudad dispersa, que favorece el aislamiento de los más ricos en suburbios periféricos, lo privado frente a lo público, dificulta la utilización de servicios sociales (como el transporte público) y, en definitiva, lo común (en este sentido siempre se pone como ejemplo la política fiscal de la Comunidad).

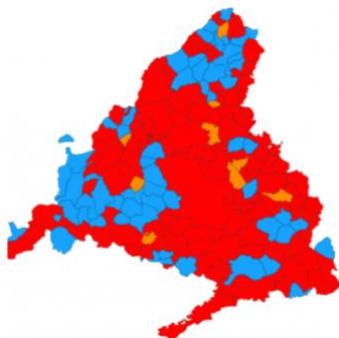
La clave, para Dioni, estaría en el cinturón naranja situado en los nuevos desarrollos urbanos al norte o al este de Madrid, como Arroyomolinos, donde se tiende al

individualismo y donde se proyecta un estilo de vida estable, sin sobresaltos, seguro, y, sobre todo, cuyo eje articulador se encuentra en la economía (Dioni López, 2021). Para el autor:

Una pareja de unos cuarenta años, dos hijos, profesionales y de renta alta o media pueden situarse en el centro o incluso considerarse progresistas, pero su cotidianeidad hace que estén más interesados en las rebajas fiscales o la extensión de los conciertos educativos que en el programa social que el gobierno de Sánchez desgranaba los viernes (Dioni López, 2021, p.27).

Sin embargo, en las pasadas elecciones del 4-M el Partido Popular de Díaz Ayuso venció también en el denominado cinturón rojo, una zona donde habita el 25% de la población de la capital y que tradicionalmente ha votado al PSOE-M, por lo que su liderazgo, a pesar de que se apoye en las circunstancias descritas por Dioni (2021) desborda, de forma, clara, su explicación (Alcutén, 2021).

Resultados electorales 2019



Resultados electorales 2021

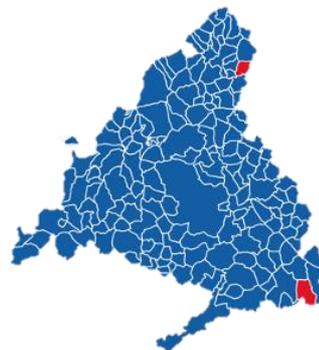


Imagen 1 (izquierda) obtenida de <https://www.20minutos.es/noticia/4685812/0/cinturon-rojo-madrid-tine-azul/>

Imagen 2 (derecha) obtenida de <https://resultados2021.comunidad.madrid/Resultados/Comunidad-de-Madrid/r-1/MAS-MADRID/c5/es>

5.3. Adversario percibido: Pedro Sánchez y la construcción antagonista del liderazgo

Como señala Imelda Rodríguez Escanciano, una de las claves del liderazgo de Isabel Díaz Ayuso ha sido “presentarse continuamente con un perfil de valentía ante los poderosos” (Escanciano, 2021 p.293), posición del relato que ocuparía Pedro Sánchez, y que favorecería el “*efecto underdog*” (Escanciano, 2021 p.293)³ de la candidata popular. Se trata de la construcción de un antagonista frente al que huir, del que protegerse; dos modelos de vida y de sociedad contrapuestos, cuyo fundamento, el conflicto inherente al espacio común, la pertenencia a un grupo y el rechazo al *Otro* ha sido ampliamente estudiado desde diversas disciplinas.

Como señala Gregorio Peces-Barba,

En la cultura política y jurídica moderna coexisten dos modelos centrales de convivencia, en un enfrentamiento dialéctico permanente y que son incompatibles entre sí. Están basados en dos concepciones del mundo y de la vida donde predominan los valores individuales, en un caso, y los colectivos en otro, y donde no existe posibilidad alguna de conciliación, ni mucho menos de síntesis integradora (Peces-Barba, 2010, p.20).

En esta línea, en su famosa obra *El Concepto de lo político*, Carl Schmitt lo teorizó (lo político) como un espacio social atravesado por la dialéctica amigo-enemigo, en el que podría surgir el conflicto debido a una enemistad entre sujetos que no sería sino la “negación óntica (referido al ente) de un ser distinto” (Peces-Barba, 2010, p.20).

El antagonismo schmittiano, explicado en nuestro trabajo de forma muy limitada, fue recogido por el populismo de Ernesto Laclau y Chantal Mouffe, absorbido por Podemos, para anunciar la existencia de un sujeto moral agraviado, el ‘pueblo’, que se enfrentaría a una élite corrupta, el ‘anti-pueblo’ (Errejón & Mouffe, 2015).

Una división arriba-abajo que debía construirse de forma discursiva a través de significantes vacíos y cadenas de equivalencia, pero que descansaba, en última instancia, en la oposición de la ‘otredad’ a la ‘mismidad’, lo conocido frente a lo distinto, la creación

³ Este término hace referencia a la situación que se da cuando la opinión pública se solidariza con los candidatos que perciben como débiles, diana de discriminación o persecución por parte de otros candidatos o de los medios de comunicación.

de un enemigo para el refuerzo identitario del grupo, y la conversión de lo particular en universal (Tardío, 2019).

Desde una perspectiva filosófica, Hegel (1990) teorizó la oposición entre elementos, sustancias o corrientes que se niegan de forma especular, una tesis y una antítesis, cuya interacción y disputa finalmente derivaba en una síntesis que incorporaba partes de una y de otra, siendo el resultado sin embargo distinto a ambas partes. Para Hegel (1990) el antagonismo no sería sino condición de posibilidad de la existencia autoconsciente.

Es en y por, o mejor aún, en tanto que "su" Deseo que el hombre se constituye y se revela -a sí mismo y a los otros- como un Yo, como el Yo esencialmente diferente del no-Yo y radicalmente opuesto a éste. El Yo (humano) es el Yo de un Deseo o del Deseo. (Kojève & Sebrelli, 2006, p.1)

Tras el reconocimiento del Deseo, condición necesaria de la conciencia, vendría el deseo de reconocimiento, en cuya lucha se originaría la realidad humana,

Y puesto que cada uno de los dos seres dotados del mismo Deseo está dispuesto a llegar hasta el fin en la búsqueda de su satisfacción, esto es, está presto a arriesgar su vida y por consiguiente a poner en peligro la del otro, con el objeto de hacerse "reconocer" por él, de imponerse al otro en tanto que valor supremo, su enfrentamiento no puede ser más que una lucha a muerte. Y es sólo en y por tal lucha que se engendra la realidad humana, se constituye, se realiza y se revela a sí misma en los otros. (Kojève & Sebrelli, 2006, p.4)

De tal forma, si el deseo era para Hegel (1990) la presencia de una ausencia, Díaz Ayuso detectó de forma clara el deseo latente de la sociedad española en general; en una situación de pandemia, de restricciones, de aislamiento, el discurso de la libertad rellenaba un vacío que puso en suspense la vida normal del ciudadano y, más aún, evidenció uno de los mayores miedos de una sociedad hiperconectada; la soledad. La pandemia puso de relieve una de las condiciones que estructuran a nuestra sociedad actual de una forma cruda y desprovista de filtros, de narrativas éticas o épicas, como señala Lipovetsky (2012) y que señala un vacío del que era muy difícil apartar la mirada durante la crisis (Valdés, 2021).

Una falta evidenciada por una situación excepcional, que Ayuso transformó en un discurso político, en una evocación de un pasado sin restricciones, opuesto a su antagonista, Pedro Sánchez, que pasó a representar la ineficacia y la improvisación de la gestión, así como la incompreensión de las necesidades reales de los madrileños, más allá de la situación objetiva.

De tal forma, el antagonismo madrileño se ha configurado como una lucha entre dos concepciones-mundo, como sostenía Peces-Barba (2010) entre la libertad (económica, educativa, de circulación), y la seguridad y solidaridad (la primera sanitaria, la segunda fiscal). Díaz Ayuso, por su condición de presidenta regional, partía inmediatamente en una posición de debilidad para el imaginario colectivo, ya que no escogió a Ángel Gabilondo como su oponente, sino que decidió contraponerse a lo que representaba Pedro Sánchez, el presidente del Gobierno (Ruíz, 2022). Su relación fue compleja desde el comienzo del mandato madrileño, pero sus enfrentamientos han pivotado, sobre todo, en torno a los siguientes ejes: (i) política fiscal y asuntos económicos; (ii) gestión de la pandemia; (iii) arraigo de la educación concertada en la Comunidad de Madrid.

En este trabajo nos centraremos en analizar los primeros dos. En cuanto al primer punto, un asunto de conflicto se ha articulado en torno al hecho de que el Gobierno de España lleva un tiempo planteando la armonización fiscal para bloquear medidas de la política madrileña dirigidas a aligerar la carga impositiva de los ciudadanos de la Comunidad. Isabel Díaz Ayuso se pronunció en diversas ocasiones en contra de esta medida, defendiendo que sería una exigencia de los independentistas catalanes actuales socios de gobierno del PSOE (Mateo & Marcos, 2021).

Estamos absolutamente en contra de la subida de impuestos, y menos a la carta, para pagar independencias (Mateo & Marcos, 2021).

Por otro lado, Ayuso ha expuesto y reivindicado sus diferencias respecto al Gobierno central también en los Tribunales. Destaca la reclamación de los 377 millones de euros por la liquidación del IVA de diciembre de 2017, o los 54 millones pendientes de liberación de las entregas a cuenta de 2019 (Mateo & Marcos, 2021). También ha visibilizado un percibido trato discriminatorio a la Comunidad de Madrid en el reparto de los Fondos europeos de recuperación, defendiendo que comunidades autónomas como Cataluña o Valencia habían recibido una mayor cantidad que la capital (aproximadamente

500 millones más en el caso de Cataluña y apenas 30 millones en el caso de la Comunidad Valenciana) (Casqueiro, 2020).

Otro punto de confrontación clara, y decisiva, ha sido la pandemia. Si bien la Comunidad de Madrid tomó la iniciativa con la publicación de la Orden 338/2020 del día 10 de marzo, suspendiendo temporalmente la actividad educativa presencial, y el Gobierno no reaccionó hasta el 14 de marzo, la dinámica de la gestión de Ayuso se ha caracterizado por un intento constante de minimizar la limitación de libertades individuales mientras que el Ejecutivo de Pedro Sánchez apostó por mayores restricciones (Mateo & Marcos, 2021). Durante la segunda ola, el Gobierno central intentó obligar a Madrid a decretar el cierre perimetral de varios municipios, una medida que fue anulada por el Tribunal Superior de Justicia de Madrid y posteriormente avalada por el Tribunal Superior de Justicia (Mateo & Marcos, 2021). Tras este evento se produjo un acercamiento entre ambos dirigentes en lo que se ha conocido como la ‘cumbre de las banderas’, la cual, sin embargo, no tuvo un resultado positivo ya



Isabel Díaz Ayuso y Pedro Sánchez en la Puerta del Sol. Foto tomada el 21 de septiembre de 2020 por Alberto Di Lolli.

que días después, el ministro de Sanidad de la época Salvador Illa, promovió la declaración de un Estado de Alarma circunscrito a la Comunidad de Madrid (Del Cura, 2021). Una gestión de la pandemia que se ha desarrollado principalmente en los tribunales, y en la que Madrid se destacó por no cerrar la actividad de la hostelería, y por ir eliminando restricciones rápidamente según iba mejorando la situación sanitaria (Mateo & Marcos, 2021). Una perspectiva liberal, que se puede resumir en el eslogan de ‘a Madrid vienes a que te dejen en paz’ pronunciado por Ayuso en diversas ocasiones (Díaz Ayuso, 2020). En este sentido, la gestión de la pandemia fue, sin lugar a duda, uno

de los principales elementos que reforzaron y proyectaron la imagen de Isabel Díaz Ayuso. Según el barómetro del CIS, el 33% de los encuestados afirma que la pandemia fue el tema “más debatido en las semanas que precedieron a la votación, y sitúa entre los siete asuntos de más actualidad otros tres relacionados con la enfermedad: la sanidad (5,4%), la libertad (4,2%) y la apertura de los bares (1,8%)” (Mateo, 2021).

Sin embargo, el 57,5% de los residentes de la “Comunidad de Madrid ya habían decidido su voto antes de que empezara” (De Vega & Ferrero, 2021). El marco empleado en la campaña, Libertad o Comunismo fue una buena síntesis del mensaje que construyó Isabel Díaz Ayuso en torno a su figura y a lo que proyectó como lo opuesto; Pablo Iglesias y Pedro Sánchez, un mayor control de los ciudadanos, política anti-Madrid, que favorece a los particularismos territoriales y que, de ganar, resultaría en una subida de impuestos (De Vega & Ferrero, 2021).

5.4. Elementos distintivos de su personalidad: Isabel Díaz Ayuso, una política ciudadana

Tanto la trama contextual como la construcción de su antagonista se ven complementadas, a su vez, por la figura de la propia Isabel Díaz Ayuso, cargada de un importante simbolismo. En este sentido, el principal rasgo de la presidenta de la Comunidad de Madrid es que se le percibe como cercana, empática; una persona con la que es posible identificarse, alejada del elitismo y la impostura discursiva que caracteriza a gran parte del espectro político hoy en día (Polo Alonso, 2021).

Siguiendo a Imelda Rodríguez Escanciano, “hasta el momento, su carisma revela autenticidad, desde una vertiente comunicativa original, en la que prima su naturalidad y la incorrección consciente, [...] una mezcla casi perfecta entre inocencia y rebeldía, con unas formas comunicativas de aplomo” (Escanciano, 2021, p.290-291).

En una serie de entrevistas a votantes y críticos de Isabel Díaz Ayuso realizada por el periodista Fernando González González para el programa Salvados (La Sexta, 2021), los testimonios ofrecidos revelan algunas claves sobre la personalidad que la presidenta de la CAM proyecta y la ciudadanía recoge.

5.4.1. Credibilidad

“Hasta el momento lo que ha prometido lo ha hecho. Entonces, si promete algo, significa que lo va a hacer” (La Sexta, 2021, min 0:55)

La primera característica que identifica este entrevistado es la coherencia; la capacidad de cumplir lo prometido. Esto es relevante, sobre todo en un siglo marcado por la desafección política. Saber que un político va a cumplir lo que dice, o creer que lo va a hacer, en base a una experiencia previa que sostiene la creencia, proporciona seguridad y, sobre todo, habilita el mensaje. Es decir, cuando una audiencia piensa que el orador, el político, está transmitiendo ideas y propuestas que posteriormente tendrán un correlato material, un impacto en sus vidas, el discurso resulta mucho más creíble, y se escucha con más atención. Se pasa del significante vacío, de la estética sin ética, y de la primaria de lo bello frente a lo verdadero, a un mensaje que, si bien puede seguir incidiendo en la forma, tiene un percibido correlato o conexión con la verdad. Esto, por un lado, refuerza la confianza del ciudadano en el político, y por otro le hace más susceptible y receptivo frente al resto de sus mensajes.

5.4.2. Respeto a la ciudadanía

“Me quedo con que respeta a la gente y [...] con que ha cumplido con su promesa de bajar impuestos” (La Sexta, 2021, min 1:08).

Este rasgo es muy relevante en un político, y, al igual que el anterior, refuerza la confianza de los ciudadanos hacia su figura. Implica, de tal forma, una relación de cercanía, dialógica, en la que el ciudadano ve al político como un representante en sentido estricto; una persona que actúa en su nombre y en su interés, y que no le considera un menor de edad, sino un adulto con capacidad de decidir. Esto conecta de forma clara con el aspecto impositivo, segunda parte de la proposición.

El principal mensaje de Ayuso, su principal vehículo discursivo a la hora de justificar la bajada de impuestos es que los ciudadanos gastan mejor el dinero que han ganado que el Estado (Comunidad de Madrid, 2021). Es decir, frente al paternalismo estatal, Ayuso defendería que la gente debería tener la libertad de gastar el dinero que genera según sus

gustos e intereses, y no ser tutelada por una administración que enmarca como ineficaz y sobrecargada. Proyecta una imagen de respeto a los ciudadanos, de igualdad frente al político, y confía en su capacidad para gestionar sus ingresos y al mismo tiempo generar riqueza, ya que, según defiende, la gente tiende a gastar más cuando tiene más dinero que gastar, lo que a su vez también favorecería la recaudación (Comunidad de Madrid, 2021).

5.4.3. Empatía y cercanía

“Va de cara” (Rodríguez, 2021).

“Parece de verdad” (Rodríguez, 2021).

Como expresan estas citas, una de las principales virtudes de Isabel Díaz Ayuso es su cercanía y naturalidad, lo cual favorece un fenómeno muy relevante en la construcción del liderazgo político: la identificación. Como defendía Rodríguez (2021) si en el siglo XIX y principios del XX la política se sostenía principalmente sobre la identificación de los ciudadanos con las ideas y los partidos, con las nuevas formas de liderazgo y de comunicación se pasó a una política de identificación personal con el candidato. Es decir, a la personalización de la política. De tal forma, figuras como la de Díaz Ayuso se habrían convertido en un “atajo cognitivo” (Laguna Platero, 2011, p.46) para los ciudadanos, que, por encima del programa y propuestas, concederían el voto en base al candidato.

Al decir que Díaz Ayuso “va de cara” (Rodríguez, 2021) o que “parece de verdad” (Rodríguez, 2021), lo que el votante está expresando son tres cosas: (i) se le puede conocer, se puede saber quién es Díaz Ayuso, es posible acceder a la persona además de a la candidata; (ii) es valiente, no tiene miedo de decir lo que piensa, lo que a su vez le imprime una importante dimensión de sinceridad y honestidad (iii) “parece de verdad”, es decir, se parece a nosotros, es posible identificarse con ella.

Cuando Isabel Díaz Ayuso, dice, en relación con los cierres a la hostelería que intentaba imponer el Gobierno central en la Comunidad de Madrid, que,

“Mientras no sea obligatorio lo que no vamos a ir es contra los intereses de los ciudadanos. Esta imposición llega tarde y se vuelve a cebar con la hostelería, que conmigo no

cuenten para arruinar a más ciudadanos, ni hosteleros ni comerciantes” (Tragacete & Morata, 2021).

Lo que está haciendo, realmente, es proyectar una imagen de cercanía, de estar en la trinchera con los ciudadanos que están sufriendo el impacto económico de la pandemia, dando importancia a esta dimensión, ya que es la que, efectivamente, conecta con la necesidad más básica de todo individuo adulto: conseguir llegar a fin de mes. Al conceder a esta necesidad una posición destacada, emparejada con la voluntad de proteger la salud pública, Ayuso demostró una importante y valorada empatía, alejada del mandato del gobierno central, que no tuvo en cuenta la economía y se centró, sin embargo, en la salud, una estrategia que, si bien podría resultar comprensible en una pandemia, desconectó de los miedos y necesidades de los ciudadanos.

5.4.4. Carisma y polémica

“Cada día es un titular” (La Sexta, 2021, min 03:50)

“España me debe una, que hemos sacado a Pablo Iglesias de la Moncloa” (Díaz Ayuso, 2021).

Otro rasgo que se valora de forma positiva a la hora de analizar el liderazgo de Díaz Ayuso es su espontaneidad. Esta frase, pronunciada tras haber ganado de forma clara las elecciones de la Comunidad de Madrid, es un indicador de la tendencia de la líder madrileña a decir lo que piensa, sin valorar las consecuencias. En un momento en el que la comunicación política está muy controlada por asesores y spin doctors, y en el que los políticos tienden a no transmitir sus opiniones con claridad, muchos votantes ven en esta característica una virtud, por mucho que en ocasiones se vea envuelta en diversas polémicas por palabras pronunciadas sin haber evaluado previamente su impacto. Isabel Díaz Ayuso es un ejemplo de como hacer virtud de algo que a priori podría considerarse un defecto (Esser et al., 2001).

Un ejemplo reciente de polémica por ‘exceso de espontaneidad’ podrían ser estas declaraciones relativas al cambio de nombre de la Estación de Atocha a ‘Puerta de Atocha Almudena Grandes’.

"Lo que sabemos es que el Gobierno quiere dar nombre de mujer a otras estaciones y ponerles el nombre de una mujer y yo lo que creo es que la Virgen de Atocha ya era mujer" (Ayuso, 2022).

El nombre de la estación no proviene de la Virgen de Atocha, si no de los cargamentos de cáñamo o atochal que venían de Alicante, hecho que la izquierda aprovechó para intentar ridiculizar a Isabel Díaz Ayuso.

6. Conclusiones

En este trabajo hemos intentado articular un análisis basado en tres ejes principales, que consideramos han sido los más relevantes a la hora de construir el liderazgo de Isabel Díaz Ayuso; contextos, adversario percibido y personalidad de la propia presidenta. De tal forma, hemos incorporado el elemento estructural, el antagonismo y la agencia individual, ofreciendo un modelo que, creemos, nos ha permitido elaborar un análisis completo del *fenómeno Ayuso*.

La primera conclusión que obtenemos del liderazgo de Ayuso y de sus resultados electorales en la Comunidad de Madrid es que la ciudadanía madrileña se siente poco interpelada por el marco conceptual creado tras el 15-M. El radicalismo verbal y el progresismo identitario son poco relevantes, o menos relevantes, para los habitantes de la Comunidad de Madrid; como defiende José María Marco desde una perspectiva histórica, “Madrid deja atrás la cuestión de la identidad; cualquiera que llegue y acepte la convención tácita que se le ofrece será considerado madrileño” (Marco, 2021, p.1). De tal forma, Madrid representa para el imaginario colectivo un modelo opuesto al ofrecido por el gobierno del PSOE y Unidas Podemos; menos impuestos, menos restricciones, menos mandatos morales.

La segunda conclusión que podemos extraer es que, efectivamente, el contexto estructural de la Comunidad favorece en cierta medida el avance de los marcos lanzados por Isabel Díaz Ayuso. Tras más de 20 años de políticas liberales, estas se han convertido en el sentido común de los madrileños, por lo que es, en cierta medida, más fácil defenderlas y conseguir que arraiguen en el imaginario colectivo. Esta posición de ventaja, sin embargo, se ha combatido a través de la construcción de un enemigo externo, Pedro Sánchez, cuyo modelo, ahora hegemónico en España, ha conseguido dotar a la batalla electoral y política entre la Comunidad y el resto de España de una cierta épica que ha transformado los códigos del enfrentamiento. Si las políticas liberales de Ayuso han sido la nota durante los últimos gobiernos de la Comunidad, se perciben como novedosas y contraculturales, lo que imprime a la disputa de una dimensión emocional que, sin lugar a duda, tuvo un importante potencial movilizador.

La tercera conclusión que podemos sacar de los resultados del análisis es que, si bien es cierto que la pandemia impulsó el liderazgo de Díaz Ayuso, no podemos reducir este a un fenómeno meramente coyuntural. El marco conceptual que condensó el significado de la pandemia entre Libertad o Comunismo, más allá de la evidente hipérbole, es uno que conecta no solo con la crisis pandémica, sino con un sentimiento de hartazgo generalizado de la ciudadanía española frente al elitismo político y su separación de lo material, de lo real.

La libertad, de esta forma, alude a la responsabilidad del ciudadano, a su tratamiento como mayor de edad, como adulto, capaz de tomar sus propias decisiones y de ser consecuente con los productos de estas. En este sentido, evoca un retorno parcial al ideal del individuo ilustrado, que más allá de sus rasgos identitarios, comparte con el resto una común humanidad. Como decía Montaigne (2020) cada hombre lleva dentro de sí toda la condición humana y el estilo convencional de la presidenta de la Comunidad, sus salidas de tono, lenguaje coloquial, y constantes referencias a los amigos, los bares, las parejas y demás, a lo que realmente se está refiriendo es a esos lugares que compartimos en la cotidianidad. Ayuso representa en esta línea lo que podemos denominar ‘el retorno de las élites’. Tras unos años alejadas de los ciudadanos y sus problemas, se percibe que un ciudadano ha llegado al poder; su cercanía y empatía, su constante interacción con la gente, tanto a través de redes sociales como en visitas y actos, su espontaneidad, y los

ataques y reproches que recibe de la izquierda, hace que cualquier ciudadano pueda identificarse con ella.

Díaz Ayuso es la confluencia de distintas variables, y, desde luego, ya ha habitado los dos cuerpos que le corresponden al político, según José Antonio Marina; el que llega al poder y el que lo mantiene. Habrá que ver si consigue consolidar su liderazgo en los tiempos fríos de la política, aunque en un contexto marcado por las constantes crisis y en el que la izquierda continuará dando la batalla cultural, se prevé que el marco creado por la presidenta de la Comunidad podrá ser mantenido a lo largo del tiempo.

7. Bibliografía

ABC. (2020). *25 años del PP en la Comunidad de Madrid: El Bastión Popular Más longevo, Con Luces y Sombras*. Retrieved from https://www.abc.es/espana/madrid/abc-25-anos-pp-comunidad-madrid-bastion-popular-mas-longevo-luces-y-sombras-202007050138_noticia.html

Álvarez de Toledo, C. (2021). *Políticamente indeseable*. EDICIONES B.

Arias Maldonado, M. (2021). El populismo de Vox y podemos: Un análisis multidimensional. Retrieved April 21, 2022, from <https://aecpa.es/es-es/el-populismo-de-vox-y-podemos-un-analisis-multidimensional/congress-papers/3190/>

Arroyo, L. (2015). *El poder político en escena: historia, estrategias y liturgias de la comunicación política*. RBA.

Ballart, X. y Ramio, C. (2000): *Ciencia de la Administración*, Tirant lo Blanch, Valencia.

BAUDRILLARD, J. (1974): “Réquiem por los media” en *Crítica de la Economía Política del signo*, Siglo XXI, México.

Bell, D. (1990): *El fin de las ideologías: sobre el agotamiento de las ideas políticas en los años cincuenta*, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Col. Clásicos, 12.

Bell, D. (2006). *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. Alianza Universidad.

Berta Ferrero, L. de V. (2021, May 7). El Cinturón Rojo de Ayuso: Del ansia de libertad al miedo a Pablo Iglesias. El País. Retrieved from <https://elpais.com/espana/elecciones-madrid/2021-05-07/el-cinturon-rojo-de-ayuso-del-ansia-de-libertad-al-miedo-a-pablo-iglesias.html>

Blondel, J. (1987): *Political leadership. Toward a general analysis*, Sage, Londres.

Borja Andrino, D. G. (2021, May 5). *El Mapa con los resultados de las elecciones en Madrid por municipios y distritos: El Auge de la derecha, La Erosión del Cinturón Rojo y Otras Claves Electorales*. EL PAÍS. Retrieved April 19, 2022, from <https://elpais.com/especiales/elecciones-madrid/el-mapa-de-los-resultados-del-4-m-por-municipios-y-distritos/>

Browne, G. C., & Cohn, T. S. (1958). *El estudio del liderazgo*. Paidós.

Casqueiro, J. (2020). *El PP ve Injusto Ahora el reparto de fondos especiales con Los Criterios Aprobados por la UE*. El País. Retrieved April 21, 2022, from <https://elpais.com/espana/2020-12-30/el-pp-ve-injusto-ahora-el-reparto-de-fondos-especiales-con-los-criterios-aprobados-por-la-ue.html>

Cusset, F. (2010). *French theory: Foucault, Derrida, Deleuze & Cie et les mutations de la vie intellectuelle aux états-unis: Postface inédite de l'auteur*. Éditions La Découverte.

Caballero Mendizabal, F. (2019). *¿Por qué Madrid es de derechas?* elconfidencial.com. Retrieved from https://blogs.elconfidencial.com/espana/tribuna/2019-06-09/por-que-madrid-es-de-derechas_2061214/

Calleja, M. (2022, February 22). *La Pandilla madrileña de nuevas generaciones de casado, Carromero y ayuso: De La Unión a la ruptura*. ABC. Retrieved April 20, 2022, from https://www.abc.es/espana/abci-pandilla-madrilena-nuevas-generaciones-casado-carromero-y-ayuso-union-ruptura-202202221216_noticia.html

Campbell, A., Converse, P., Miller, W.E. y Stokes, D.E. (1960). *The American Voter*. Nueva York: Wiley.

Campbell, James E. (1992). "Forecasting the Presidential Vote in the States". En: *American Journal of Political Science*, 36(2):386-407.

Comunidad de Madrid. (2021). *Díaz Ayuso ha anunciado la mayor Rebaja del IRPF y la supresión de todos los impuestos propios*. Comunidad de Madrid. Retrieved April 21, 2022, from <https://www.comunidad.madrid/noticias/2021/11/03/diaz-ayuso-ha-anunciado-mayor-rebaja-irpf-supresion-todos-impuestos-propios>

Davis, D.K. y Baron, S.J. (1981). "A History of Our Understanding of Mass Communication". En D.K. Davis y S.J. Baron (Eds). *Mass Communication and Everyday Life: A Perspective on Theory and Effects*, pp. 19-52. Belmont: Wadsworth Publishing.

Dayan, D. (1998). "Acerca de la teoría de los efectos limitados". En: J.M. Ferry, D. Wolton. *El nuevo espacio público*. Gedisa: Barcelona.

De Vega, L., & Ferrero, B. (2021, May 7). *El Cinturón Rojo de Ayuso: Del ansia de libertad al miedo a Pablo Iglesias*. El País. Retrieved April 21, 2022, from <https://elpais.com/espana/elecciones-madrid/2021-05-07/el-cinturon-rojo-de-ayuso-del-ansia-de-libertad-al-miedo-a-pablo-iglesias.html>

Del Cura, D. (2021). *Un año de la "Cumbre de las banderas": La Reunión Que Cambió El Mapa Político de Madrid y España*. La Razón. Retrieved April 21, 2022, from <https://www.larazon.es/madrid/20211003/757pv6i3rjhjt13mtfi7kxpan4.html>

Denton, R.E., Holloway, R.L. (1996): *The Clinton Presidency: images, issues and communication strategies*, Westport: Praeger.

Denton, R.E., y Woodward, G.C. (1998). *Political Communication in America*. Westport: Praeger.

Díaz Ayuso, I. (2020, January 16). *A Madrid se viene a que te dejen en paz*. [pic.twitter.com/jj4jo2smuv](https://twitter.com/jj4jo2smuv). Twitter. Retrieved April 21, 2022, from <https://twitter.com/idiayuso/status/1217804152773971968?lang=es>

Díaz Ayuso, I. (2021). *Ayuso: "España me debe una, que hemos sacado a Pablo Iglesias de la Moncloa"*. YouTube. Retrieved April 21, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=oJl5ddv7uGc>

Dioni López, J. (2021). *La España de las Piscinas: Cómo el urbanismo neoliberal ha conquistado España y transformado su mapa político*. Arpa.

Elorriaga, G. (1976): *Liderazgo político*, Editorial Sala, Madrid.

EFE. (2022, April 20). *Iglesias: "Si la libertad es ir a los toros o no encontrarte a tu ex, entonces con Franco También Había Libertad"*. www.20minutos.es - Últimas Noticias. Retrieved April 20, 2022, from <https://www.20minutos.es/noticia/4681343/0/iglesias-si-libertad-es-ir-toros-o-no-encontrarte-ex-franco-tambien-habia-libertad/>

Escanciano, I. R. (2021). *Imagen Política: Modelo y Método*. Gestión 2000.

Esser, F., Reinemann, C., & Ban, D. (2001). *Spin Doctors in the United States, Great Britain and Germany: metacommunication and media manipulation*. Journals sagepub. Retrieved April 21, 2022, from https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1035304620903152?casa_token=ZY9MLU6k_bcAAAAA:PQDg4PcHWaDe6-K_b5iIYJt5pOLXaWarhAG3CI1QVsfT9agcFYOX_YiW4cjSl-2iKvXLv_X_8CQmCQ

Errejón, Í., & Mouffe, C. (2015). *Construir Pueblo: Hegemonía y radicalización de la democracia*. Icaria.

Espartero, M. (2020). *Los años desconocidos de Díaz Ayuso por el mundo: Pinchadiscos en Dublín y en las ruinas de Ecuador*. El Español. Retrieved April 20, 2022, from https://www.elespanol.com/reportajes/20201017/desconocidos-diaz-ayuso-pinchadiscos-dublin-ruinas-ecuador/528698658_0.html

Europa Press. (2022, February 3). *Aprobada la ley maestra de libertad educativa que pretende 'frenar' la 'ley CELAÀ'*. europapress.es. Retrieved April 21, 2022, from <https://www.europapress.es/madrid/noticia-aprobada-ley-maestra-libertad-educativa-pretende-frenar-ley-celaa-20220203175826.html>

Fernández, S. D. (2004). *Sobre el concepto y el estudio del Liderazgo Político - UV*. *Psicología política*, 29. Retrieved from <https://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N29-1.pdf>

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.

Frampton, K. (1998). *Reflexiones sobre posmodernidad y arquitectura*. Retrieved April 20, 2022, from https://cvc.cervantes.es/literatura/cuadernos_del_norte/pdf/42/42_65.pdf

Freud, S. (1934). *Psicología de las masas y análisis del yo; metapsicología; El Yo y el ello*. Biblioteca Nueva.

Giddens, A. (2007, January 1). *Un mundo desbocado. Los Efectos de la Globalización en nuestras vidas*, de Anthony Giddens. Giddens, Anthony. *un mundo desbocado. Los Efectos de la Globalización en Nuestras Vidas*. Retrieved April 20, 2022, from <https://www.semanticscholar.org/paper/Un-mundo-desbocado.-Los-efectos-de-la->

[globalizaci%C3%B3n-
M%C3%BAgica/615d0d8bf5217443f023b58876d9d0a21d703093](#)

Guilluy, C. (2019). *No society: El fin de la clase media Occidental*. TAURUS.

Habermas, Jürgen (1989), *The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, Cambridge (MA), MIT Press.

Hegel, G. W. F. (1990). *Fenomenología del Espíritu*. Fondo de Cultura Económica.

Heifetz, R. A. (2009). *Vladimir Petit | Sitio web del profesor y director Del Iugt*. Liderazgo sin respuestas fáciles: propuesta para un nuevo diálogo social en tiempos difíciles. Retrieved from <https://www.vladimirpetitmedina.com/wp-content/uploads/2018/04/liderazgo-sin-respuestas-faciles-opt.pdf>

Ignatieff, Michael (2014). *Fuego y cenizas: éxito y fracaso en política*. Madrid: Taurus.

INE. (2020). *Tasas de Paro Por distintos Grupos de Edad, sexo y Comunidad Autónoma*. INE. Retrieved April 21, 2022, from <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4247#!tabs->

Jameson, F. (2016). *Teoría de la posmodernidad*. Editorial Trotta.

Katz, E. (1998). “La investigación en la comunicación desde Lazarsfeld”. En: J.M. Ferry y D. Wolton. *El nuevo espacio público*, pp.85-103. Gedisa: Barcelona.

King, A. J., Johnson, D. D. P., & Vugt, M. V. (2009). The Origins and Evolution of Leadership. Retrieved from <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0960982209014122?token=EA64E79124E8987DEFE629A1F1B2A665110964CC65EC1EFFD6E33C2D6BD125FA80378F9C7C10CE6973F239DC6F27441B&originRegion=eu-west-1&originCreation=20220419143602>

Kirvalidze, N., & Samnidze, N. (2016). *Political discourse as a subject of Interdisciplinary Studies*. POLITICAL DISCOURSE AS A SUBJECT OF INTERDISCIPLINARY STUDIES. Retrieved April 2022, from <http://universitypublications.net/jte/0501/pdf/DE5C282.pdf>

Kojève, A., & Sebrelli, J. J. (2006). *La Dialéctica del Amo y del esclavo en Hegel*. Leviatán.

Laguna Platero, A. (2011). *Liderazgo y Comunicación: la personalización de la política*. Core. Retrieved April 21, 2022, from <https://core.ac.uk/download/pdf/13306339.pdf>

Lardiez, A. (2021, April 28). *Ayuso es la líder mejor valorada e Iglesias, el peor*. El Plural. Retrieved April 21, 2022, from https://www.elplural.com/politica/ayuso-lider-valorada-iglesias_265147102

Lasch, C. (1996). *La rebelión de las élites y la traición a la Democracia*. Paidós Ibérica.

La Sexta. (2021, May 9). *"sus palabras no son cuerdas, Pero Como personaje hace gracia": Críticos y Votantes de Ayuso Analizan Su Fenómeno*. LaSexta. Retrieved April 21, 2022, from https://www.lasexta.com/programas/salvados/mejores-momentos/sus-palabras-son-cuerdas-pero-como-personaje-hace-gracia-criticos-votantes-ayuso-analizan-fenomeno_2021050960983f0f29c3320001d9b044.html

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1969). *The people's choice how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Columbia Univ. Press.

Lewis-Beck, M. y Rice, T. (1992). *Forecasting Elections*. Washington, DC: CQ Press.

Linz, J. J. (1997, January 1). *El Liderazgo Innovador en la transición a la democracia y en una nueva democracia*. Dialnet. Retrieved April 19, 2022, from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=560529>

Lippmann, W. (1965). *Public opinion*. Free Pr. u.a.

Lizón, J. (2019, October 16). *Perfil: Isabel Díaz Ayuso: La Amiga de Casado Que Ha logrado retener Madrid para el PP*. www.20minutos.es - Últimas Noticias. Retrieved April 20, 2022, from <https://www.20minutos.es/noticia/3534951/0/isabel-diaz-ayuso-amiga-casado-intentar-retener-comunidad-madrid/>

Lyotard, J. F. (1989). *La condición posmoderna: Informe sobre el saber*. Cátedra.

Mair, P. (2015). *Gobernando el vacío: La Banalización de la democracia occidental*. Alianza Editorial.

Mateo, J. J., & Marcos, J. (2021, July 10). *El Rosario de desencuentros Entre Díaz Ayuso y Sánchez*. El País. Retrieved April 21, 2022, from <https://elpais.com/espana/2021-07-10/el-rosario-de-desencuentros-entre-diaz-ayuso-y-sanchez.html>

Mann, R. D. (1959). A review of the relationships between personality and performance in small groups. *Psychological Bulletin*, 56(4), 241-270. <https://doi.org/10.1037/h0044587>

Marco, J. M. (2021, April 12). *Madrid*. La Ilustración Liberal. Retrieved April 21, 2022, from <https://www.clublibertaddigital.com/ilustracion-liberal/84-85/madrid-jose-maria-marco.html>

Marco, J. M. y Quintana Paz, M.Á. (2020). La era de las identidades en *La Hora de España*, José María Marco y Jorge Martín Frías (eds.), Deusto, Madrid.

Marina, J. A. (2022). *Elogio y refutación del pensamiento woke*. Elogio y refutación del pensamiento woke. Retrieved from <https://www.joseantoniomarina.net/categoria-blog/revista-el-panoptico/numero-35/elocio-y-refutacion-del-pensamiento-woke/>

Martínez, I. C., & Martínez, C. M. (2015). *Los Efectos de la Comunicación Política en el Comportamiento Electoral*. Retrieved April 20, 2022, from https://tse.go.cr/revista/art/20/crespo_moreno.pdf

Meyer, L., Nogueira, R., Peñas, E., Machung, A. H. | A., & Pisonero, E. (2021, February 11). *Cinco Claves para entender la Polémica de la Ley trans*. Ethic. Retrieved April 20, 2022, from <https://ethic.es/2021/02/cinco-claves-para-entender-la-polemica-de-la-ley-trans/>

Michels, R. (1983): *Los partidos políticos. Un estudio sociológico de las tendencias oligárquicas de la democracia moderna*, Amorrortu editores, Buenos Aires.

Molina, I., & Lisa, P. (2021). *La Evolución de los Sistemas Políticos de España y Portugal: Convergencias en la diferencia*. Real Instituto Elcano. Retrieved April 21, 2022, from <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/la-evolucion-de-los-sistemas-politicos-de-espana-y-portugal-convergencias-en-la-diferencia/>

Montaigne, M. de, Santos, A., & Azcoaga, E. (2020). *Ensayos*. Editorial Alma.

Mudge, S. L. (2018). *Leftism reinvented: Western parties from socialism to Neoliberalism*. Harvard University Press.

Naciones Unidas. (n.d.). *Naciones Unidas Lenguaje Inclusivo en cuanto al género - united nations*. Retrieved from <https://www.un.org/es/gender-inclusive-language/>

Natera Peral, A. (2001): *El liderazgo político en la sociedad democrática*, Centro de Estudios Políticos, Madrid.

Neumann, E. N. (2011). *La Espiral del Silencio: Opinión pública, Nuestra Piel Social*. Paidós.

Nie, N.H., Verba, S. y Petrocik, J.R. (1976). *The Changing American Voter*. Cambridge: Harvard University Press.

Northouse, P.G. (2001): *Leadership. Theory and Practice*, 2ª Ed. Sage Publications, Inc. Thousand Oaks, London, New Dehli.

4-M en las tablas: 6 de cada 10 votos se van para ayuso con una participación record.
Livin' Las Tablas. (n.d.). Retrieved April 2022, from <https://www.livinlastablas.com/2021/05/4-m-en-las-tablas-6-de-cada-10-votos-se.html>

Ochando, N. D. (2021, April 19). *4m: Así es Isabel Díaz Ayuso, La Candidata del pp a la presidencia de la Comunidad de Madrid*. InfoDiario. Retrieved April 20, 2022, from https://infodiario.es/politica/_asi-es-isabel-diaz-ayuso-pp/

Ortiz, A., & Atanes, A. (2021, September 15). *Ayuso dice que la mesa de diálogo con Catalunya es "Una humillación para Todos los españoles de bien"*. ElDiario.es. Retrieved April 19, 2022, from https://www.eldiario.es/sociedad/ultima-hora-coronavirus-actualidad-politica-15-de-septiembre_6_8303481_1077252.html

Ortiz, P. (2021, March 16). *Cuando Ayuso e Iglesias coincidían en 'La Tuerka'*. El País. Retrieved April 20, 2022, from https://elpais.com/videos/2021-03-15/los-momentos-en-los-que-ayuso-e-iglesias-coincidieron-en-la-tuerka.html?utm_source=Twitter&ssm=TW_CM#Echobox=1615910414

Panebianco, A., & Trinidad, M. (2009). *Modelos de Partido Organización y poder en los partidos políticos*. Alianza.

PAÍS, E. E. L. (2019). *Resultados Electorales en Madrid: Elecciones Comunidad de Madrid 2019*. EL PAÍS. Retrieved from <https://resultados.elpais.com/elecciones/2019/autonomicas/12/index.html>

Peces-Barba, G. (2010). *La relación amigo-enemigo en la cultura política y jurídica moderna*. Universidad Carlos III. Retrieved April 21, 2022, from <https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/17545/ws132824.pdf?sequence=1>

Pérez-Agote, A. (2018, January 2). *La crisis de la Esfera Política Española y los nuevos actores polít...* Mélanges de la Casa de Velázquez. Nouvelle série. Retrieved April 21, 2022, from <https://journals.openedition.org/mcv/7740>

Pluckrose, H. (2021). *Cynical theories: How universities made everything about race, gender, and identity - and why this harms everybody*. Swift Press.

Polo Alonso, A. (2021, May 18). *Explicando a Isabel Díaz Ayuso, La mujer a la que todos subestimaron*. El Independiente. Retrieved April 21, 2022, from <https://www.elindependiente.com/espana/2021/04/22/explicando-a-isabel-diaz-ayuso-la-mujer-a-la-que-todos-subestimaron/>

Ranke, L. V. (1966): *Grandes figuras de la historia*, Grigalbo, Barcelona.

Rejai, M. y Phillips, K. (1997): *Leaders and leadership. An Appraisal of Theory and Research*, Praeger, Westport, Connecticut.

Roggerone, S. (2014). *El marxismo desafiado. Apuntes para una investigación*. Retrieved April 20, 2022, from https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/35574/CONICET_Digital_Nro.21dfdac_b-6699-4ca5-aa84-c42584e38ce7_A.pdf;sequence=2

Rosenstone, S. (1983). *Forecasting Presidential Elections*. New Haven: Yale University Press.

Rtve. (2021, May 4). *Ayuso Celebra La Victoria de la "libertad" que "el sanchismo no ha entendido"*. RTVE. Retrieved April 20, 2022, from <https://www.rtve.es/play/videos/especiales-informativos/ayuso-celebra-victoria-libertad-sanchismo-no-entendido/5895083/>

Ruiz, R. (2022, March 21). *Ayuso Carga Contra Sánchez: "Su gobierno está acabado, La Duda es Cómo va a abandonar el poder"*. La Razón. Retrieved April 21, 2022, from <https://www.larazon.es/madrid/20220321/hbfhg7f3cjec3mctstxxgnxqfr4.html>

Sánchez-Cuenca, I. (2018). *La superioridad moral de la izquierda*. Lengua de Trapo.

Schattschneider, E. E., & Pina, L. A. (1964). *Régimen de Partidos*. Tecnos.

Sartori, G. (2012). *Homo videns: La Sociedad teledirigida*. Taurus.

Sabucedo Cameselle, J.M. (1996): *Psicología política*, Síntesis, Madrid.

Sobral, J. (1988): "Conducta política individual", *Psicología política*, 17.

Stogdill, R. S. (1958) "La orientación de la situación de rasgos", en *El estudio del liderazgo* de Browne, C. y Cohn, T.

Sobral, J. (1988): "Conducta política individual", *Psicología política*, 17.

Tamames, J. (2021). *La Brecha y los cauces: El momento populista en España y Estados Unidos*. Lengua de Trapo.

Tanenbau, R. Wescheler, R. y Massarik, F. (1961): *Leadership and organization: a behavioral science approach*, Garland, New York.

Tapias, J. A. P. (2021). *La Libertad sin vergüenza de Díaz Ayuso*. ctxt.es | Contexto y Acción. Retrieved April 20, 2022, from <https://ctxt.es/es/20210501/Firmas/35969/libertad-Ayuso-Madrid-humanismo-republicano-Perez-Tapias.htm%20/>

Tardío, Á. M. (2019). *Podemos: Cuando lo nuevo se hace viejo*. Tecnos.

Telemadrid. (2021, February 25). *Ayuso, sobre el 8-m: "no pienso ir a Ninguna Manifestación Donde Sea obligatoria la presencia"*. Telemadrid. Retrieved from

<https://www.telemadrid.es/programas/120-minutos/Ayuso-pienso-manifestacion-obligatoria-presencia-2-2317588244--20210225022536.html>

Telemadrid, A. E. (2021, December 10). *Ayuso: "¿Cómo puede ser que un niño en Cataluña no pueda estudiar en español cuando es su derecho constitucional?"*. Telemadrid. Retrieved April 19, 2022, from <https://www.telemadrid.es/noticias/madrid/Ayuso-Cataluna-estudiar-espanol-constitucional-0-2403959622--20211210100808.html>

Tragacete, M., & Morata, C. (2021, June 3). *Ayuso, sobre Los Límites a la hostelería y ocio nocturno: "Que conmigo no cuenten para arruinar a más ciudadanos"*. 20minutos. Retrieved April 21, 2022, from <https://www.20minutos.es/noticia/4717505/0/ayuso-sobre-los-limites-a-la-hosteleria-y-ocio-nocturno-que-conmigo-no-cuenten-para-arruinar-a-mas-ciudadanos/>

Tobar, S. (2021, December 22). *El Efecto Ayuso en hostelería: Logra Que Sobrevivan el 80% de los bares aunque se pierde el 19% del empleo en el sector*. El Español. Retrieved from https://www.elespanol.com/invertia/empresas/distribucion/20211222/efecto-ayuso-hosteleria-sobrevivan-pierde-empleo-sector/636436739_0.html

Touraine, A., Capella, J. R., & Buey, F. F. (1973). *La Sociedad postindustrial*. Ariel.

Valdés, I. (2021, April 5). *Tristeza, Soledad, desesperanza: El Hoyo emocional de la Pandemia*. El País. Retrieved April 21, 2022, from <https://elpais.com/espana/madrid/2021-04-05/tristeza-soledad-desesperanza-el-hoyo-emocional-de-la-pandemia.html>

Vallespín, Fernando (2015), «Crisis económica y crisis política: los dilemas del momento actual y las reformas posibles», en Cristóbal Torres Albero (ed.), *Situación social de España 2015*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 985-999.

Verba, S. (1968): *El liderazgo: grupos y conducta política*, Bibl. Educ, y C.Soc., Investigaciones y ensayos 8, Rialp.

ANEXO 1: TABLA RESUMEN

CATEGORÍA	DEFINICIÓN	EJEMPLO
<p>Hegemonía posmoderna/batalla cultural</p>	<p>El término guerras culturales por su lado fue popularizado por Davison Hunter, para el cual representarían la lucha entre ortodoxos y progresistas; un conflicto cultural circunscrito a la clase media blanca hoy tiene un marcado carácter interclasista. A pesar de ser un término popularizado en el mundo anglosajón, sus resonancias se perciben en países como España, pero no tanto de forma concreta, sino más bien como una lucha por la hegemonía o por el sentido común del momento. Guerra cultural, en definitiva, sería un significativo en el que se podrían englobar todos aquellos asuntos que dividen el espacio político entre liberales/conservadores y progresistas, como pueden ser las distintas concepciones del feminismo, el carácter estructural del racismo, los derechos de las personas LGBTI+, el lenguaje inclusivo o la identidad nacional. Se trata de un esfuerzo por fijar el discurso hegemónico, los términos que definen la realidad y que se perciben como naturales, en un espacio fragmentado y dominado, al menos mediáticamente, por el paradigma identitario.</p>	<p>Un ejemplo de la lucha cultural planteada por Isabel Díaz Ayuso es su oposición al 8-M. Frente a lo que considera un ejercicio ideológico de la izquierda por monopolizar el significativo "feminismo", dotando de primacía, en esta última etapa, al feminismo queer frente al feminismo radical o al liberal. En 2021, Ayuso defendió que no iba a ir a ninguna manifestación a la que fuese obligatorio asistir, avanzando que prefería "representar a las mujeres con tesón y trabajo" (Telemadrid, 2021), presentando nuevamente el marco de la libertad frente a la imposición moral e ideológica de ciertos temas por parte de la izquierda.</p> <p>Otro eje discursivo de la presidenta de la CAM en esta batalla cultural han sido sus críticas hacia la situación en Cataluña, como por ejemplo la polémica lingüística en referencia al derecho del niño de Canet a estudiar en español (Telemadrid, 2021), o sus críticas a la mesa de diálogo, que definió como una humillación para todos los españoles (Ortiz et al., 2021).</p>
<p>Antropología liberal de la CAM</p>	<p>El término "antropología neoliberal" ha sido utilizado por Íñigo Errejón para interpretar los sucesivos triunfos de Isabel Díaz Ayuso en 2019 y 2021. Para el dirigente de Más Madrid, el madrileño habría sido transformado en un <i>homo economicus</i>, que votaría a la derecha debido al marco fantasmático que gobierna sus decisiones y estructura sus preferencias; una influencia de lo real en el pensamiento más propia de corrientes materialistas que del populismo discursivo que ha guiado hasta ahora tanto su estrategia como las lecturas que plantea sobre lo político. En el trabajo nos centramos en el diseño urbanístico de la CAM y sobre todo en la figura de los PAU (Planes de Actuación Urbanística), que, como explicamos en el texto, contribuyeron a crear un estilo de vida suburbano aislado en el que se fomenta la seguridad y la independencia económica, lo privado frente a lo público y, en definitiva, se fomenta una cosmovisión que favorecería el voto a opciones que comulgan con ese estilo de vida, y que estaría representado por Isabel Díaz Ayuso.</p>	<p>Podemos comprobar esta hipótesis observando los patrones de voto en las elecciones del 4-M de 2021 en alguno de los PAU del cinturón naranja mencionados por Jorge Dioni en su estudio. Para hacerlo operativo, escogeremos Las Tablas y Arroyomolinos, y lo compararemos con el patrón de voto de 2 municipios del conocido como "cinturón rojo", como Carabanchel y Coslada.</p> <p>Voto a la derecha (PP+VOX+C's) en Las Tablas: 72,84% Voto a la derecha (PP+VOX+C's) en Arroyomolinos: 66,66% Voto a la derecha (PP+VOX+C's) en Carabanchel: 50,00% Voto a la derecha (PP+VOX+C's) en Coslada: 48,70%</p> <p>Los datos muestran una mayoría indiscutible de la derecha en los municipios del llamado cinturón naranja, y unos resultados más ajustados en municipios del cinturón rojo. A pesar de esto, hay que destacar que Ayuso creció en todos los municipios madrileños, y que incluso llegó a ganar en algunos municipios tradicionalmente obreros como San Blas (ganó con un 53%), lo que demuestra que se trata de un fenómeno transversal.</p> <p>Datos obtenidos de (Borja Andrino, 2021).</p>

CATEGORÍA	DEFINICIÓN	EJEMPLO
<p>Gestión de la pandemia y antagonismo con Pedro Sánchez</p>	<p>Como hemos explicado en el trabajo, el liderazgo de Isabel Díaz Ayuso tiene un claro componente coyuntural al haber sido potenciado por su gestión diferencial de la pandemia. Si bien muchos criticaron que era un modelo en el que primaba el interés económico antes que la salud pública, Ayuso consiguió vender al ciudadano una política que evocaba constantemente a un estado anterior a la crisis, en el que se prometía una vuelta a la normalidad, o al menos un esfuerzo continuado por acercar la situación crítica cuanto más posible al contexto pre-pandemia. Al mismo tiempo, se ganó de forma clara el favor y la simpatía de hosteleros y pequeños comerciantes, que pudieron seguir desarrollando su actividad y, por lo tanto, llevando dinero a sus casas, logrando la supervivencia efectiva del 80% de los bares (Tobar, 2021). Esta gestión se unió a la construcción de su antagonista percibido, Pedro Sánchez, con quien, como hemos explicado, ha tenido un constante enfrentamiento que ha hecho que se contraponga 'el modelo Ayuso', al 'modelo del Gobierno', en términos de gestión impositiva, libertad de educación o gestión de la pandemia.</p>	<p>Los enfrentamientos entre Díaz Ayuso y Pedro Sánchez han sido muy variados. Es interesante destacar que para la política madrileña su adversario nunca fue la oposición de Más Madrid o el PSM, sino el presidente del Gobierno, algo que ayudó a imprimir a su liderazgo una importante dimensión nacional, a la par que lo insertaba en una cierta épica de la defensa del débil frente al fuerte. Frases como "España está secuestrada por unas minorías que la odian", representan bien el sentimiento que Díaz Ayuso ha intentado crear en torno a la figura del presidente del Gobierno. Unos marcos que recuerdan, de alguna manera, al creado por el primer Podemos en torno a la casta y el secuestro de la democracia por parte de ciertas oligarquías. El liderazgo de Ayuso tendría por lo tanto un importante cariz populista, al haber creado un "ellos vs nosotros" de tipo adversarial/antagónico, en el que se apoya para proyectar una imagen de fuerza y alternativa. La líder madrileña defendía que los ciudadanos debían escoger "entre el futuro de Sánchez y el de España", enmarcando al presidente como un dirigente egoísta que solo tiene en cuenta su trayectoria personal y la conservación del poder, relegando a los ciudadanos a un segundo plano.</p>
<p>Rasgos personales</p>	<p>Como hemos defendido en el marco teórico, hay un gran número de estudios que se centran en estudiar los rasgos personales de los dirigentes políticos para intentar encontrar patrones repetidos que permitan aislar una serie de características que serían, en definitiva, las propias de un líder.</p>	<p>A la hora de delimitar los rasgos personales con mayor incidencia en el liderazgo de Isabel Díaz Ayuso, hemos realizado un análisis desde dos perspectivas complementarias, y hemos considerado tanto las cualidades de la agencia (de Ayuso) como las exigencias de la estructura (los distintos contextos que hemos analizado). De tal forma, hemos detectado que, por un lado, la sociedad está extremadamente polarizada y fragmentada, inmersa en luchas discursivas por el sentido que fomentan un radicalismo verbal importante. Por otro lado, hemos detectado una falla en la comunicación entre la sociedad civil y las instituciones políticas, es decir, una crisis de representación. Finalmente, nos hemos dado cuenta de que existe actualmente en España una espiral del silencio en relación con valores más conservadores o liberales, y una predominancia mediática y un cierto consenso en torno a lo que Sánchez Cuenca denomina "superioridad moral de la izquierda". Este contexto crea una falla o una falta relevante en el espectro ideológico a la derecha del centro, por cuanto ha existido hasta ahora una ausencia de opciones que planteasen un proyecto ideológico que compitiese con el de la izquierda, no solo en términos políticos sino también culturales y morales. Debido a esto, consideramos que los rasgos personales de Ayuso como puede ser la cercanía, la empatía, el respeto por la ciudadanía, el carisma o la credibilidad, han conseguido conectar con una parte relevante del electorado madrileño (y español). Ayuso es percibida como una política ciudadana, es decir,</p>

		<p>como una persona con la que la gente de diferentes estratos se puede identificar, con personalidad y espontaneidad, dispuesta a generar polémica y a defender lo que cree a pesar de los ataques de la izquierda. El hecho de que Ayuso haya sido víctima de ataques claros por parte de la izquierda, en los que le han tachado de loca (a través de la utilización del acrónimo que sale de juntar las letras de su nombre y apellidos; IDA), o de ignorante, hace que la gente se identifique con ella, no por debilidad, sino por empatía, generando un sentimiento de proximidad que, sin duda, es uno de los ejes centrales en torno a los que se articula su liderazgo.</p>
--	--	---