



Isabel Díaz Ayuso y las palabras comadreja: Nativismo, mercados y moral tradicional en el discurso político de la derecha en la Comunidad de Madrid

Isabel Díaz Ayuso and the weasel words:
Nativism, markets and traditional morality in the political discourse
of the right in the community of Madrid

Paula Requeijo-Rey

Universidad Complutense de Madrid. España.

p.requeijo@ucm.es



Eva Aladro-Vico

Universidad Complutense de Madrid. España.

ealadro@ucm.es



Artículo vinculado al Proyecto FSE-CAM Vecinas-CM: Exploraciones para la reconciliación ecológica de la Comunidad de Madrid (2015-2028) (Ref. PHS-2024/PH-HUM-354).

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada:

Requeijo-Rey, Paula y Aladro-Vico, Eva (2026). Isabel Díaz Ayuso y las palabras comadreja: nativismo, mercados y moral tradicional en el discurso político de la derecha en la Comunidad de Madrid [Isabel Díaz Ayuso and the weasel words: Nativism, traditional morality and markets in the political discourse of the right in the community of Madrid]. *Revista Latina de Comunicación Social*, 84, 1-28. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2026-2696>

Fecha de Recepción: 24/01/2026

Fecha de Aceptación: 23/03/2026

Fecha de Publicación: 27/07/2026

RESUMEN

Introducción: Esta investigación identifica y detalla las tendencias vertebradoras del discurso de la presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, desde la perspectiva del estudio de las ideologías y las estrategias del discurso. El neoliberalismo y el nativismo son el punto de partida para estudiar su discurso político. El neoliberalismo evoluciona con la introducción de la moral tradicional en el marco del mercantilismo, de acuerdo con F. Hayek, mediante la principal estrategia discursiva que este

autor descubre en el uso de las denominadas palabras comadreja. **Metodología:** La investigación parte del programa electoral del Partido Popular en las elecciones de 2023 y de los vídeos publicados en el perfil de Díaz Ayuso en YouTube durante ese año. Los 14 vídeos con más reproducciones se utilizan para ejemplificar con detalle las características de las tendencias vertebradoras de su discurso. **Resultados:** Para vaciar de significado otros temas, y acentuar el discurso neoliberal, la dirigente madrileña usa palabras comadreja como “Libertad”, “Familia”, “Ideología”, “Empresa” o “España” que reducen la memoria semántica política al cambiar su contexto. **Discusión:** El uso de palabras comadreja en su discurso genera interacciones que sitúan al receptor fuera del ámbito propio de lo público: en la moral, la empresa, la vida individual, suprimiendo elementos tradicionales del contenido político como el bien común, el bienestar social, la redistribución de la riqueza o la justicia de clases, desvalorizados por la dirigente. **Conclusiones:** Isabel Díaz Ayuso personifica la tendencia neoliberal del estilo anti-político basada en el uso de palabras comadreja que sustituyen el temario social por contenidos del mundo individual, del puramente económico y de la moral tradicional, reduciendo así el debate político.

Palabras clave: Análisis Político del Discurso; Isabel Díaz Ayuso; YouTube; Nativismo; Neoliberalismo; Palabras comadreja.

ABSTRACT

Introduction: This research identifies and details the structuring trends in the discourse of the President of the Community of Madrid, Isabel Díaz Ayuso, from the perspective of political ideologies and discourse strategies. Neoliberalism and nativism are the starting point to study her political speeches. Neoliberalism evolves with the introduction of traditional morality in the framework of mercantilism, according to F. Hayek, by means of the main discursive strategy that this author discovers in the use of the so-called Weasel words. **Methodology:** The research begins with the electoral program of the People's Party in the 2023 elections and the videos published on Díaz Ayuso's YouTube profile during that year. The 14 most-viewed videos are used to exemplify in detail the characteristics of the structuring trends in her discourse. **Results:** In order to empty other topics of meaning and stress the ultra-liberal discourse, the Madrid leader uses weasel words such as “Freedom”, “Family”, “Ideology”, “Corporation” or “Spain”, which reduce the political semantic memory by changing its context. **Discussion:** The use of weasel words in her discourse generates interactions that place the receiver outside the public sphere: in religion, morality, commerce and tourism, business, individual life, suppressing traditional elements of political content such as the common good, social welfare, redistribution of wealth, public dialogue or class justice, devalued by the leader. **Conclusions:** Isabel Díaz Ayuso personifies the neoliberalist tendency of the anti-political style based on the use of weasel words that replace the social agenda in favor of contents of the individual world, of the purely economic, of traditional morality, thus reducing the political debate.

Keywords: Political Discourse Analysis; Isabel Díaz Ayuso; YouTube; Nativism; Neoliberalism; Weasel Words.

1. INTRODUCCIÓN

Esta investigación analiza las tendencias vertebradoras del discurso de Isabel Díaz Ayuso, líder del PP regional madrileño y actual presidenta de la Comunidad de Madrid, desde la perspectiva del estudio de las ideologías políticas y las estrategias del discurso. Para ello se sirve del programa electoral que su partido presentó a las elecciones autonómicas de mayo de 2023 y del análisis de los vídeos publicados en el perfil de la presidenta en YouTube durante todo ese año. Se han extraído, además, fragmentos de los 14 vídeos con más reproducciones para ilustrar las características de las tendencias dominantes.

Ayuso accedió por primera vez a la presidencia tras las elecciones de mayo de 2019 con una participación del 64,3% del censo y 30 escaños (22,23% del voto). La fuerza más votada entonces fue el Partido Socialista de Ángel Gabilondo con 37 escaños (27,31% del voto). El PP logró la presidencia gracias a un pacto con Ciudadanos para formar un gobierno de coalición, con el apoyo de Vox (<https://bitly.cx/Hi1Ae>).

Es importante recordar que, en 2019, el PP arrastraba una crisis de credibilidad que comenzó en 2013, tras la publicación de *El País* en enero de los “papeles de Bárcenas” y la filtración de *El Mundo* en julio de los mensajes de Whatsapp que intercambiaron el entonces presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, y el extesorero del PP (<https://bitly.cx/Uw47>). El fallo judicial en 2015 del juez Pablo Ruz mostró la financiación ilegal del partido entre 1990 y 2008 con operaciones de contabilidad trucada gestionadas por el tesorero Luis Bárcenas, causando una clara pérdida de votos en las elecciones de ese año, en las que a pesar de ello el PP fue la fuerza más votada (<https://bitly.cx/3djNB>). Sin embargo, la formación no terminó su segunda legislatura ya que en mayo de 2018 PSOE y Unidas Podemos impulsaron una moción de censura contra Mariano Rajoy que ganaron con 180 votos y que convirtió a Pedro Sánchez en presidente del Gobierno.

A esta crisis de credibilidad del partido a nivel nacional, hay que sumar la crisis particular del PP en la Comunidad de Madrid donde desde el gobierno de Esperanza Aguirre miembros del partido fueron sucesivamente acusados de corrupción y falsedad documental, como en los casos de Francisco Granados, el presidente siguiente Ignacio González y, finalmente, la presidenta Cristina Cifuentes, acusada de robo y de falsificación de título universitario (<https://bitly.cx/lfZK>).

Ayuso convocó elecciones anticipadas en el ecuador de la legislatura, en mayo de 2021. Con una participación del 71.74% logró duplicar escaños y votos (65 escaños y 44,76% del voto) al recuperar a los segmentos que eligieron a Ciudadanos en los comicios anteriores (<https://bitly.cx/hSKSX>). De hecho, la formación naranja desapareció de la Asamblea de Madrid anticipando lo que ocurriría después en otras asambleas, ayuntamientos, en el Congreso y en el Senado. En un contexto de hiperpersonalización de la política (Riorda y Quesada, 2023), donde la líder está claramente por encima del partido en lo que a la persuasión de los segmentos de votantes se refiere y, teniendo en cuenta la crisis de credibilidad mencionada, este triunfo del PP madrileño es un triunfo de Díaz Ayuso.

En las siguientes elecciones, las de mayo de 2023, logró la mayoría absoluta. Con una participación más baja que la de 2021, un 65,5% del censo, la líder se hizo con 70 (47,32% del voto) de los 135 escaños de la Asamblea convirtiéndose en un ave fénix para el partido. De forma metonímica ha demostrado en Madrid que el PP podía recuperar la credibilidad y los votos de una parte importante de los electores.

El éxito de Ayuso merece una consideración de especial interés porque nos permite abordar las tendencias que vertebran el discurso de la derecha en España. Observamos cómo desaparece el contenido político local y autonómico en favor de aspectos como la mercantilización, las moralizaciones, las alusiones de corte nacional-católico y las expresiones emocionales. La estrategia está bien definida por el teórico político del neoliberalismo Friedrich Hayek, (Hayek, en Santamaría, 2019) como veremos, en su concepto del uso de las denominadas palabras comadreja.

2. OBJETIVOS

El objetivo general de esta investigación es determinar cuáles son las tendencias vertebradoras del discurso de Díaz Ayuso desde la perspectiva del estudio de las ideologías políticas y las estrategias del lenguaje. Para alcanzar este objetivo general nos planteamos una serie de objetivos específicos que detallamos a continuación:

- Identificar las tendencias del programa del Partido Popular de Madrid en las últimas elecciones, las de mayo de 2023.
- Profundizar en las características de esas tendencias a través de una revisión bibliográfica profunda para elaborar una tabla que nos permita analizar los 62 discursos de Díaz Ayuso en YouTube durante el año 2023.
- Determinar qué tendencias siguen esos 62 discursos prestando especial atención a la ideología en la que se enmarcan y a sus principales estrategias discursivas.
- Ilustrar algunas de las características de esas tendencias a través de varios fragmentos de los 14 vídeos con más reproducciones. La selección de los fragmentos se basa en su claridad y “representatividad”, de manera que reflejen la propensión general del corpus de estudio.

El estudio de las ideologías políticas se ocupa de “creencias, ideas o incluso actitudes íntimamente relacionadas, características de un grupo o comunidad” (Macridis y Hulliung, 1998, p. 14). La ideología política dominante a nivel global es el neoliberalismo (Acanda González, 2021; Springer *et al.*, 2016). En este sentido, el marco antropológico dominante y los sentidos comunes de la sociedad global son los del neoliberalismo caracterizado por el individualismo, la empresarialización de todo aspecto de la vida y la moralización (Brown, 2021). El neoliberalismo, como filosofía política-económica e ideología se presenta, además, como la única alternativa posible. Hace ya más de tres décadas que Margaret Thatcher acuñó la doctrina TINA (*There Is No Alternative*). Así, todas las fórmulas políticas estarían agotadas excepto la neoliberal (Queiroz, 2018).

Al neoliberalismo, especialmente en el discurso de las fuerzas de derechas, hay que sumar el nativismo (Brown, 2021; Saidel, 2021). El nativismo concibe el Estado como mononacional y monocultural (Mudde, 2007). Su idea central presenta a un determinado grupo como la amenaza a la cultura y a la existencia de la comunidad nativa (Guia, 2016).

Al abordar el análisis del programa electoral del Partido Popular madrileño en las elecciones de 2023 y de los vídeos que Díaz Ayuso publicó en Youtube durante ese año, se tuvo en cuenta este contexto neoliberal-nativista como se expone a continuación.

3. METODOLOGÍA

Para alcanzar el objetivo general planteado hemos desarrollado una investigación cualitativa en la que, a través de un paradigma interpretativo, nos aproximamos a la construcción social de la realidad priorizando el contexto, los significados y las intenciones (Liamputtong, 2023). Utilizamos el análisis político del discurso (PDA) que comienza a desarrollarse en las últimas décadas del siglo XX, en el marco del llamado giro lingüístico (Dunmire, 2012). Sin embargo, hay que tener en cuenta que los estudios retóricos, que se remontan al siglo V antes de Cristo (Ducrot y Todorov, 1991), ya reflexionan sobre el uso de las técnicas para persuadir y convencer a través del discurso en el marco de la democracia en la Grecia Clásica.

La política es inseparable del lenguaje (Chilton y Schaffner, 1997) y el lenguaje es un fenómeno político (Pelinka, 2007). De ahí que, Bajtin (1989), hace ya casi un siglo, hablara de las fuerzas estratificadoras del lenguaje y Pitkin (2017) de cómo los agentes sociales obtienen el poder mediante el lenguaje. En la misma línea, Wodak y Meyer (2003) y Van Dijk (1997, 2016) enmarcan el análisis político del discurso en el ámbito del Análisis Crítico del Discurso (ACD). Ambos autores han dedicado, además, numerosos estudios a la ideología y el análisis del discurso (Van Dijk, 2005, 2008; Wodak, 1989, 2015) que es, precisamente, nuestro objeto de estudio.

Por otro lado, este trabajo también es un estudio de caso ya que se centra en el análisis de una líder política concreta, Díaz Ayuso, para entender cómo funciona de forma general el discurso de la derecha en Madrid y en España.

A la hora de abordar esta investigación hemos seguido una serie de pasos metodológicos correlativos. En primer lugar, hemos analizado con detalle el programa del Partido Popular en las elecciones de la Comunidad de Madrid de mayo del 2023 para determinar si sigue alguna tendencia clara desde la perspectiva de la ideología política y desde las estrategias discursivas. Identificamos tres tendencias vertebradoras: la filosofía neoliberal, el nativismo asociado a la izquierda y los nacionalismos periféricos y el uso de palabras comadreja.

El segundo paso ha consistido en una revisión bibliográfica profunda de estas tres tendencias para identificar las bases y las características clave de cada una. De los numerosos documentos revisados destacamos los de Wendy Brown (2021), Evaristo Valls (2022), Alberto Santamaría (2019) y José Álvarez Junco (2016) ya que han sido fundamentales para elaborar la tabla de características a partir de la cual analizar los discursos de Díaz Ayuso.

Tabla 1. Las tres tendencias vertebradoras del programa del Partido Popular de mayo de 2023 desde las ideologías políticas y las estrategias discursivas

Neoliberalismo	Nativismo	Palabras comadreja
Mecanismo de corrección 1: Gubernamentalización.	La comunidad y su cultura en peligro.	Traslado de los significantes a un contexto nuevo.
Mecanismo de corrección 2: La moral tradicional es la base de la libertad y el orden. Es clave la religión.	Los nacionalismos periféricos como amenaza.	Vacío conceptual.
La gestión empresarial funciona de forma similar a la religión.	La izquierda como amenaza.	Antimetáforas y jibarización. Reducción o transformación semántica.
Defensa de la esfera personal protegida.	La anti-España como amenaza.	Emociones como baterías morales.
La familia asume los roles del Estado de Bienestar.	El Estado es mononacional y monocultural.	Visión túnel.
Sujeto empresario de sí mismo.	El nacionalismo español conservador es patriotismo constitucional.	
La competencia y la productividad como máxima.	La identidad de Madrid es la del nacionalismo conservador.	
La libertad es un asunto asociado a la iniciativa individual, de tipo empresarial.	Las ideas matriz son genéricas y abstractas: patria, país, cultura.	
Los valores son los propios de la esfera individual o familiar, más que de la estatal o la colectiva.	Narraciones con mitologías y simbologías conectan planos temporales diversos.	
	Nihilismo.	

Fuente: Elaboración propia a partir de las ideas y conceptos recogidos en el marco teórico.

El tercer paso se ha centrado en seleccionar el corpus de estudio. Para ello hemos tenido en cuenta cuatro aspectos. El primero es que el discurso político en la actualidad es inseparable del uso de las redes sociales. El segundo es que las RRSS son particularmente determinantes en el éxito de Díaz Ayuso. El tercero es que ya hay trabajos que analizan aspectos como el tipo de liderazgo, la marca personal, la personalización o el estilo comunicativo de Díaz Ayuso en Facebook, Instagram y X (Twitter). Sin embargo, no hay ninguno que se centre en sus discursos en YouTube. El cuarto es que estamos en un contexto de campaña permanente (Rodríguez, 2012) por lo que los esfuerzos materiales y simbólicos de los partidos y los líderes para acceder, continuar o reforzarse en el poder se mantienen durante todo el año electoral.

Las últimas elecciones que se celebraron en la Comunidad de Madrid son las de mayo del 2023. Durante ese año se publicaron un total de 62 vídeos en el perfil oficial de Díaz Ayuso en YouTube. Estas piezas constituyen nuestro corpus de estudio. En su mayoría se corresponden con discursos en la Asamblea y distintos lugares de Madrid. Tras analizarlos a partir de la tabla que se incluye arriba, elegimos los 14 con más reproducciones para ilustrar con ejemplos las tres tendencias vertebradoras (neoliberalismo, nativismo y palabras comadreja) y algunas de sus características clave.

4. MARCO TEÓRICO

4.1. Nativismo: nacionalismo, xenofobia y cultura

El nativismo es un concepto del que se han dado diversas definiciones, existiendo autores incluso que abogan por el recurso al concepto de nacionalismo. El politólogo especializado en ultraderecha y populismos Cas Mudde (2007, p. 19) entiende el nativismo como una ideología que mezcla el nacionalismo étnico con la xenofobia y lo circunscribe al Estado, indicando que el nativismo es una ideología que sostiene que “los Estados deberían de estar habitados exclusivamente por los miembros del grupo nativo (“la nación”) y que los elementos no-nativos (personas e ideas) amenazan fundamentalmente al Estado-nación homogéneo”. La historiadora Aitana Guia (2016) subraya el rechazo de un país, región o ciudad, a un determinado colectivo de inmigrantes como su característica fundamental. Este grupo amenaza la cultura y la existencia misma de la comunidad nativa. Sin embargo, según la autora, el nativismo no se ha centrado únicamente en los inmigrantes, sino que ha tenido también como protagonistas a católicos y a personas de izquierdas como en el caso de Estados Unidos.

El esquema narrativo nativista es muy sencillo y se corresponde con el triángulo del drama (Karpman, 1968). La comunidad nativa se autopercebe como víctima (blanco de ataques, agravios y perjuicios) de un perseguidor que la pone constantemente en peligro pudiendo llegar a hacerla desaparecer. Por ello, es crucial que la comunidad nativa se ponga en manos de, es decir, transfiera su responsabilidad, a un agente que desempeñe el rol de salvador (instituciones religiosas, asociaciones, partidos políticos, líderes) y resuelva así la situación. El salvador garantiza la conservación o restitución de las prácticas sociales que construyen los sentidos propios de la comunidad nativa, es decir, su identidad y su cultura. Para cumplir con esta misión el salvador neutraliza o debilita la acción del perseguidor, alejándolo o expulsándolo del territorio propio de la comunidad nativa (la ciudad, la región o el estado-nación) si es necesario.

Respecto al nacionalismo, Álvarez Junco (2016, p. 6 y p. 51) lo define como un “artefacto o sistema cultural, como la religión o la familia” que subraya “la existencia de unos rasgos culturales diferenciados” y considera que “al grupo humano portador de tales rasgos ha de corresponder la gobernación del territorio que habita”. Comparte con la religión “la predisposición a sacrificarse, hasta llegar a dar la vida, por la comunidad” y ambos “tienen que ver con la muerte, la inmortalidad y la permanencia” (Álvarez Junco, 2016, p. 6). Se caracteriza, en general, por tres rasgos: “visión del mundo, sentimiento y doctrina o principio político” (Álvarez Junco, 2016, p. 48). En la misma línea, Macridis y Hulliung (1998) lo sitúan en la

Europa de finales del siglo XVIII y el siglo XIX, y ven en la comunidad y en la lealtad del individuo a la misma su núcleo: “Las naciones son una patria, que evoca la obediencia y el cariño que se supone que los niños deben a sus padres” (Macridis y Hulliung, 1998, p. 234). Este sería el aspecto característico del nacionalismo que, al tratarse de un artefacto o constructo, puede rellenarse del contenido más variado.

Se distinguen nacionalismos suaves o cívicos frente a nacionalismos extremos, agresivos o excluyentes (Sánchez-Cuenca, 2018). El sentimiento de pertenencia e identificación con la nación presenta una amplia gama de variantes: “desde el mero reconocimiento de pertenencia a cierta etnia o grupo cultural hasta la patriotería, jingoísmo o chauvinismo, o el menos inocuo racismo o imperialismo, basado en la creencia en la superioridad innata del propio grupo nacional y en su derecho a dominar a otros pueblos”. En este último se plantea “una misión o destino grupal de tipo providencial y una esencial desigualdad o jerarquización en razas o pueblos superiores e inferiores” (Álvarez Junco, 2016, p. 48).

La distinción entre el nacionalismo cívico y el agresivo-excluyente, sin embargo, no parece tan clara en la práctica. Por ejemplo, los nacionalismos británico y estadounidense de raíz más bien cívica contaron también con “frecuentes reivindicaciones de supremacía nacional” que se referían a “la misión del hombre blanco” o al “destino manifiesto” (Macridis y Hulliung, 1998, p. 241). Nos encontramos aquí con la perspectiva colonial que identifica a los habitantes de la metrópoli con lo civilizado frente a los salvajes, es decir, a los pueblos colonizados. La doctrina del destino manifiesto identifica a los colonizadores estadounidenses como un pueblo elegido por Dios que les ha designado para conquistar y poblar el Norte del continente americano.

Analizar la forma en que se construyeron los propios EEUU a partir de las primeras colonias que eran en realidad empresas (Orozco, 2004), y la política exterior que han desarrollado a lo largo de su historia, nos permite entender que se instrumentaliza la superioridad moral de origen divino para alcanzar objetivos puramente materiales (Requeijo, 2006). Este aspecto tiene relación directa con el colonialismo y se observa claramente en el caso de España al que dedicaremos un apartado específico.

La xenofobia se define como el odio al extranjero, nacido en tierras ajenas. Tiene relación con el racismo que Álvarez Junco (2016) entiende conectado con el imperialismo. Nuestro grupo étnico o cultural tiene el “legítimo derecho” a dominar a otros porque es superior a ellos. Guia (2016) lo conectaba con el rechazo a un grupo concreto de inmigrantes. Parece que, en muchos de los casos, ésta es la principal amenaza según el discurso nativista. Sin embargo, como detallaremos más adelante, el nativismo en el caso de Ayuso se vertebra en torno a los denominados “nacionalismos periféricos” y a la izquierda. Ambos representan ya en la formulación del nacional-catolicismo de Menéndez Pelayo (2002), la anti-España, los enemigos de la patria (Álvarez Junco, 2016).

El último de los elementos nucleares del nativismo es la cultura. Siguiendo a Stuart Hall es “un proceso, un conjunto de prácticas” que involucra “la producción y el intercambio de significados —dar y recibir significados— entre los miembros de una sociedad o grupo. Decir que dos personas pertenecen a la misma cultura es decir que interpretan el mundo de forma similar y pueden expresarse a sí mismos, sus pensamientos y emociones sobre el mundo, de formas que van a ser mutuamente entendidas” (Hall, 1997, p. 2). Para Lévi Strauss (1993), la cultura es una estructura de síntesis original que transmite las relaciones comunicativas e interacciones con la naturaleza y entre los distintos pueblos, de modo que es naturalmente híbrida y conformada por la unión e identificación con lo diverso —especialmente en el caso de la vinculación con los otros seres de la naturaleza—.

Así, “todas las tradiciones culturales” son “híbridas”: “son el resultado de innumerables procesos de intercambio, imitación, fusión, difusión, interposición y asimilación de rasgos culturales de unos grupos respecto a otros, a lo largo de milenios” (Carvalho, 2007). Esta tesis, además, entiende el carácter multicultural y multiétnico del estado moderno.

Autores clásicos como Américo Castro (2021) han estudiado la naturaleza esencialmente híbrida y mestiza de países como España y continentes como Europa. En la raíz de la conformación de entidades nacionales de fuerte carga cultural como Egipto, los Estados Unidos, México o España están fenómenos de unión o fusión de comunidades muy diversas en periodos de rica convivencia cultural, como la Al-Ándalus y la Sicilia medievales o la Alejandría post-bizantina.

El nativismo, sin embargo, convierte las diferencias entre grupos en “irreconciliables” para justificar que cada una deba tener su propio espacio. Así, Ferreira (2019), que al igual que Mudde (2007) circunscribe el nativismo al Estado, habla de una concepción del mismo “mononacional y monocultural” (Ferreira, 2019). Como indica Guia (2016), reproduce los presupuestos colonialistas, en los que “los países europeos se imaginan como países con poblaciones arraigadas de siglos o milenios con características culturales y religiosas determinadas y estables. Las narrativas de pertenencia europeas todavía afirman que hay pueblos “autóctonos”, “de soca-rel” (en Cataluña), “de souche” (en Francia) o “verdaderos” (como los finlandeses verdaderos) que son los habitantes “naturales” de un territorio” (Guia, 2016, p. 110). La cultura, de este modo, sustituye a la categoría de raza que fue nuclear en los nativismos hasta mediados del siglo XX (Álvarez Junco, 2016).

Desde el punto de vista psico-social, el nativismo exacerba el sentimiento de pertenencia del ser humano, que es una de las necesidades esenciales de tipo social, sirviéndose del cierre en torno a la comunidad con la creación de supuestos enemigos.

Esta pertenencia se activa a través de determinadas narraciones que se apoyan en mitologías y simbologías que conectan pasado, presente y futuro y subrayan la interacción de la persona con dos ejes que se fusionan. Por un lado, con sus iguales nativos, desde su familia a otros miembros de la comunidad pasados, presentes y futuros. Por otro, con la naturaleza y el paisaje propios, únicos, definitorios del espacio que de forma natural, pacífica y legítima habita esa comunidad.

Al enraizarse en emociones primarias (amor, orgullo, miedo, repulsión e ira), en interacciones humanas afectivas y en la conexión con la naturaleza y el espacio, su base psico-social profunda puede ser instrumentalizada con facilidad para fines político-sociales. El sentimiento, la nación y los recuerdos personales, así como las interacciones familiares, se unen a la acción política y a la religión, bloqueando la argumentación política pura en favor de determinadas emociones y sentimientos.

Como veremos, este fenómeno de unión entre la moral, lo político y los valores familiares o religiosos es parte de un proceso que han estudiado autoras como Wendy Brown (2021) y que en realidad es un vaciado del discurso político en favor de una serie de fenómenos que podemos considerar una bruma conceptual difusa. Es decir, el discurso nativista necesita de ideas poco claras y muy abstractas para poder evocar sensaciones, emociones o sentimientos de manera muy amplia. Cuanto más genérica y abstracta sea la idea matriz que subsume todo, como el país, la patria, la nación, la cultura o la moral común, mejor sirve a los fines de este sistema que, en realidad, son los de separar, polarizar y distanciar.

Al unificar en su conglomerado significados, emociones y comportamientos, el discurso nativista puede servir para traspasar el lenguaje de clase, el de generación o incluso el de grupo político, para construir una base común cuyo funcionamiento se enmarca en el nihilismo, ya que banaliza los valores, los desancla de

sus bases y los instrumentaliza (Brown, 2021). El lenguaje nativista parece remitirnos a valores profundos pero lo que hace es desarmar esos valores profundos de las ideas porque su funcionamiento favorece la exclusión y la oposición.

4.1.1. Nativismo en España: el nacional-catolicismo

Hay estudios historiográficos muy relevantes como el de Américo Castro (2021), sobre la realidad histórica de España, quien detectó hace ya un siglo un fenómeno único en el mundo político europeo, como es el uso de las ideas religiosas para fines políticos, que se da con especial intensidad en nuestro país. Según este autor la tendencia a un pensamiento político de casta religiosa proviene de un pasado de guerra religiosa secular que instala en España un nacional-catolicismo de casta o élite, instrumental, de escasa profundidad espiritual, que niega la condición de igual al enemigo y entiende el territorio como una reserva espiritual. El españolismo de las derechas y extremas derechas en España se convierte en ortodoxia, dice Castro (2021), frente a todo tipo de herejías y desviaciones, las cuales son tratadas con violencia y deshumanización. El nacional-catolicismo es un rasgo profundamente enraizado en la historia del país y ha pasado por múltiples fases de desarrollo.

Como ejemplo de este fenómeno, Marcelino Menéndez Pelayo (2002) presentó a finales del siglo XIX las bases del nacional-catolicismo en *Historia de los heterodoxos españoles*. Inspirado en el tradicionalismo que combatía la Revolución Francesa y el liberalismo, en Jaime Balmes y en Donoso Cortés (Fernández Riquelme, 2022) identificaba el catolicismo con España y a España con el catolicismo como si fueran las dos caras de la misma moneda. No caben en la definición de España el islam ni el judaísmo. La anti-España — los heterodoxos— la integraban los españoles que dieron la espalda al catolicismo, “algo equivalente a la subversión política”. Así, el nacionalismo es aquí sinónimo de “contrarrevolución”: se opone a “la subversión obrera”, a “los separatismos” y a “la secularización” (Álvarez Junco, 2016, p. 169). La unidad de la patria se identifica con la reserva espiritual de la religión y alcanza su unicidad al oponerse a todas las ricas corrientes de pensamiento y cultura que poblaron en el pasado nuestro país, y que son consideradas errores religiosos (Menéndez Pelayo, 2002).

Unas décadas más tarde, en 1918, la Fiesta de la Raza, en conexión con el concepto de Hispanidad, se convirtió en la fiesta nacional (Álvarez Junco, 2016). En un contexto europeo marcado por el racismo, el objetivo del 12 de octubre era recordar la fecha en la que Colón descubre América, es decir, la identidad de España como nación está íntimamente ligada a la colonización y al orgullo imperial. Tal y como señala Álvarez Junco fue el intelectual Ramiro de Maeztu el que “lanzó la idea de la Hispanidad como comunidad espiritual de las naciones hispano-parlantes alrededor de los principios católicos que España había introducido en el Nuevo Mundo” (Álvarez Junco 2016, p. 179).

En el nacional-catolicismo está presente la característica propia del nativismo europeo desde hace siglos: el rechazo a los musulmanes. Se apoya en la Reconquista y las raíces cristianas de España que se concretan en mitos y figuras como los de Don Pelayo o los Reyes Católicos. En el contexto actual, esta oposición retorna como la identificación de los musulmanes como portadores de tradiciones opuestas a los valores propios del sistema democrático (Guia, 2016) y a difusas nociones de nuestra cultura o costumbres. El nacional-catolicismo actual extiende esa oposición a la patria, a los nacionalismos periféricos que amenazan su territorio, y a la izquierda laica que pone en riesgo su tradición y valores.

Caro Baroja (2003) ya mostró cómo se puede construir una pseudo-mitología de un pueblo, raza, etnia o comunidad, aludiendo a brumosas mitologías ancestrales. El uso de los mitos, los símbolos y el lenguaje básico es un recurso del nativismo, pero estos mitos son invenciones, manipulaciones o deformaciones de la cultura esencial, que es siempre híbrida además de un fenómeno de conciliación entre naturaleza y humanidad, o entre las distintas comunidades humanas.

Es interesante observar cómo en las últimas décadas el nacionalismo español conservador se ha presentado no como un nacionalismo sino como “patriotismo constitucional” siguiendo a Habermas. Frente a los nacionalismos periféricos desestabilizadores, desintegradores, contrarios a la democracia, a la Constitución y al Estado de Derecho está el patriotismo español, receptáculo de “los valores colectivos que garantizan la libertad” (Álvarez Junco, 2016, p. 197). El contexto, entonces, no es el de varios nacionalismos en lucha sino el de nacionalismos periféricos que ponen en riesgo el sistema democrático. Sin embargo, este nacionalismo español, heredero del nacional-catolicismo, es agresivo y excluyente: considera que la única nación existente en el Estado es la española y banaliza y desprecia la diversidad cultural (Sánchez-Cuenca, 2021).

El nacionalismo conservador se ha naturalizado tanto que parece la única forma posible de españolismo. La historia de España, con una dictadura basada en el nacional-catolicismo de más de cuarenta años en pleno siglo XX, ha hecho que se identifique el nacionalismo como sinónimo del nacional-catolicismo. Sin embargo, como nos recuerda Álvarez Junco (2016, p. 16) hay un “españolismo laico y progresista” representado por figuras como las de Francisco Giner de los Ríos o Manuel Azaña.

Uno de los máximos exponentes de este nacionalismo conservador naturalizado es José María Aznar, quien para Díaz Ayuso “ha sido siempre un referente” (Ayuso, como se citó en Esteban, 2023). El ex-presidente considera que lo español define totalmente nuestra identidad como personas, es su esencia: “El ser español lo impregna y lo incorpora todo, sin remedio. Así de poderosa es nuestra nación. Y si la nación española llegase a estar en peligro, sería tu propia entidad individual la que estaría en riesgo” (Aznar, 2018, p. 74).

Como veremos, la identidad de Madrid, el sentido de pertenencia y valores de la ciudadanía madrileña, tal y como los plantea Díaz Ayuso, se construyen, en gran parte, desde el nacionalismo conservador heredero del nacional-catolicismo. De forma metonímica España es Madrid y Madrid es España: “Madrid es España dentro de España. ¿Madrid qué es si no es España? No es de nadie porque es de todos” (La Vanguardia, 2020). Los valores de esa identidad se forman mediante un discurso siempre oposicional que toma expresiones de otras ideologías o sectores para vincularlos a la esencia de la ciudad: la libertad, la bravura, los valores judeo-cristianos, el amor a la familia, la riqueza, el libre mercado o el libre comercio.

En sus discursos Ayuso habla frecuentemente de las raíces cristianas de Europa y España aunque no ataca ni criminaliza a las personas musulmanas como sí hace Vox. Sin embargo, a la hora de construir el concepto de españolidad comparte mitos y figuras con el discurso de la formación de ultraderecha.

4.2. Neoliberalismo: mercados, moral tradicional y mecanismos de corrección

Los mercados y la moral tradicional son para el neoliberalismo la forma más natural y adecuada de desarrollo del ser humano y de la civilización y necesitan la mayor libertad posible, es decir la ausencia de límites y regulaciones, para funcionar (Brown, 2021). Los estudios y reflexiones sobre el fenómeno han puesto el foco en el primer elemento, en los mercados, y han tendido a obviar la importancia que el segundo, la moral tradicional, tiene en la concepción misma del sujeto, en sus lógicas, en sus relaciones interpersonales y en su experiencia del mundo.

Así, es habitual identificar la privatización de los bienes y servicios públicos como una práctica propia del neoliberalismo. También la concentración de capital y la reducción de impuestos a entidades mercantiles, a las inversiones extranjeras y a la ciudadanía, especialmente a aquellos segmentos a los que por patrimonio y nivel de ingresos deberían corresponderles tipos impositivos más altos en un sistema redistributivo. Por último, al convertirse el mercado en la base del Estado y el Gobierno, ambos quedan

bajo la vigilancia de instituciones supranacionales como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y la Organización Mundial del Comercio (Brown, 2021).

La moral tradicional, el otro elemento clave en la lógica neoliberal y el menos estudiado, es para Hayek la base de la libertad y el orden (Hayek, como se citó en Brown, 2021). Tal y como apunta Brown, influido por el filósofo y político conservador Edmund Burke, Hayek “se maravilla ante la capacidad de la tradición para producir armonía social e integración” (Brown, 2021, p. 139). La tradición es para Burke lo que vincula a los grupos sociales, especialmente, la religión como señalan los estudiosos Macridis y Hulliung (1998) y Robin (2019).

De ahí que, como subraya Brown, Hayek también asigne un papel clave a la religión ya que es la que “codifica” y “transmite” la tradición (Brown, 2021, p. 141). La religión se caracteriza por “la estructura de una creencia ciega” que se basa en “aceptar cosas sin analizar ni comprender, pero eso sirve para adaptarnos”. Esta estructura de creencia ciega es también la base de “la gestión empresarial” donde el individuo, aunque considere el contexto “hostil”, no debe aspirar a cambiarlo sino que lo que debe hacer es adaptar su “reacción” al mismo (Santamaría, 2019, p. 111).

La tradición, por tanto, es fundamental en los procesos sociales por lo que no debemos cuestionarla o desafiarla, sino adaptarnos a ella y ponerla al servicio del neoliberalismo (Santamaría, 2019). Es fundamental aquí el concepto de esfera personal protegida, un espacio conformado por “las normas de la comunidad o las libertades individuales” que actúa a modo de límite o frontera impermeable frente al poder político, a lo social o a las bases mismas de la democracia. La preservación y defensa de la esfera personal protegida permite acogerse, por ejemplo, a la “objeción de conciencia” para no proporcionar “servicios relacionados con la contracepción, el aborto o el matrimonio igualitario”. También emplear el “cheque escolar” para elegir una escuela con unos determinados valores en lugar de la pública (Brown, 2021, p. 112).

La moral tradicional es, además, la contraparte del libre mercado: la forma de compensar la frialdad propia de la economización de todos los aspectos de la vida. Brown explica que fue el padrino del neoconservadurismo, Irving Kristol, quien puso el foco en la necesidad de “promover los valores tradicionales en las familias, las escuelas y los espacios cívicos, afirmar la influencia religiosa en la vida política y cultivar el patriotismo” (Brown, 2021, p. 131). Especialmente la familia se convierte en el “contrapeso” esencial a los problemas de la mercantilización asumiendo las funciones que corresponden al Estado del Bienestar. Funciona también como “un contenedor disciplinario y una estructura de autoridad” (Brown, 2021, p. 134).

La fuerza del neoliberalismo está entonces en que se trata de “una racionalidad política nueva”, un “nuevo marco antropológico”, que “crea un nuevo sujeto y una nueva subjetividad” (Brown, p. 45 y p. 68). No es simplemente “un sistema económico o un modo de organización macropolítico” (Valls, 2022, p. 33). Esta nueva racionalidad política construye un sujeto “empresario de sí mismo” (Foucault, 2007) movido por la competencia, la eficiencia y la maximización del beneficio. Estos principios de mercado no solo determinan el funcionamiento de las empresas, el Estado o el Gobierno, sino que son “principios saturadores de realidad, gobiernan todas las esferas de la existencia”. De ahí que se emplee la metáfora de “sujeto de competición y ampliación de capital humano” (Brown, 2021, p. 45). Todos los aspectos de la vida son entendidos en términos del capital. El trabajo es la vida y la vida es el trabajo. La vida-trabajo no solo debe ser competente, eficiente y buscar maximizar el beneficio, sino que además debe hacerlo de forma creativa, original, única y auténtica (Valls, 2022). El individuo se las ingenia para capitalizar sus propiedades, su tiempo, sus relaciones interpersonales y a sí mismo (Brown, 2021). No existe “límite cultural ni biológico que contenga las exigencias sobre uno mismo”. Por ello, el neoliberalismo rechaza la

fatiga y, si es necesario, el poder político autoriza y naturaliza el consumo de todo tipo de psicofármacos que la eliminan (Valls, 2022, p. 36 y p. 52).

En este sentido, no se trata solo de presionar o dar órdenes al poder político en relación con determinados temas. Hay que lograr que “el mercado sea el que dé sentido y espíritu al Estado, desde las formas laborales hasta la educación” (Santamaría, 2019, p. 113). Es lo que Foucault (2007) denominó gubernamentalización.

Además del Estado en sí mismo, los otros dos dispositivos que garantizan la hegemonía del modelo neoliberal son el uso de la moral tradicional-religiosa, a la que ya nos hemos referido, y el lenguaje. A este último dedicaremos el siguiente apartado.

4.3. Reapropiación del lenguaje y palabras comadreja

Las fórmulas para asegurar el dominio del liberalismo fueron fundamentales en la concepción misma y el desarrollo del modelo neoliberal (nuevo liberalismo). Hayek las denominó “mecanismos de corrección” pero, en realidad, son “mecanismos de poder” (Santamaría, 2019, p. 113).

Identificó la generación de lazos basados en “la colaboración, la solidaridad y el altruismo” como una de las mayores amenazas al modelo. Como, además, la clasificó dentro de la categoría de los “instintos humanos” era vital vacunarse contra su florecimiento y acción. La herramienta para hacerlo es el lenguaje: hay que convertir “el lenguaje tradicionalmente opuesto a las dinámicas del mercado (imaginación, creatividad, emociones...)” en “esencial para la nueva narrativa laboral y educativa” (Santamaría, 2019, p. 113).

Sin embargo, como afirma Mijaíl Bajtín el lenguaje “no es un medio neutral que pasa, fácil y libremente, a ser propiedad intencional del hablante: está poblado y superpoblado de intenciones ajenas. La apropiación del mismo, su subordinación a las intenciones y acentos propios, es un proceso difícil y complejo” (Bajtín, 1989, p. 111). Los lenguajes son las “fuerzas estratificadoras” y, como consecuencia de su acción, “no quedan en el lenguaje palabras y formas neutrales, de nadie: el lenguaje se ve totalmente malversado, recorrido por intenciones, acentuado (...) Cada palabra tiene el aroma del contexto y de los contextos en que ha vivido intensamente su vida desde el punto de vista social; todas las palabras y las formas están pobladas de intenciones” (Bajtín, 1989, p. 110).

El neoliberalismo, por tanto, se enfrenta a una tarea compleja al tratar de subordinar el lenguaje a sus intenciones. La propia naturaleza de los signos está en la base de esta dificultad. Los signos, explica Peirce, tienen funciones adquiridas que nos conectan con los objetos representados, y siempre nos remiten a algo distinto de sí mismos, al objeto al que representan (Peirce, en Castañares, 2019). Ese objeto está “condicionado ya, contestado, evaluado (...) inmerso en la luz de las palabras ajenas que se han dicho acerca de él” (Bajtín, 1989, p. 94). El objeto al que nos traslada el signo se ha construido desde una determinada perspectiva, a partir de unas intenciones que determinan su sentido. Los agentes con capacidad para condicionar los objetos y los sistemas de signos, consolidan las hegemonías y obtienen el poder de la representación mediante los lenguajes, como estudia Pitkin (2017), siguiendo la larga tradición de los estudios sobre lenguaje y poder.

Friedrich Hayek es muy consciente de lo decisivo que es el lenguaje en la construcción del sentido en un determinado contexto. Entiende que el poder depende de la capacidad de marcar el lenguaje, de impregnar la sustancia de la expresión de sus intenciones e intereses. Así, emplea la metáfora de las *palabras comadreja* que se basan en utilizar “vocablos de los que no es posible prescindir” evitando o rehuyendo “las implicaciones de las propias premisas ideológicas” (Hayek, como se citó en Santamaría,

2019, p. 113). Se refiere, por tanto, a una operación específica dentro de la reapropiación semántica. Hayek considera que el neoliberalismo, para mantenerse y reforzarse como fuerza hegemónica debe adueñarse de los significantes clave o palabras símbolo de una determinada enciclopedia, semiosfera o sistema de sentido de manera que remitan a sus intenciones e intereses.

Las “palabras comadreja” actúan en dos sentidos diferentes, de acuerdo con la tesis que lanza Hayek sobre esta estrategia lingüística. Como la comadreja, que absorbe el contenido de los huevos de otros animales y deja las cáscaras vacías e intactas, las palabras comadreja, en su operación de traslado de los significantes a un contexto nuevo, generan un vacío conceptual tanto en el contexto de origen como en su nuevo contexto. Cambian y vacían la memoria semántica política al cambiar su contexto.

Para poner un ejemplo claro, cuando Isabel Díaz Ayuso centra toda su campaña electoral de 2021 en la palabra “Libertad” como lema absoluto, realiza dos operaciones semánticas: por un lado, trae el concepto de la libertad revolucionaria asociada tradicionalmente al comunismo, anarquismo y socialismo, de vuelta al campo del liberalismo de la derecha, retomando ni más ni menos que la idea liberalista de Stuart Mill (2022). De hecho, aunque en su irrupción política se limita a una palabra “Libertad”, posteriormente en las elecciones del año 2021 usa la oposición “Socialismo o Libertad” para después exacerbar la oposición a “Comunismo o Libertad” —con ocasión de la presentación del candidato Pablo Iglesias a estas elecciones—

Con esta estrategia, Díaz Ayuso desprovee a la palabra Libertad de su conexión política inmediata con las ideas revolucionarias socialistas, anarquistas o comunistas. Y al mismo tiempo, al identificar la palabra con su programa político, deja el huevo del contenido semántico vaciado disponible para poder hacer uso de él para otro interés. Así, la libertad de Díaz Ayuso basada en esta palabra comadreja es la libertad genérica, por ser de Madrid, por consumir, por emprender, o por tener pareja, por respirar. Se trata de un huevo vacío, basado en una bruma conceptual. La libertad de Ayuso, una vez que se ha vaciado de su contenido histórico, reconecta con otro contexto, esencialmente el campo económico: es la mano invisible del capitalismo la que energiza su discurso político. Así, también usará la cáscara vacía de la palabra libertad para insuflar sentido al consumo, al turismo, a la religión e, incluso, a la despolitización.

En la lógica neoliberal la competencia, la auto-explotación y la maximización del beneficio son valores centrales. El sujeto se empresarializa y se adapta a la moralidad tradicional. Estamos ante un modelo que se opone a lo social, a la democracia y a lo político (Brown, 2021). Por ello, el neoliberalismo se adueña de significantes clave propios de estas tres esferas que han sido centrales en el contexto sociocultural de los siglos XIX, XX y XXI como los de libertad, igualdad, justicia o solidaridad. Así, construye la libertad como lo opuesto a lo social. La enmarca en lo natural que es espontáneo, bueno y virtuoso frente a lo social, que pertenece al ámbito de lo artificial y es dirigido, malo e ineficaz.

A través de figuras como Margaret Thatcher el neoliberalismo niega la existencia misma de la sociedad y sus valores, convirtiéndolos en huevos vacíos. En una entrevista en 1987, Thatcher afirmaba: *“You know, there’s no such thing as society. There are individual men and women and there are families”* (Thatcher, 1987). Si la sociedad y lo social no existen, si son algo inventado y perjudicial, la justicia social se construirá en la misma línea, siendo simplemente “política de la envidia” (Brown, 2021, p. 55). Díaz Ayuso ha negado recientemente la existencia de la “lucha de clases” e, incluso, de las clases sociales mismas (<https://bitly.cx/vkc5>) considerándolas “invenciones de la izquierda”. Esta estrategia vacía de contenido a dichos conceptos.

Del mismo modo, el neoliberalismo se apropia del significante “Democracia” de forma que su núcleo ya no remite a la igualdad política sino a la propiedad. En el discurso de la Convención Tory de 1980, cuando sólo llevaba un año al frente del poder ejecutivo, Thatcher habló de la “democracia de propietarios” (Thatcher, 1980). Esta unión semántica extrae la esencia de la democracia garante de la igualdad y el autogobierno (Sanchez-Cuenca, 2018) que precisa de la reducción de las desigualdades materiales o simbólicas, de modo que la igualdad asegure el control y la rendición de cuentas del poder político (Brown, 2021, p. 49). En su lugar, el propietario, la maximización del beneficio y la competencia ocupan el lugar del valor político en sí, constituyendo expresiones que vacían la democracia y la colocan al servicio del neoliberalismo.

Otra palabra que se vacía de valor al convertirse en comadreja es la Política. Lo político, esencialmente, se ocupa siempre de la “existencia común pensada, formada y gobernada”. Dependemos enteramente de lo político porque determina “el destino de mundos humanos y no humanos”. A su vez está interconectado con otros muchos poderes (Brown, 2021, pp. 88-90). Hay bienes que no pueden alcanzarse individualmente y necesitan de lo “común”. Hablamos de la “provisión de bienes públicos” que en muchos casos conlleva la “redistribución de recursos entre diferentes miembros de la comunidad” (Colomer, 2009, p. XII). El neoliberalismo ve en lo político un peligro para las bases de la civilización: el mercado y la moral tradicional. La gestión política sólo interesa en tanto puede generar beneficios económicos, por lo que debe controlarse poniéndola al servicio de la competencia y la autoexplotación. La única libertad aceptable es la libertad de ganancia y mercado.

El principal sistema lingüístico para vaciar de contenido el peligroso ámbito de lo político en su esencia es traducirlo todo a términos económicos: la democracia se basa en la propiedad y el fin del sistema es maximizar beneficios. La sociedad, la política y lo social son palabras vacías, en tanto que el dinero, el beneficio o el consumo son las realidades verdaderamente existentes. Existen y son determinantes la propiedad, los mercados, la moral tradicional, el individuo y la familia, que constituyen palabras comadreja, introducidas en el ámbito político, para privarlo de sus contenidos propios.

Las palabras comadreja realizan conexiones semánticas reduccionistas. En lugar de ampliar, como las metáforas, las visiones completas de lo político expandiendo sus perspectivas, funcionan como antimetáforas, identificando contextos que vampirizan la visión amplia. Así, por un lado, el sujeto se empresaria: la competencia, la acumulación, la jerarquía, la homogeneidad y la lealtad son las bases de la identificación, la valoración y la interacción. Por el otro, los mercados y las empresas se individualizan y familiarizan, desapareciendo el aspecto capitalista de su comportamiento. El orgullo por la responsabilidad (empresarialización) individual y familiar, se construye frente a la justicia social y la redistribución, que son consideradas manipulaciones, políticas de la envidia y la mendicidad. Se da la sorprendente paradoja de que los líderes políticos que usan la estrategia de Hayek (Santamaría, 2019) emplean la alusión a la “política” para denigrar y jibarizar sus funciones propias.

Otras palabras comadreja realizan identificaciones entre conceptos para reducir su aspecto político tradicional, como ocurre con “ideología” cuando se vincula al feminismo o “libertad” cuando se cuestiona la educación pública o la sanidad pública universales; hay composiciones semánticas reduccionistas como “democracia liberal”, que reduce la primera a lo segundo, la herencia “judeo-cristiana” que suprime la islámica, o el “social-comunismo” que elimina los matices entre ambas ideologías y borra de un plumazo la socialdemocracia. Los términos “pobreza” o “tristeza” identifican a los sistemas socialistas o comunistas absorbiendo emocionalmente en dos términos un conjunto gigantesco de situaciones históricas. La “libertad” permite renunciar al bien colectivo, a los servicios universales o puede usarse, en entornos como la enseñanza, para dejar de invertir en educación pública. Lo “político” y “hacer política” significa estar corrompido, ser falso o manipular y por tanto decir que alguien hace algo por política implica que no hay que hacerle ningún caso. Las palabras comadreja al tiempo que jibarizan los campos habituales de la acción

política pública dejan hueco en el discurso para que sea invadido por otros sectores y agentes sociales, como la empresa, el sujeto privado, la institución religiosa o la tradición y la moral.

Desde el punto de vista psico-social, como vemos, la lógica planteada por las palabras comadreja tiene además un aspecto emocional muy importante. James Jasper (2013) ha señalado, en línea con otros autores como Warner y Aladro-Vico (2009) o Watzlawick *et al.* (1991), que las emociones generadas por la comunicación energizan o desmovilizan, generan o recortan impulsos de acción, porque en su base privan o no de carga semántica a contextos o interacciones. El manejo, según Jasper, de emociones opuestas en los movimientos político-sociales produce un efecto crucial: las emociones recargan como baterías morales (la “combinación de emociones positivas y negativas que, a través de su contraste, proveen de energía a la acción”) las situaciones sociales (Jasper, 2013, p. 52), pero, además, están conectadas con la reducción e intensificación de la carga de significado.

La instrumentalización de palabras comadreja está asociada a la reducción semántica, como hemos visto. El uso del lenguaje de este tipo se asocia a cambios emocionales en los individuos. La reducción o transformación del significado de situaciones puede generar escaladas emotivas en las que se pierde la noción de la realidad debido al sentimiento intenso, generándose lo que la psicología cognitiva llama “visiones túnel” (Beck, 2003). Dado que las emociones pueden generar solidaridades recíprocas e instantáneas, utilizando combinaciones positivas y negativas incluso con emociones muy negativas, la apelación a conceptos que puedan, en combinaciones de brusco contraste, despertar emociones como el apego y la ira al mismo tiempo, son de gran eficacia cuando las suscitan palabras comadreja, capaces de sustraer significados. Por ejemplo, la apelación al sentimiento familiar, religioso o al individualismo, puede desencadenar emociones como el rechazo, el miedo al peligro o, por el contrario, el orgullo y el afecto.

4.4. Discurso político, RRSS y YouTube

Han pasado casi 20 años desde que las RRSS se convirtieron en imprescindibles para entender la comunicación política. La campaña electoral de Barack Obama en las elecciones presidenciales estadounidenses de 2008 y sus dos legislaturas como presidente marcaron un antes y un después en este sentido. El uso que de ellas hizo en el período 2016-2020 y hace, actualmente, su sucesor al frente de la Casa Blanca, Donald Trump, determina la forma en que se produce, pone en circulación e interpreta el discurso político a nivel global (Karpf, 2017; Pérez-Curiel y Limón-Naharro, 2019; Ross y Rivers, 2020). Aunque las RRSS amplifican las características propias de la telerrealidad y el siglo XXI es el de la hipertelevisión, Trump sienta las bases de una nueva retórica o lógica discursiva caracterizada por el impacto permanente, propio de la figura del influencer (Battista, Giordano y Mangone, 2026; Pérez-Curiel y Limón-Naharro, 2019; Street, 2018).

En España, el uso de las RRSS en comunicación política destacó a partir del año 2009. Se emplearon de forma masiva en las elecciones autonómicas de Galicia y País Vasco en 2009, Cataluña en 2010, las europeas de 2009 y las generales de 2011 (Jivkova-Semova *et al.*, 2017). Sin ellas no puede entenderse el éxito del Movimiento 15-M, el de Podemos en el ciclo 2014-2017 y el de Vox en el ciclo 2019-2026.

Las publicaciones que analizan el discurso de los líderes y partidos españoles en RRSS desde la perspectiva del estudio de las ideologías y estrategias discursivas son amplísimas. Muchas de ellas se centran en la plataforma Youtube (Berrocal-Gonzalo *et al.*, 2017; Cerdán *et al.*, 2022; Gil y Gómez de Travesedo, 2022; Peña y Zorogastu, 2025; Pineda Cachero *et al.*, 2022). Sin embargo, en el caso de Díaz Ayuso, aunque hay estudios que analizan aspectos como el tipo de liderazgo, la marca personal, la personalización o su estilo comunicativo en Facebook, Instagram y X (Twitter), no hay ninguno que se centre en sus discursos en YouTube.

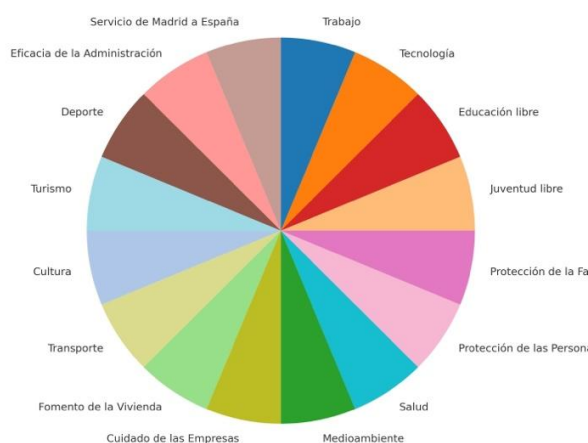
YouTube es una red abierta que permite acceder a sus vídeos a cualquier usuario de internet, sin necesidad de registrarse. En el caso de contar con un perfil, pueden compartir, comentar o calificar los vídeos (Cerdán *et al.*, 2022). Funciona, además, como un repositorio desde el que lanzar contenidos a otros medios (Rodríguez-Serrano *et al.*, 2019). Es la segunda red social con más usuarios en nuestro país y la cuarta en la que más tiempo invierten a diario. Además, es la red elegida junto a Instagram por los usuarios de más edad según el Estudio Anual IAB (IAB, 2024). El Digital News Report 2025 del Instituto Reuters (Universidad de Oxford) sitúa a Youtube como la tercera red social más utilizada en nuestro país, tanto para acceder a información general como para informarse, específicamente, de noticias (Sierra *et al.*, 2025).

El perfil de Díaz Ayuso en YouTube cuenta con 17.100 suscriptores, 421 vídeos alojados y cerca de 3.000.000 totales de visualizaciones. Aunque está lejos de los 37.400 suscriptores de Pedro Sánchez y de los 25.000 de Santiago Abascal, el número de visualizaciones que consigue es muy alto comparado con el de los dos líderes nacionales. Un primer acercamiento a los vídeos de la presidenta revela que, en su gran mayoría, exceptuando algunos sobre tomas falsas, proyectan un concepto de institucionalidad y un rol puramente político, frente al de influencer que construye en otras redes como Instagram (Caro-Castaño *et al.*, 2024).

5. RESULTADOS

El Partido Popular agrupa las medidas del programa para las elecciones a la Comunidad de Madrid de mayo de 2023 en 16 ejes temáticos. Estos ejes y su contenido trasladan el discurso de los aspectos puramente colectivos, asociados a servicios o instituciones públicas, a la esfera familiar, la de los valores -libertad- y el individuo, con el aspecto económico-empresarial como eje transversal que vincula y resume todos los demás ejes: el trabajo, la empresa, el turismo, la eficacia, el desarrollo de la vivienda y del transporte e, incluso, de la cultura. Sigue, por tanto, el principio central de la filosofía neoliberal tal y como la formuló Hayek.

Figura 1. *Ejes temáticos del Partido Popular en Madrid. En colores fríos los temas tradicionales de la política y en colores cálidos los temas asociados a palabras comadreja en estrategias neoliberalistas*



Fuente: Elaboración propia.

En el programa descubrimos vínculos metonímicos continuos con España que trasladan la acción política de la Comunidad de Madrid, a la que le corresponde el nivel autonómico, al nivel nacional. De forma implícita, al subrayar “el servicio de Madrid a España” se busca el contraste con los nacionalismos periféricos y la izquierda, que no lo estarían ejerciendo. Entramos en el terreno del nativismo.

El lenguaje que se emplea para vehicular las propuestas incluye de forma continua palabras comadreja como libertad, España, familia, empresa o persona.

Los 62 vídeos publicados en el perfil oficial de Díaz Ayuso en YouTube durante el año 2023 siguen estas tres tendencias. La mayoría de ellos se corresponden con discursos que puso en escena en la Asamblea o en algún lugar de la Comunidad de Madrid. Casi la mitad de ellos (un 43%, 27 discursos) se centran en la confrontación contra Pedro Sánchez y un 27% (17 discursos) en la confrontación contra Más Madrid y la izquierda en general. Comprobamos que este aspecto es propio de los vídeos publicados en su perfil desde principios de 2020, es decir, desde unos meses después de convertirse en presidenta de la Comunidad de Madrid. De hecho, las piezas con más reproducciones a lo largo del período 2019-2025, exceptuando un vídeo de tomas falsas, una charla con Toni Nadal y la inauguración del Belén de la Puerta del Sol se enmarcan en la confrontación con Sánchez.

De los 62 vídeos analizados hemos seleccionado los 14 con más reproducciones para ilustrar con ejemplos concretos las tres tendencias vertebradoras y algunas de sus características.

Tabla 2. Los 14 vídeos con más reproducciones en el perfil de Díaz Ayuso en YouTube durante 2023

Título de los vídeos	Reproducciones y duración	Fecha
1. Me gusta la fruta. https://www.youtube.com/watch?v=hp9bzjbH6yY&t=7s	45.593 reproducciones 7'35"	17-11-2023
2. Con Toni Nadal. Hablamos del mérito y del esfuerzo. https://www.youtube.com/watch?v=EY7GT6bFFo0	24.352 reproducciones 49'47"	20-01-2023
3. El proyecto de Pedro Sánchez está acabado https://www.youtube.com/watch?v=uMPIQNbHnQ&t=90s	17.114 reproducciones 19' 49"	22-01-2023
4. Sánchez: el caradura. https://www.youtube.com/watch?v=2L78JbkH9yo	10.422 reproducciones 23'29"	22-04-2023
5. Declaración institucional de la Comunidad de Madrid tras el acuerdo de Pedro Sánchez y Junts. https://www.youtube.com/watch?v=ZqsLpzXG4X8&t=6s	8.028 reproducciones 7'10"	09-11-2023
6. Madrid con ganas. https://www.youtube.com/watch?v=r_ujq8HV7dw	7.119 reproducciones 17'55"	01-05-2023
7. Más Madrid debería ir 15 días a comprobar en persona cómo es la vida en manos de Hamás. https://www.youtube.com/watch?v=gfveARFELTE	5.043 reproducciones 3'25"	20-10-2023
8. Discurso de Investidura en la Asamblea de Madrid. https://www.youtube.com/watch?v=CW49S8baQXA	4.646 reproducciones 1 16' 35"	24-06-2023
9. Rendirnos no es una opción. Apertura de curso político. https://www.youtube.com/watch?v=dEEh1hFKU48	4.388 reproducciones 22' 25"	01-09-2023

10. Puede marchar en paz. https://www.youtube.com/watch?v=tRF_XCRXchl	4.320 reproducciones 3'39"	02-04-2023
11. 179 candidatos con ganas de ganar Madrid. https://www.youtube.com/watch?v=8RAjJe0dfik	4.314 reproducciones 17'08"	15-04-2023
12. El mejor Madrid. Discurso en la toma de posesión. https://www.youtube.com/watch?v=K27ZuCh2NzM	4.285 reproducciones 9'06"	23-06-2023
13. Mensaje de Fin de Año. https://www.youtube.com/watch?v=bL-j0kxGRL0&t=13s	4.134 reproducciones 9'23"	31-12-2023
14. No quiero la independencia del País Vasco https://www.youtube.com/watch?v=zuO_plyuV6M	3.731 reproducciones 35'42"	26-05-2023

Fuente: Elaboración propia.

Todos los videos seleccionados excepto el primero, “Me gusta la fruta”, giran en torno a la principal palabra comadreja que emplea Díaz Ayuso: libertad. En el discurso 13, el Mensaje de Fin de año, afirma:

“Mi compromiso para 2024 es seguir defendiendo nuestro modelo de convivencia. Una Comunidad de Madrid en la que nadie está por encima de la ley, en la que preservamos la independencia de los jueces y en la que se respeta al que piensa diferente. Una región que está al servicio de España, de la España de todos, que no olvida a las víctimas del terrorismo y se sabe representada por los símbolos nacionales: la bandera, el himno y el escudo (...) Nuestro mejor modo de entender la vida en libertad, sin muros, en convivencia. Donde cada uno de nosotros aspiramos a ser la mejor versión de nosotros mismos, haremos el mejor Madrid de su historia (...) En la región de todos, donde se viene a vivir en paz, a ser cada uno lo que quiera ser, a decidir cómo emprender, ganarse la vida, formarse o crear una familia según se elija y, encarar esta maravillosa aventura diaria que es la vida en libertad. Y, si somos capaces de contagiar nuestro entusiasmo, haremos también la mejor España”.

Observamos cómo Libertad se construye por oposición a Sánchez, la izquierda y los nacionalismos periféricos. En el inicio de su discurso, la presidenta se refirió al “grave error de la amnistía”, “las minorías separatistas vascas y catalanas” y “las políticas comunistas que solo empobrecen y asfixian”. Frente a todo ello está “la región de todos”, la Comunidad de Madrid que, metonímicamente, representa a España, “la España de todos”.

España es igualmente una palabra comadreja que sirve de embrague para cambiar la dimensión de acción política hacia la oposición con las políticas del gobierno nacional. La dimensión del uso de “España” permite a Ayuso oponerse en un contexto con el que no puede perder porque no es el suyo. Además, fusiona libertad-Madrid-España con aspectos neoliberales, en su dimensión económica y moral, y nacionalistas-nativistas. Así habla de “emprender” o “formar una familia según se elija”.

Con esta estrategia, por un lado, trae el concepto de la libertad revolucionaria asociada tradicionalmente al comunismo, anarquismo o el socialismo, de vuelta al campo del liberalismo, en este caso, a su corriente de derechas, retomando ni más ni menos que la idea liberalista de Stuart Mill (2022). Por otro, identifica la palabra con su programa político y deja el hueco vacío de contenido semántico, disponible para usarlo según su interés. Así, la libertad de Díaz Ayuso basada en esta palabra comadreja es la libertad genérica, por ser de Madrid, por consumir o por emprender. La libertad de Ayuso, una vez que se ha vaciado de su contenido histórico, reconecta con otro contexto, esencialmente el campo económico. Así, también usará la cáscara vacía de la palabra libertad para insuflar sentido al consumo, al turismo, a la religión e, incluso, a la despolitización.

Esta estrategia discursiva se repite constantemente. Por ejemplo, en el discurso 8, el de investidura expone:

La composición de este Parlamento es el resultado de unas elecciones que nos han dejado tres mensajes principales. El primero, que a los madrileños les gusta el tipo de vida que se han dado y las políticas que defiende el Partido Popular en Madrid. Por eso no han votado solo en clave económica, algo que es capital en esta región: han votado por los valores de la libertad, la alegría, la bravura, el patriotismo, la pluralidad, la generosidad, y una forma de entendernos y convivir que en Madrid se da como en pocos lugares del mundo (...) Aquí, la libertad para vivir se traduce en una vida más intensa, más personal y verdadera (...) Por eso también la ultraizquierda se ha debilitado en esta Cámara. Madrid es el rompeolas de las Españas y aquí empezó la reconquista de la libertad y de la España de todos. Y la tendencia ya es imparable (...) Los españoles, de izquierda a derecha, no quieren perder su país, ver cómo se apaga, asumir que los jóvenes son empujados al victimismo, sufragar montajes con dinero público para fomentar supuestas nuevas luchas de clases (entre el hombre y la mujer, el campo y la ciudad, lo público y lo privado, los mayores y los jóvenes), que solo buscan dividir a la sociedad para que pierda la iniciativa y controlarla. A manos de quienes todo, hasta la tenencia de una mascota o las relaciones íntimas, lo politizan: y esa es la definición exacta del totalitarismo en cualquiera de sus fórmulas: que todo sea político, con lo que nada es personal, ni espontáneo, ni libre (...) Y el cambio es imparable porque España entera lo tiene claro: España merece un mejor Gobierno, y no quiere que sus enemigos ocupen sus instituciones, ni que la cambien por la puerta de atrás.

Se alude a la cuestión nacionalista-nativista a través del uso del significante reconquista que permite, de nuevo por metonimia de la parte por el todo, amplificar su identificación con dimensiones más grandes de acción. Además, se habla abiertamente de los “enemigos” de España: la izquierda (el Gobierno) y los nacionalismos periféricos. También se incluyen aspectos neoliberales a través de significantes como iniciativa. Así, tenemos un campo semántico de lo positivo (libertad-Madrid-España) que remite a reconquista, patriotismo, verdad, lo espontáneo y lo personal. A nivel emocional, activa la alegría y el orgullo. Frente a él, está el campo semántico de lo negativo (totalitarismo-enemigos de España) que remite a ultraizquierda, Gobierno (central), politización, control, división, victimismo, montajes. A nivel emocional, activa el miedo y la ira.

Es interesante observar cómo, en línea con lo expuesto sobre el neoliberalismo en el marco teórico, lo “personal” (el individuo) se relaciona con lo espontáneo, lo auténtico y lo verdadero frente a la “politización”, el control y lo falso. En el discurso 2, “Con Toni Nadal. Hablamos del mérito y del esfuerzo”, el eje es la libertad de acción individual como centro de interés político. En el minuto 42 segundo 59, hay una definición sustractiva del ámbito de la gestión política guiada por la invocación a libertad:

“Madrid es un proyecto que tenemos de oportunidades, de libertad, para aquellos que han perdido la fe, que han perdido las oportunidades, la libertad y que quieren vivir en paz, vivir a su manera, en base a sus convicciones, a sus creencias, en base a sus propias decisiones. Nosotros simplemente los acompañamos, les apoyamos y les ayudamos siempre que ellos lo reclamen (...) Nuestro proyecto es netamente liberal y personal, y se tienen que tener ganas”.

La anulación del principio colectivo es clara en este discurso en el que se confirma una estrategia discursiva basada en la asociación de campos semánticos en los que se plantea una operación de jibarización semántica: libertad se asocia a individuo, que a su vez se asocia a creencia (religión) y, a su vez, a oportunidades de triunfo (esfuerzo y mérito).

En el discurso 4, “Sánchez el caradura”, la presidenta construye de nuevo su discurso a partir de los campos semánticos señalados (libertad-España-Madrid frente a totalitarismo-enemigos de España). Se alude, como en el de Toni Nadal, al esfuerzo, el mérito y la prosperidad, pero, en este caso, en el marco de la educación. La inversión en enseñanza privada o concertada se define desde su base como culmen de la libertad e igualdad. Libertad e igualdad como valor frente a los contravalores control y colectivización.

Queremos seguir trabajando por defender a los alumnos del sectarismo, no solo con contenidos ideológicos, sino trasladándoles una actitud ante la vida. Siempre están agraviados, supuestamente felices porque todo se les regala, siempre están igualados a la baja porque intentan colectivizar y dirigir a nuestros jóvenes, siempre en la desidia. Nosotros creemos en la cultura del esfuerzo, del mérito, del sacrificio y en que nadie se quede atrás pero que quien prospera y se esfuerza y saca buenas pueda seguir creciendo. Porque lo merece; se lo merece y se lo debemos. Una educación de calidad, donde los contenidos importan (...) donde la pública, la privada, la concertada y la especial conviven y lo hacen según nos lo piden libremente las familias. Queremos un país de ciudadanos libres e iguales ante la ley.

En el discurso 10, “Puede marchar en paz”, Díaz Ayuso da una réplica a la jefa de la oposición en ese momento, Mónica García, a través de la palabra comadreja ideología. Aquí ideología es un antivalor que se identifica, de nuevo con lo falso, el engaño y el adoctrinamiento. Hay que decir que alguien que está guiado o marcado por la ideología se convierte en un insulto.

“Es usted una mujer marcada por la ideología, que todo lo puede: por eso promueve las listas negras de sus compañeros médicos, no le importa, no le ha importado nunca boicotear la sanidad en ningún momento, además de perder el crédito, el bono social, ha perdido la profesionalidad, déjeme que le diga... (y al finalizar): puede marchar en paz, que vengo inspirada del Vaticano”.

También en relación con Más Madrid, en el discurso 7 recomienda a los diputados de la formación acudir a Gaza y convivir al menos 15 días con Hamás:

¿Saben ustedes lo que hace la izquierda maniquea con todo esto? Les tendría que dar vergüenza cómo retuercen el discurso y, es más, me pongo a favor de las democracias liberales del mundo. Le animo a que deje de ser la única que no acude a los actos del Holocausto en esta cámara porque empiezo a pensar que usted no está a favor de la causa palestina, sino que es profundamente antisemita.

La adjetivación le sirve aquí a Díaz Ayuso para formar campos semánticos que vacían de sentido: -izquierda maniquea, democracias liberales del mundo, antisemita- en modo antimetafórico, porque la unión semántica vacía o reduce contenidos de palabras. Las democracias no son sólo liberales, las izquierdas no

son las únicas maniqueas, ni los defensores de los palestinos son antisemitas, tratándose en todos los casos de estrategias de privación de valores propios en las palabras o conceptos. De nuevo, la metonimia permite saltar del contexto autonómico ya no al nacional sino al internacional.

La izquierda aparece siempre como falsa, manipuladora y adoctrinadora frente a la libertad, lo espontáneo y lo verdadero, pero, también, como pobre, mísera y deprimente activando el aspecto emocional al que ya nos hemos referido previamente. En este mismo discurso la identificación es absoluta en la oración:

“La pobreza y la izquierda se necesitan y se retroalimentan. Y si no miren a los que han salido de Hispanoamérica huyendo del socialismo, a los ucranianos, a tantos que huyen”.

Se identifica la invasión que la Rusia de Putin inició en febrero de 2022 en Ucrania con la acción de un Gobierno de izquierdas, en una gruesa caracterización histórica.

Por último, el discurso más visualizado es el que caracteriza la expresión eufemística “Me gusta la fruta” que es una clave para insultar al presidente del Gobierno Pedro Sánchez a quien Díaz Ayuso calificó de “hijo de puta” en la tribuna de espectadores del Congreso de los Diputados. Ante reclamaciones de disculpas por parte del grupo socialista, la presidenta replica insistiendo en esta expresión, que repite hasta cuatro veces en su respuesta:

Probablemente quieren que yo a Sánchez le llame guapo, divino, maravilloso, pero es que el presidente ya dijo ayer en el Parlamento que va a levantar un muro en España para fabricar dos, una contra otra (...) Pues si pretenden que yo le haga la rosca, y le alabe que esté destruyendo España, pues sí, desde luego a mí, me gusta la fruta.

Esta expresión se convierte en uno de los lemas o motivos políticos más virales e, incluso, en manifestaciones y actos públicos las imágenes de frutas o pancartas con este lema realizan la operación de oposición y lucha contra el presidente nacional. El tono de oposición va más allá de lo político, de los discursos y argumentaciones, y alcanza la semántica del odio en una batería emocional que une el amor a España y la afección nacionalista con el rechazo visceral, insultante, al político socialista. Ayuso emplea constantemente España como palabra comadreja para dirimir la batalla en el ámbito nacional, saltando así las dimensiones regionales del debate. De nuevo, un lenguaje externo a la política sustrae a la misma del diálogo o el debate político, poniendo en marcha, además de contextos lejanos a su propia competencia, emociones y reacciones que reduzcan aún más la visión túnel del debate social.

6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los discursos de Isabel Díaz Ayuso analizados siguen las mismas tendencias que el programa electoral que el PP presentó a las elecciones de mayo de 2023: nativismo en su forma nacional-católica que construye a la izquierda y a los nacionalismos periféricos como enemigos de España, neoliberalismo a través de la economización y la moralización de la esfera política y uso de las palabras comadreja a modo de reducción semántica.

El nativismo está presente en sus discursos porque, aunque no se orienta a restringir el flujo de inmigrantes o criminalizar a las personas musulmanas, como hace Vox (Aladro-Vico y Requeijo, 2020), sí construye el catolicismo (y, notablemente, la herencia judeo-cristiana) como núcleo de la cultura española y europea, subrayando el peligro que suponen la izquierda y los nacionalismos periféricos. La lógica nativista de creación de un enemigo, en este caso interno, le permite eliminar las diferencias dentro de su comunidad y plantear un concepto de identidad irrefutable. Esta identidad se basa, como ya hemos expuesto, en los principios del nacionalismo conservador, heredero del nacional-catolicismo, y en una

denominada “democracia liberal” en la que deja fuera del juego político a la socialdemocracia, al socialismo o al eurocomunismo.

La fusión metonímica de Madrid y España se personifica en la propia Díaz Ayuso a través de alusiones al destino del país, a su origen e historia, presente en las tradiciones y en las instituciones con las que la líder se identifica. El enemigo se personifica en el presidente del Gobierno nacional, Pedro Sánchez. El esquema se corresponde con el triángulo del drama. La comunidad nativa (en este caso Madrid-España) se construye como víctima de un perseguidor (la izquierda, los nacionalismos periféricos y el Gobierno central, encarnados en Pedro Sánchez) que la pone constantemente en peligro. El salvador (España - Madrid, encarnada en Ayuso) garantiza la conservación o restitución de las prácticas sociales que construyen los sentidos propios de la comunidad nativa, es decir, su identidad y su cultura. Esta oposición, tal y como apunta Martín Rojo (2022), proyecta como rebeldía y antisistema ideas y conceptos conservadores.

El neoliberalismo se refleja en la economización de las distintas dimensiones de la política. Valores fundamentales de la política, en general, y de la democracia, en particular, como la igualdad, la libertad o la solidaridad se reducen a cuestiones de competitividad, emprendimiento, beneficio o consumo. Se profundiza en el nihilismo, el desanclaje de los valores de sus fundamentos y su banalización. También se alude frecuentemente a la meritocracia a través de la expresión “la cultura del mérito, el esfuerzo y el sacrificio”, “prosperar” o “seguir creciendo”.

El neoliberalismo se manifiesta también en la moralización, el segundo mecanismo de corrección de Hayek. La política se identifica con una moral individual o grupal, a través de expresiones como “una vida más intensa y personal”, “la mejor versión de nosotros mismos”, “ser cada uno lo que quiera ser”, “vivir en paz”, “vivir a su manera”, “proyecto netamente personal” o “crear una familia”. Hay ocasiones en que la líder enmarca su discurso en un contexto religioso a través de significantes como “proyecto de libertad para aquellos que han perdido la fe” o “vivir en base a sus creencias”.

En los discursos analizados, las características del nativismo y el neoliberalismo se materializan a través del tercer mecanismo de corrección de Hayek, las palabras comadreja. Las más empleadas son Libertad, Vida en Libertad, España, Democracia Liberal, Mercado, Comercio, Empresa, Familia, Persona y Prosperidad. Se oponen a Totalitarismo, Enemigos de España, Politización, Colectivismo, Ideología, Control y Lucha de Clases. Tal y como plantea el neoliberalismo, el campo semántico de lo positivo se construye en torno a la persona, la familia y la empresa. A ellas se asocia la verdad, lo espontáneo, “una vida más intensa, personal y verdadera”, en palabras de Díaz Ayuso. El campo semántico de lo negativo lo componen lo social y lo político que se identifican con la izquierda, los nacionalismos periféricos, la ideología manipuladora y el sectarismo. “Todo lo politizan”, hacen “que todo sea político con lo que nada es espontáneo, ni personal ni libre”.

Con las palabras comadreja Díaz Ayuso instrumentaliza las emociones mediante calificaciones y definiciones que ponen en marcha no sólo el vaciado conceptual de los conceptos tradicionales de la política, sino que los rellena con contenido de otros sectores y agentes sociales: la libertad de mercado, el sentimiento religioso, el rearme de la tradición, el miedo a la manipulación o a la degeneración moral y la lucha contra las amenazas exteriores a la comunidad.

Toda esta descripción encaja perfectamente con las estrategias de las derechas políticas más radicales en el contexto sociopolítico en nuestro país a todos los niveles, pues, como ya indicamos hace algunos años hablando del partido político Vox, los estilos políticos en infracarga semántica y que favorecen el vaciado de ideas o programas se ven favorecidos por la sobrecarga informacional de la sociedad de las redes, el

clima de aceleración social y de saturación de comunicaciones, y aprovechan las situaciones de carencia o crisis económica o sociocultural para aumentar el impacto de su fórmula.

7. REFERENCIAS

- Acanda González, J. L. (2021). El neoliberalismo como ideología y sentido común. *Textos Y Contextos*, 23, 23-31. <https://doi.org/10.29166/tyc.v1i23.3331>
- Aladro-Vico, E. y Requeijo, P. (2020). Discurso, estrategias e interacciones de Vox en su cuenta oficial de Instagram en las elecciones del 28-A. Derecha radical y redes sociales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 77, 203-229. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1455>
- Álvarez Junco, J. (2016). Dioses útiles. *Naciones y nacionalismos*. Galaxia Gutenberg.
- Aznar, J. M. (20 de abril de 2018). *La nación española según Aznar. Extractos de 'Cartas a un joven español', de José María Aznar (Barcelona: Planeta, 2007)*. Ctxt.es <https://ctxt.es/es/20180418/Politica/19103/Aznar-nacion-Espana-libro-politica-pensamiento.htm>
- Bajtín, M. (1989). *Teoría y estética de la novela*. Taurus. https://www.academia.edu/8368877/Mija%C3%AD_Bajtín_Teor%C3%ADa_y_est%C3%A9tica_de_la_novela
- Battista, D., Giordano, D. y Mangone, E. (2026). Governing the digital audience: Donald Trump's political communication across platforms and influence networks. *Journalism and Media*, 7(1), 1-16. <https://doi.org/10.3390/journalmedia7010015>
- Beck, A. (2003). *Prisioneros del odio: las bases de la ira, la hostilidad y la violencia*. Paidós.
- Berrocal-Gonzalo, S., Martín-Jiménez, V. y Gil-Torres, A. (2017). Líderes políticos en YouTube: Información y politainment en las elecciones generales de 2016 (26J) en España. *Profesional de la información*, 26(5), 937-946. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.15>
- Brown, W. (2021). *En las ruinas del neoliberalismo*. Traficantes de Sueños.
- Caro Baroja, J. (2003). *El laberinto vasco*. Caro Raggio.
- Caro-Castaño, L., Marín-Dueñas, P.-P. y García-Osorio, J. (2024). La narrativa del político-influencer y su fandom. El caso de Isabel Díaz Ayuso y los ayusers en Instagram. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 15(1), 285-304. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.25339>
- Carvalho, J. J. (2007). Hibridación. En A. Barañano, J. L. García, M. Cátedra, M. J. Devillard (Coords.). *Diccionario de Relaciones Interculturales*. Madrid, Editorial Complutense.
- Castañares, W. (2019). *Escritos sobre C.S. Peirce*. Ediciones Universidad de Navarra.
- Castro, A. (2021). *La realidad histórica de España*. Trotta.
- Cerdán, V., Giménez, A. y Padilla, G. (2022). El auge de Vox y el populismo en Youtube antes y durante la pandemia del Covid-19. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 55, 17-35. <https://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e751>

- Chilton, P. y Schaffner, Ch. (1997). Discourse and politics. En T. A. Van Dijk (Ed.). *Discourse as social interaction* (pp. 206-230). Sage.
- Colomer, J. M. (2009). *Ciencia de la política*. Ariel. https://u-cursos.cl/inap/2021/1/MCPPCO101/1/material_docente/detalle?id=3768306
- Esteban, P. (4 de febrero de 2023). Ayuso: Para mí Aznar siempre ha sido un referente y estoy orgullosa de él. El periódico de Aragón. <https://elperiodicodearagon.com/espana/2023/02/04/ayuso-aznar-sido-referente-orgullosa-82497937.html>
- Ducrot, O. y Todorov, T. (1991). *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. Siglo XXI. https://monoskop.org/images/a/a6/Todorov_Tzvetan_Ducrot_Oswald_Diccionario_enciclop%C3%A9dico_de_las_ciencias_del_lenguaje_1974.pdf
- Dunmire, P. L. (2012). Political discourse analysis: Exploring the language of politics and the politics of language. *Language and Linguistics Compass*, 6(11), 735-751. <https://compass.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/lnc3.365>
- Fernández Riquelme, P. (2022). *El discurso reaccionario de la derecha española de Donoso Cortés a Vox*. Doble J. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=865589>
- Ferreira, C. (2019). Vox como representante de la derecha radical en España: Un estudio sobre su ideología. *Revista Española de Ciencia Política*, 51, 73-98. <https://doi.org/10.21308/recp.51.03>
- Foucault, M. (2007). *Nacimiento de la biopolítica*. Fondo de Cultura Económica. https://monoskop.org/images/d/d2/Foucault_Michel_El_nacimiento_de_la_biopolitica.pdf
- Gil, M. y Gómez de Travesedo, R. (2022). Estrategia discursiva sobre los MENA en YouTube. Construcción de un discurso de odio. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 259-285. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1548>
- Guia, A. (2016). El reto del nativismo a la pluralidad e igualdad en las democracias liberales. Retos inaplazables en el sistema internacional, *Anuario CEIPAZ*, 8, 107-120. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5503288>
- Hall, S. (1997). The work of representation. En S. Hall (Ed.). *Representation: Cultural representations and signifying practices* (pp. 1-11). Sage. <https://eclass.aueb.gr/modules/document/file.php/OIK260/S.Hall%2C%20The%20work%20of%20Representation.pdf>
- IAB (2024). XV Edición del Estudio de Redes Sociales 2024. <https://iabspain.es/iab-spain-xv-edicion-estudio-redes-sociales/>
- Jasper, J. M. (2013). Las emociones y los movimientos sociales: veinte años de teoría e investigación. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 10, 48-68. <https://relaces.com.ar/index.php/relaces/article/view/240/237>
- Jivkova-Semova, D., Requeijo-Rey, P. y Padilla-Castillo, G. (2017). Usos y tendencias de Twitter en la campaña a elecciones generales españolas del 20D de 2015: Hashtags que fueron trending topic. *Profesional de la información*, 26(5), 824-837. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.05>

- Karpf, D. (2017). Digital Politics After Trump. *Communication Yearbook*, 41(2), 198-207. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1316675>
- Karpman, S. B. (1968). Fairy tales and script drama analysis. *Transactional Analysis Bulletin*, 7(26), 39-43. <https://calisphere.org/item/52ceb48d-c76a-4df3-934d-88d7096f3b29/>
- Lévi Strauss, C. (1993). *Mirar, escuchar, leer*. Madrid. Siruela. [https://monoskop.org/images/5/58/Levi Strauss Claude Mirar Escuchar Leer 1994.pdf](https://monoskop.org/images/5/58/Levi_Strauss_Claude_Mirar_Escuchar_Leer_1994.pdf)
- La Vanguardia (21 de septiembre de 2020). Ayuso: Madrid es España dentro de España. ¿Qué es Madrid si no es España? <https://lavanguardia.com/politica/20200921/483605905824/ayuso-madrid-espana-declaraciones-reunion-sanchez-coronavirus.html>
- Liamputtong, P. (Ed.) (2023). *How to conduct qualitative research in social science*. Editorial Edward Elgar.
- Macridis, R. C. y Hulliung, M. L. (1998). *Las ideologías políticas contemporáneas*. Alianza Editorial.
- Martín Rojo, L. (2022). El discurso neoliberal conservador y su lucha por el poder. El caso de Ayuso. *Viento Sur*, 180, 74-89. https://cdn.vientosur.info/Vscompletos/vs_0180.pdf
- Menéndez Pelayo, M. (2002). *Historia de los heterodoxos españoles*. BAC.
- Mill, S. (2022). *Sobre la libertad*. Edaf.
- Mudde, C. (2007). *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge University Press.
- Orozco, J. L. (2004). *El siglo del pragmatismo*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Pelinka, A. (2007). Language as a political category: The viewpoint of political science. *Journal of Language & Politics*, 6 (1), 129-43. https://researchgate.net/publication/329553328_Language_as_a_political_category_The_viewpoint_of_political_science
- Peña, P. y Zorogastu, J. (2025). El spot electoral en YouTube. Análisis de las elecciones generales de España en 2023. *Vivat Academia*, 158, 1-27. <https://doi.org/10.15178/va.2025.158.e1566>
- Pérez-Curiel, C. y Limón-Naharro, P. (2019). Political influencers. A study of Donald Trump's personal brand on Twitter and its impact on the media and users. *Communication & Society*, 32(1), 57-75. <https://doi.org/10.15581/003.32.1.57-75>
- Pineda Cachero, A., Rebollo-Bueno, S. y Oliveira, J. S. (2022). El uso de YouTube por los partidos políticos andaluces. *Revista CENTRA de Ciencias Sociales*, 1(1), 29-50. <https://doi.org/10.54790/rccs.13>
- Pitkin, H. F. (2017). *El concepto de representación*. Centro de Estudios Políticos.
- Queiroz, R. (2018). Neoliberal TINA: An ideological and political subversion of liberalism. *Critical Policy Studies*, 12(2), 227-246. <https://doi.org/10.1080/19460171.2016.1263216>
- Requeijo, P. (2006). Dios, el beneficio económico y la creación del enemigo en La Cortina de Humo de Barry Levinson. *Revista de la SEECI*, 13, 34-51. <https://doi.org/10.15198/seeci.2006.13.34-51>

- Riorda, M. y Quesada, G. S. (2023). *Comunicación Política 100 x 100. Microenfoques sobre la metamorfosis de la Comunicación Política*. La Crujía.
- Robin, C. (2019). *La mente reaccionaria. El conservadurismo desde Edmund Burke hasta Donald Trump*. Capitán Swing.
- Rodríguez, R. (2012). Los efectos de la americanización de las campañas electorales del mundo. *Tribuna Norteamericana*, 8, 28-38. <https://hdl.handle.net/10171/36182>
- Rodríguez-Serrano, A., García-Catalán, S. y Martín-Núñez, M. (2019). Estrategias narrativas audiovisuales de desinformación en YouTube de la nueva extrema derecha europea. *Profesional de la información*, 28(3), 1-10. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.11>
- Ross, A. S. y Rivers, D. J. (2020). Donald Trump, legitimisation and a new political rhetoric. *World Englishes*, 39 (4), 623-637. <https://doi.org/10.1111/weng.12501>
- Saidel, M. L. (2021). El neoliberalismo autoritario y el auge de las nuevas derechas, *História Unisinos*, 25(2), 263-275. <https://doi.org/10.4013/hist.2021.252.06>
- Sánchez-Cuenca, I. (2018). *La confusión nacional. La democracia española ante la crisis catalana*. Los libros de la catarata.
- Sánchez-Cuenca, I. (1 de mayo de 2021). *Madrid es España dentro de España*. La Vanguardia. <https://lavanguardia.com/opinion/20210501/7421275/madrid-espana-espana.html>
- Santamaría, A. (2019). Las palabras comadreja: El último Hayek y el imaginario cultural neoliberal. *Viento Sur*, 167, 103-115. https://cdn.vientosur.info/VScompletos/vs_0167.pdf
- Sierra, A., Labiano, R., Novoa Jaso, M. F. y Vara, A. (17 de junio de 2025). *España. Digital news report 2025*. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2025/espana>
- Springer, S., Birch, K. y MacLeavy, J. (Eds.) (2016). *The handbook of neoliberalism*. Routledge.
- Street, J. (2018). What is Donald Trump? Forms of 'celebrity' in celebrity politics. *Political Studies Review*, 17(1), 3-13. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1478929918772995>
- Thatcher, M. (10 de octubre de 1980). Discurso ante la conferencia del Partido Conservador. <https://respublica.cl/img/uploads/837c9cb49f068c1088eee619712d81a3.pdf>
- Thatcher, M. (23 de septiembre de 1987). *Interview for woman's own ("no such thing [as society]")*. <https://margaretthatcher.org/document/106689>
- Valls, J. E. (2022). *Metafísica de la pereza*. Ned Ediciones.
- Van Dijk, T. A. (1997). What Is Political Discourse Analysis? *Belgian Journal of Linguistics*, 11(1), 11-52. <https://doi.org/10.1075/bjl.11.03dij>
- Van Dijk, T. A. (2005). Ideología y análisis del discurso. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 10 (29), 9-36. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2734720>
- Van Dijk, T. A. (2008). *Ideología y discurso*. Ariel.

- Van Dijk, T. A. (2016). Análisis crítico del discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30, 203-222. Universidad Austral de Chile. <http://revistas.uach.cl/index.php/racs/article/view/871>
- Warner, T. C. y Aladro-Vico, E. (2009). La ira y otras ilusiones. *CIC: Cuadernos de Información y Comunicación*, 14, 33-63. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3039679>
- Watzlawick, P., Beavin, J. y Jackson, D. (1991). *Teoría de la Comunicación Humana*. Herder.
- Wodak, R. (Ed.) (1989). *Language, power and ideology. Studies in political discourse*. Editorial John Benjamins.
- Wodak, R. (2015). *The politics of fear*. Sage.
- Wodak, R. y Meyer, M. C. (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Gedisa. <https://archive.org/details/wodak-meyer-comps.-metodos-de-analisis-critico-del-discurso-ocr-2003/page/n5/mode/1up>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Contribuciones de los/as autores/as:

Conceptualización: Aladro-Vico, Eva y Requeijo-Rey, Paula. **Software:** Requeijo-Rey, Paula. **Validación:** Aladro-Vico, Eva. **Análisis formal:** Aladro-Vico, Eva y Requeijo-Rey, Paula. **Curación de datos:** Requeijo-Rey, Paula. **Redacción-Preparación del borrador original** Aladro-Vico, Eva y Requeijo-Rey, Paula. **Redacción-Revisión y Edición:** Aladro-Vico, Eva. **Visualización:** Requeijo-Rey, Paula. **Supervisión:** Aladro-Vico, Eva y Requeijo-Rey, Paula. **Administración de proyectos:** Aladro-Vico, Eva. **Todos los/as autores/as han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Aladro-Vico, Eva y Requeijo-Rey, Paula

Financiación: Artículo vinculado al Proyecto FSE-CAM Vecinas-CM: Exploraciones para la reconciliación ecológica de la Comunidad de Madrid (2015-2028) (Ref. PHS-2024/PH-HUM-354)

Agradecimientos: Artículo revisado en el Grupo de Investigación UCM 940820 Estructuras comunicativas e interacciones en los distintos niveles de la comunicación del que son Co-IP las autoras.

Conflicto de intereses: Ninguno.

AUTOR/A/ES/AS:

Paula Requeijo-Rey

Universidad Complutense de Madrid.

Investigadora experta en Comunicación Política y Teoría de la Comunicación. Profesora Contratada Doctora acreditada a Profesora Titular en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid. Autora de publicaciones de alto impacto nacionales e internacionales, con un índice H de 12, y múltiples proyectos de investigación, explora el auge del neoliberalismo y extrema derecha en las democracias contemporáneas. Ha realizado estancias internacionales en la University of California y en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Máster en la Escuela de Periodismo-Radio Nacional de España. Co-IP del Grupo de Investigación 940820 de la Universidad Complutense de Madrid, Estructuras Comunicativas e Interacciones en los distintos niveles de la comunicación, recibe múltiples evaluaciones excelentes en el programa Docencia oficial.

p.requeijo@ucm.es

Índice H: 12

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-2801-9996>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55580397000>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=hZh-1MQAAAAJ&hl=es>

Researcher ID: G-8603-2017.

Academia.edu: <https://ucm.academia.edu/PaulaRequeijo>

Eva Aladro-Vico

Universidad Complutense de Madrid.

Catedrática de Teoría de la Información en la Universidad Complutense. Es autora de más de 150 publicaciones académicas -libros, artículos y capítulos- nacionales e internacionales. Traductora políglota, realiza también transferencia de investigación en artículos para medios. Directora de la revista CIC Cuadernos de Información y Comunicación, y Co-IP del Grupo de Investigación 940820 de la UCM. Ha realizado estancias internacionales de investigación y docencia en países de América, Europa, África y Oceanía. Encabeza proyectos internacionales y nacionales de I+D, el actual en torno a las dimensiones comunicativas de la conciliación ecológica humana. Ha recibido múltiples evaluaciones de excelencia y Premios Docencia. Como activista encabezó la Plataforma de Ayuda al teatro Albéniz y forma parte de UCM por la Pública.

ealadro@ucm.es

Índice H: 25

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-1986-8312>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56041860100>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=MdVEEs4AAAAJ&hl=en>

Researcher ID: H-1626-2015

Academia.edu: <https://ucm.academia.edu/EvaVico>

Artículos relacionados:

- Alcolea Parra, M., Sánchez González, O., Bastidas Manzano, A. B. y Álvarez Santás, S. (2024). La influencia de X en la comunicación política: Análisis de caso en las elecciones generales de España en julio de 2023. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-21. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1045>
- Peña-Jiménez, P. y Zorogastua Camacho, J. (2025). El spot electoral en YouTube. Análisis de las elecciones generales de España en 2023. *Vivat Academia*, 158, 1-27. <https://doi.org/10.15178/va.2025.158.e1566>
- Esmorís Galán, L., Martín López, S. y Corrales Aznar, J. M. (2026). Las elecciones presidenciales estadounidenses del 2024: Discurso y comunicación política de Kamala Harris y Donald Trump. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 59, 1-18. <https://doi.org/10.15198/seeci.2026.59.e919>
- Djordjevic, D. (2025). Nuevas narrativas de Isabel Díaz Ayuso en Instagram. *Textual & Visual Media*, 19(2), 22-40. <https://doi.org/10.56418/txt.19.2.2025.2>
- Sikorskii, S. y Carrió-Pastor, M. L. (2026). Appraising impoliteness on X: A case study of Isabel Díaz Ayuso. *Journal of Pragmatics*, 254, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2025.12.010>