

UNIVERSITAT DE BARCELONA

TESIS DOCTORAL

---

***EL CARISMA POLÍTICO EN LA TEORÍA  
SOCIOLÓGICA***

---

M<sup>a</sup> Blanca Deusdad Ayala  
Diciembre, 2001.

**Título de la tesis:** *El carisma político en la teoría sociológica*

**Nombre de la doctoranda:** M<sup>a</sup> Blanca Deusdad Ayala

**Nombre del director:** Dr. Salvador Giner de San Julián

**Programa de Doctorado:** *Estructura i Canvi Social*

**Bienio:** 1995-97

**Departamento:** Teoria Sociològica, Filosofia del Dret i Metodologia de les Ciències Socials.

**Centro:** Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales. Universitat de Barcelona.

*Es, pues, necesario que el orador esté dotado de buen sentido ante todo, y aun, admitido esto, no está probado que haga lo que quiere.*

PLATÓN

## INDICE

Justificación.....	11
Presentación .....	15
Introducción.....	19
1. Los prolegómenos del carisma político.....	25
1.1. El carisma político en Platón.....	25
1.2. El carisma político en la obra de Nicolás Maquiavelo.....	41
1.2.1. Características del liderazgo político.....	45
1.3. El carisma político en Thomas Carlyle.....	49
1.3.1. Evaluación.....	55
1.4. Nietzsche.....	60
1.4.1. Evaluación.....	71
2. El carisma político según Max Weber.....	81
2.1. <i>La dominación racional</i> .....	85
2.2. <i>La dominación tradicional</i> .....	87
2.3. <i>La dominación carismática</i> .....	88
2.4. <i>La rutinización del carisma</i> .....	91
2.5. <i>La transformación antiautoritaria del carisma</i> .....	97
2.6. Ejemplos del carisma en la antigüedad.....	99
2.7. Evaluación.....	99
2.7.1. <i>La desmitificación o carisma neutral</i> de Weber....	107

3. Durkheim: ritual e identidad.....	111
3.1. Evaluación.....	117
4. El carisma político en Rudolf Otto y Max Scheler.....	123
4.1. Rudolf Otto .....	123
4.1.1. Evaluación.....	129
4.2. Max Scheler.....	132
4.2.1. Evaluación.....	140
5. Los psicólogos de las masas y la dimensión carismática.....	143
5.1. Gustave Le Bon: La psicología de las masas.....	143
5.1.1. Evaluación.....	149
5.2. Sigmund Freud: La relación entre el yo y la muchedumbre.....	152
5.2.1. Evaluación.....	155
5.3. Weber y Freud: síntesis de sus concepciones carismáticas...157	
5.3.1. Evaluación.....	160
5.4. La rebelión de las masas de Ortega y Gasset.....	161
6. Edward Shils: la ampliación del concepto de carisma político de Max Weber.....	163
6.1. Edward Shils .....	163
6.1.1. Evaluación.....	170
6.2. La continuidad de la obra de Shils: S.N. Eisenstadt.	

La institucionalización del carisma.....	172
6.2.1. Evaluación.....	176
6.3. Peter Berger.....	177
6.3.1. Evaluación.....	183
7. La evolución del concepto de carisma político. ....	185
7.1. Evaluación.....	189
7.2. El carisma y el elemento religioso:	
Sohm, Weber, Ferreroti, Pizzorno y Giner.....	190
7.3. La anomia como generadora de carisma.....	197
7.3.1. Evaluación.....	199
7.4. El carisma político en la modernidad avanzada:	
La manufactura del carisma.....	201
7.4.1. La manufactura del carisma.....	201
7.4.2. Evaluación.....	205
8. Tipologías del Carisma.....	207
9. El carisma político en las sociedades	
occidentales contemporáneas.....	213
9.1. Carisma y Liderazgo político.....	213
9.2. Del Carisma a la imagen.....	233
9.2.1. Carisma y televisión.....	240
9.2.2. Evaluación.....	245

9.3. Carisma político e identidad.....	249
9.4. Carisma político y populismo.....	256
9.5. El carisma político en la democracia pluralista.....	263
9.5.1. Las transiciones democráticas .....	271
9.6. El liderazgo carismático como catalizador de movimientos sociales.....	279
9.7. Carisma y Género.....	282
9.8. La Banalización del carisma.....	288
10. Presente y porvenir del carisma.....	301
11. Conclusiones.....	317
12. Bibliografía.....	333

## JUSTIFICACIÓN

Malinowski, en su libro clásico *Los Argonautas del Pacífico Occidental*, exponía la necesidad de mostrar todo el proceso de investigación, detallar los pasos a seguir, así como mencionar las condiciones en que se había producido la investigación. No me extenderé en este apartado pues hay que reconocer que la investigación se ha desarrollado en un país del Primer Mundo de Europa Occidental, eso sí, con la dificultad que implica realizar una tesis al mismo tiempo que se trabaja y sin ayudas económicas de ningún tipo.

Respecto al proceso de investigación, mi análisis empezó con el interés por analizar un período histórico reciente, dentro de la disciplina de Historia del Presente. Concretamente, la Época socialista (1982-1996). Inmediatamente percibí que la figura política y el liderazgo del Presidente del gobierno Felipe González eran elementos clave en el análisis del desarrollo de la acción política de este período y, a la vez, percibía el carisma como una de las características políticas de su liderato. Mi dificultad del acceso a las fuentes, mayoritariamente en Madrid, y la necesidad de profundizar en la teoría sociológica, hicieron que decidiese, junto a los profesores Salvador Giner y Mary Nash, dedicar mi estudio al análisis teórico del *political leadership* y más concretamente al análisis del **carisma político** en condiciones de modernidad. La finalidad de este estudio ha sido intentar aportar luz a la comprensión y la definición del carisma político en la modernidad avanzada. Es un término, el carisma, inabarcable por sus diversas formas de manifestarse y por su complejidad social. Sin embargo, la trascendencia del mismo en la sociedad, su capacidad revolucionaria y de cambio social, con o sin violencia, hace imprescindible un análisis teórico del mismo.



El análisis se centra en un estudio sobre la historia de las ideas. Reviso las aportaciones teóricas en su intento de abordar la naturaleza y las dimensiones del carisma. La elección de este análisis es fruto también de la importancia de las aportaciones teóricas en un momento histórico de crisis de las ideas y de los ideales. Sin con ello querer desmerecer la trascendencia de la acción política quiero destacar la importancia del mundo de las ideas y la reflexión científica, en el camino hacia la búsqueda de la verdad científica con un objetivo común la construcción de una sociedad mejor. A mi entender, la acción política de hombres y mujeres debe estar orientada y ser consecuencia de la previa discusión, racionalización y análisis científico de las ideas. Con la finalidad de comprender el concepto de carisma político, difícil de delimitar por su envergadura y por formar parte del mundo de las emociones y de las ideas, empecé mi investigación intentando aportar elementos para el análisis holístico del liderazgo político y la invisibilidad política.

La investigación parte del análisis de Weber como el primer y principal pensador que ha efectuado un análisis casi exhaustivo del término hasta las exploraciones teóricas de científicos de los años sesenta y setenta, si bien también destaco algunos trabajos posteriores. El carisma forma parte, en principio, del mundo de las emociones, mientras la acción política de los líderes carismáticos se halla también vinculado al mundo de la razón. La delimitación no es siempre pues, precisa, pero es orientativa.

La perfección que los seguidores del líder político le atribuyen lo acerca a lo divino, lo convierten en divinidad y por lo tanto, en excelso. La confianza que se deposita en el líder por parte de sus adeptos es fruto de la racionalización, al líder político se le reconocen unas virtudes y se espera de él unas acciones que hace que se sigan sus mandatos.

En un tercer apartado analizo la dimensión carismática en la modernidad avanzada. Por ejemplo, la banalización del termino **carisma** como un atributo de uso diario y cotidiano, especialmente, por lo que a la prensa respecta. El vocablo, como veremos, toma una dimensión popular. Se utiliza para referirse a un atributo de la personalidad necesario para conseguir el éxito social y su adquisición es difundida por distintos manuales dirigidos al gran público, comentarios periodísticos sobre líderes políticos, y las homilías de la propia Iglesia.

No pretendo encontrar formas mágicas sino avanzar en el camino hacia una mejor democracia, la mejor de las politeyas posibles.<sup>1</sup> No pretendo abordar un concepto cerrado, sino descubrir elementos que nos permitan dilucidar sobre las manifestaciones del carisma en la sociedad actual. No analizo el carisma porque lo ansíe, como dirá la tesis de Popper acerca del retrato del filósofo rey de Platón, pero sí por su fascinación, su inexplicabilidad y universalidad.

---

<sup>1</sup> GINER, Salvador. *Carta sobre la democracia*. Barcelona: Ariel, 1996. (Ariel, 145).

## PRESENTACIÓN

Antes de abordar el término académico del carisma político es necesario tener en cuenta que se trata de un concepto inconmensurable. No se puede abordar o definir en su totalidad. La gran extensión de estudios y la variabilidad del fenómeno hacen del carisma un concepto pluridimensional que abarca desde el ámbito de la política al de la religión. No podemos olvidar la importante figura carismática de Jesucristo, Gandhi, el Dalai Lama o el Papa, en las que, a su vez, política y religión se entremezclan, son líderes religiosos pero también políticos. Otra dimensión carismática trata del carisma del artista donde encontramos personajes como: Picasso, Dalí, los Beatles, Bruce Springsteen, Marilyn Monroe, Gary Cooper, Madona, Buñuel y, cómo no, deportistas carismáticos como Johan Cruyff, Figo, Guardiola. Todos ellos han desatado fuertes pasiones, adhesiones y el reconocimiento de sus capacidades y habilidades.

Hoy el carisma está asociado a la imagen y a la difusión de estas personalidades a través de los medios de comunicación, especialmente, la televisión. Ésta ha ayudado al reconocimiento por parte de las masas de estos líderes y los han elevado, en ocasiones, después de su muerte a la categoría de mitos.

A partir de los años 20 y 30, con la utilización de la radio en las campañas electorales norteamericanas, según Rosenberg, se empezó a difundir de una manera generalizada los discursos de los líderes políticos y, a su vez, fue más fácil la manipulación del carisma político. Con anterioridad el carisma quedaba circunscrito al propio territorio, o se utilizaban mecanismos de difusión a través de los propios seguidores. Estoy pensando en alcaldes, caciques, los líderes de comunidades o ciudadanos de a pie, quienes transmitían las ideas, las maneras y las hazañas de los “grandes líderes carismáticos”. Sin embargo, la prensa escrita jugaba un papel

fundamental, junto con las publicaciones satíricas, ya que incidían en la crítica a los líderes políticos de la nación o del estado. Por otro lado los políticos adquirirían un gran respeto por la institucionalización de sus cargos aunque fueran percibidos desde la distancia. Eran apoyados y ensalzados por sus hazañas y por todo aquello que se decía de ellos entre la población.

Como ya he expuesto antes, mi estudio intenta analizar las aportaciones e interpretaciones teóricas que desde la teoría sociológica clásica a partir de Weber hasta la década de 1970 han aportado distintos autores y estudiosos. En una segunda parte intento delimitar el término en la modernidad, además muestro la banalización del concepto, la publicidad con eslóganes donde aparecen desde coches calificados de carismáticos, hasta las técnicas para conseguir este don o aura especial, o sea, anuncios, artículos periodísticos y libros divulgativos. En todos ellos el carisma se convierte en una característica necesaria para conseguir los éxitos deseados.

Con mi análisis pretendo demostrar que también existe una tendencia hacia la racionalidad del carisma en condiciones de modernidad, especialmente en los países occidentales, ya que en el llamado Tercer Mundo se establecen todavía liderazgos populistas que son secuelas del colonialismo y de los totalitarismos. Son un ejemplo de ello los movimientos que tienen lugar en África o Latinoamérica,<sup>1</sup> donde después de los fascismos europeos surgieron movimientos populistas como el caso de Vargas en Brasil o de Perón en Argentina. No obstante, el proceso de mundialización y el acceso de las elites de estos países a la cultura Occidental comportan el intento de consolidar la democracia en estos países. La difusión de la ideología marxista, e incluso de la Teoría de la Liberación, ha influido en la toma de consciencia de estos pueblos. Así como el

---

<sup>1</sup> Después de la Segunda Guerra Mundial Europa derrotó el fascismo pero éste rejuveneció en Latinoamérica con el populismo de Perón y Vargas que mostraban admiración por dictadores como

nacimiento de los partidos comunistas primero en la época de la revolución rusa, la revolución cubana el ascenso de la izquierda,<sup>2</sup> la revolución nicaragüense (1979) y la aparición de guerrillas y organizaciones que han reivindicado sociedades más igualitarias y más justas. Las ayudas internacionales, la cooperación, si bien siempre insuficiente, han intentado paliar los desastres de una población depauperada que vive en la miseria, mientras se asistía a una cierta modernización de las elites de estos países que sin perder sus raíces populistas, como es el caso de Chávez en Venezuela, o Alemán en Nicaragua, intentan proyectar una imagen de mayor modernización y eficacia. Alejandro Toledo, Presidente del Perú de origen indígena y educado en EE.UU., que ganó las elecciones del 2 de junio del 2001, da una imagen de modernidad a la vez que se muestra sensible por la cuestión indígena; o del presidente Vicente Fox en México que consiguió el 2 de julio del 2000 la derrota histórica del PRI. Ambos, desde distintos colores políticos muestran una imagen y una trayectoria más moderna y occidentalizada.

Sin querer extendernos demasiado en mi objeto de estudio, en el análisis de la teoría del carisma en la modernidad, no podemos dejar de observar y, a su vez, constatar, que en democracia el líder carismático transforma el partido en *un catch-all party* - término utilizado por primera vez por Otto Kirchheimer<sup>3</sup>- donde el liderazgo carismático atrae a ese número de electores indecisos, el voto volátil y aquellos individuos situados en el centro del espectro político-social. Por consiguiente, recauda

---

Franco y Salazar respectivamente. LAQUEUR, Walter. *Fascism a Reader's Guide*. Cambridge: Cambridge University Press, 1991 [1971], p. 257.

<sup>2</sup> Jorge Castañeda destaca el dinamismo de los partidos comunistas en Brasil, Chile y Uruguay entre los sesenta y principios de los setenta. Véase CASTAÑEDA, Jorge. *La utopía desarmada*. Barcelona: Ariel, 1995 [1993], p. 40.

<sup>3</sup> Es un tipo de partido surgido después de la Segunda Guerra Mundial donde se antepone el electorado a la ideología para conseguir un éxito electoral más rápido. El PSOE ha estado calificado por Miguel Satrústegui como un *catch-all party*. Véase SATRÚSTEGUI, Miguel. "PSOE: A new catch-all party". En: COLOMÉ, Gabriel (coord.). *Socialist parties in Europe II: of class, populars, catch-all?*. Barcelona: Institut de Ciències Polítiques i Socials, 1992 y KIRCHHEIMER, Otto. "El camino hacia el

un mayor número de votos. La confianza e incluso la fe en el líder político permiten que sus acciones sean revolucionarias o transformadoras.

Durante el período de la Transición democrática española (1975-1982), el afán de libertades y de cambio de régimen político y, a su vez, el miedo a que el propio proceso democrático fracasara comportó la aparición de líderes carismáticos democráticos como Adolfo Suárez o Felipe González. Esto explica en parte lo que representó el socialismo desde finales de los setenta, concretamente el PSOE con Felipe González quien como líder carismático fue el catalizador de esos deseos y anhelos de la población que siguieron fielmente sus acciones políticas.<sup>4</sup> Felipe González transformó y refundó el PSOE, junto con otros miembros destacados del partido en el interior, un partido anclado en la vieja tradición marxista, representada por el sector en el exilio, que se convirtió en un partido socialdemócrata europeo; en un partido moderno.

¿Cómo surge el carisma en las sociedades modernas actuales? ¿Qué condiciones sociales tienen lugar? ¿Cuáles son las características del líder carismático en la modernidad? ¿Cómo se construye el líder carismático en condiciones de modernidad? ¿Cómo se define el líder carismático? Son algunos de los interrogantes a los que intentaré dar respuesta.

---

partido de todo el mundo”. En: LENK, Kurt; NEUMANN, Franz (coord.). *Teoría y sociología críticas de los partidos políticos*. Barcelona: Anagrama, 1980.

<sup>4</sup> Considero que Felipe González se convierte en un líder carismático con muestras de adhesión por parte del electorado sobre todo desde la campaña electoral de 1979 y el triunfo socialista de 1982 (información obtenida en una entrevista con el Dr. Isidre Molas en octubre de 1995). Además, podemos considerar otra muestra de su carisma las distintas llamadas televisivas de Felipe González a la población pidiendo el voto afirmativo en el referéndum de la OTAN (12-3-1986).

## INTRODUCCIÓN

Georg Simmel, en su aportación acerca de la ambivalencia de la vida social, destaca que toda sociedad está hecha más que de ambigüedades, de dualidades.<sup>1</sup> En mi enfoque analítico, referente a la teoría del carisma, quiero hacer notar que la ambigüedad es un atributo político a destacar entre las elites y en especial entre los líderes políticos que pueden llegar a ser considerados carismáticos, siempre teniendo en cuenta -como en apartados sucesivos expondremos- que un líder puede contar con la aprobación de un sector amplio de la población y, en cambio, ser rechazado por otros grupos o individuos de la misma comunidad o estado. En efecto, veremos cómo la dualidad entre aprobación y rechazo es una característica inherente a los líderes carismáticos democráticos, pues éstos son capaces de conseguir un gran número de seguidores y por un lado, sin embargo, siempre hay un sector de la población sobre el que provocaran el efecto contrario, en otras palabras, se le resiste.

Los seguidores de un líder político depositan en él plenamente su confianza y fidelidad pero ésta puede verse alterada por un grave error o una situación de crisis extrema. Estos factores pueden hacer mermar el número de seguidores, es decir, el líder puede ser castigado por su antiguo electorado fiel. Si bien, quiero destacar que todo carisma adquirido puede resurgir; pues la ambivalencia de los hechos en sí, la lógica situacional, así como, el propio contexto histórico pueden favorecer en un futuro a la comprensión de ciertas decisiones políticas o simplemente demostrar su acierto. Si por un lado, el carisma tiende a lo racional, con el “análisis” de los acontecimientos que efectúan los ciudadanos, no olvidemos un último factor la irracionalidad del carisma, que los seguidores pueden mostrar con su actitud frente al líder. La entrega sin

---

<sup>1</sup> GINER, Salvador. *Historia del pensamiento social*. Barcelona: Ariel, 1967.

condiciones, la absoluta confianza en el líder político, cuya aceptación y estima está más cerca del mito o del héroe que del simple y llano ser humano.

Por otra parte, hay un tercer factor que ayuda a crear y mantener el carisma, es el propio discurso político, su difusión y como éste es tratado a través de los medios. No podemos por tanto desestimar la importancia de la lucha individual de los líderes políticos para mantener esas cuotas de electorado y procurar ampliarlo antes y durante una contienda electoral. El carisma político democrático está estrechamente relacionado con varios factores que, a su vez, son los que confieren un amplio espectro de ciudadanos votantes, en el caso de la democracia, o de seguidores, en los casos del carisma político en los movimientos sociales.

Las democracias occidentales de después de la Segunda Guerra Mundial continúan necesitando que los líderes políticos sean calificados de carismáticos, con la finalidad de conseguir el triunfo de sus ideas y el triunfo electoral. La ambigüedad del término, su polisemia y la construcción permanente de los sistemas democráticos dificulta la comprensión y la definición. Por otro lado, uno de los elementos que continúa sorprendiendo cuando se analiza la dimensión carismática es la capacidad que las ideas y el pensamiento de un líder político puedan ser secundados por una multitud de seguidores.

Hay que destacar que un mundo mediatizado por los medios, donde la principal fuente de conocimientos y de comprensión del mundo, para la mayoría de la población, es la televisión. La imagen y un mensaje simple y reiterativo dirigido a las masas (como veremos en el apartado destinado a Le Bon) son elementos fundamentales para conseguir carisma.

En palabras de Sartori, el político ha pasado de ser partido-dependiente a ser video-dependiente y sondeo-dependiente. Asimismo, el autor afirma que esta



dependencia hace perder la capacidad de abstracción, el espíritu crítico y, por lo tanto, la capacidad de discernir entre el bien y el mal en las elecciones, especialmente en EE.UU. Donde éstas se convierten en un vídeo-espectáculo.<sup>2</sup> Todos los elementos o factores de irracionalidad, y demagogia que se efectúan desde las tribunas de los políticos pueden desarrollar carisma. No obstante, la irracionalidad es un arma de doble filo, pues puede convertirse en un elemento de atracción popular pero puede ser rechazado por otros sectores de la sociedad que no necesariamente son más cultos, son simplemente favorables a otros intereses y receptivos a las llamadas de otros líderes. También, cabe la posibilidad de mostrarse desinteresados y apáticos frente a la vida política y por lo tanto optan por la continuidad política.

No podemos tampoco omitir que con la democracia y el mayor acceso a los recursos se ha producido un acceso a la cultura y al conocimiento por amplias capas de la población. Esto permite la decisión racional hacia aquel líder o partido con el que se identifican, desaparece el “velo de la ignorancia”.<sup>3</sup> No obstante, por encima de todo lo más importante y que afecta de forma vertical a toda la sociedad es la entrega sin condiciones y sin paliativos que se produce por distintos caminos hacia el líder político de un partido o de un movimiento social reivindicativo. Se tiene confianza, fe, se establece una relación metareligiosa que hace confiar, creer ciegamente y apostar por esa opción defendida, catalizada y simbolizada por un líder político determinado.

¿Por qué afirmamos esto? Sin duda, el proceso de mundialización de la sociedad, la complejidad de las estructuras sociales, económicas y políticas favorece el surgimiento del carisma. La dificultad en la toma de decisiones a raíz de la misma incomprensión, desconocimiento y excesiva burocratización de las instituciones, así como, el descrédito de los partidos políticos llevan a depositar la confianza en aquellos

---

<sup>2</sup> SARTORI, Giovanni. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus, 1998.

<sup>3</sup> Concepto utilizado por John Rawls

líderes políticos que son considerados capaces de gobernar, que convencen con su actuación política. Se ha producido un retroceso hacia la acción individual, a ésta se le otorga una mayor importancia. El individuo es un elemento importante para dirigir o liderar la colectividad y los movimientos de masas. La falta de operatividad, la lentitud de las instituciones (Parlamento, Tribunales de Justicia) y los partidos políticos para poder solucionar los problemas cotidianos o estructurales en que se encuentran los ciudadanos votantes<sup>4</sup> lleva a depositar la confianza en la actuación individual de los líderes políticos.

El conocimiento y contacto con los líderes políticos se produce fundamentalmente a través de dos vías: los medios de comunicación y los mítines políticos. Sobre todo, tiene una importancia trascendental la televisión entre todos los medios de comunicación de masas que permiten el establecimiento de relaciones carismáticas. En los mítines el carisma lleva a la irracionalidad y a desatar, sobre todo, emociones de gran euforia que pueden ir desde la risa al llanto.

En primer lugar la intención de esta investigación es indagar en la teoría social clásica para aportar luz a la teoría del carisma. En la actualidad estamos frente a una fragmentación teórica en la utilización del término, además de una banalización del vocablo por parte de la prensa y los medios de comunicación que lo utilizan como comodín para referirse a distintos tipos de líderes políticos.

Este análisis también se refiere, es decir, es aplicable a los dirigentes de partidos políticos, desde sus capacidades de oratoria, de discurso u improvisación, o sus actuaciones reivindicativas y críticas con los problemas estructurales del sistema. La forma como abordan desde el liderazgo las campañas electorales, su propia genuinidad.

---

<sup>4</sup> Término utilizado por David Held. Véase HELD, David. *Modelos de democracia*. Madrid: Alianza Editorial, 1996.

Expondré algunas de las estrategias que los líderes políticos de sistemas de partidos democráticos utilizan para incrementar y neutralizar el carisma de otros contrincantes. Sin duda, el acercamiento y el diálogo con los sectores en conflicto, el diálogo directo, o a través de los medios, el establecer un discurso reivindicativo, el anteponer su confianza al propio problema son algunas de las estrategias utilizadas por los políticos. Los líderes efectúan llamadas a su electorado como prueba de su capacidad de convocatoria y por tanto de su carisma, no solamente en campañas electorales sino también en llamamientos televisivos. Hay por tanto una manipulación de la opinión pública, no sólo en los sondeos, o en la prensa, sino en la propia imagen y discurso de los líderes políticos, cuya actuación se convierte en legítima, pues sigue las reglas del juego democrático.

Dedicaré un apartado para referirme a la relación entre el carisma y la imagen, en vistas a una mayor comprensión de este fenómeno. La imagen que adopta el líder político es un factor estrechamente relacionado con la manufactura del carisma.<sup>5</sup> Toda imagen es una construcción o bien personal, o bien colectiva, cuya finalidad es demostrar la importancia del actor social, su situación y capacidad por encima de una mayoría. El líder transmite a un país, o a un grupo, elementos simbólicos con los cuales se identifican sus seguidores y, a su vez, lo legitiman en su cargo. Por lo tanto, creo poder afirmar que el carisma de cargo se legitima no tan solo por la posición institucional y el discurso político sino también por la imagen, la gestualidad y forma de mostrarse en público.

Esta estilización de su persona le ayuda a transmitir una imagen y una personalidad genuinas. En el caso del carisma de los artistas la imagen adquiere aún un papel más relevante por la importancia de la originalidad o genuinidad artística. El caso

---

<sup>5</sup> Término expuesto por Salvador Giner en “La manufactura del carisma político”. En: CASTILLA DEL PINO, Carlos. *Teoría del personaje*. Madrid: Alianza, 1989.

extremo de esta devoción de la imagen es el glamour, una imagen cuidada, meditada y rodeada de todo tipo de elementos lujuriosos, que marcan un elemento de distinción.

# 1. LOS PROLEGÓMENOS DEL CARISMA POLÍTICO.

## 1.1. El Carisma político en Platón

Conviene sumergirse en el estudio de Platón para recobrar y observar los antecedentes de la concepción de carisma político en la modernidad. Para ello primero destacaré aquellos elementos de la obra de Platón referidos al arte de gobernar, que están comprendidos en tres de sus obras: *La República*, *El Político* y la *Carta VII*.

Para Platón el arte político está unido a lo racional, al saber.<sup>1</sup> A partir de esta concepción elabora su ciudad ideal gobernada por una casta de ciudadanos dedicados en exclusivo a la política y al buen gobierno. En la cumbre de su organización Platón inscribirá las personas de gran sabiduría. Ésta será fruto de la experiencia y de la elaboración del pensamiento. En oposición a estos gobernantes describirá las tiranías de su tiempo (Dionisio I de Siracusa, Periandro de Corinto, Pisistrato).

Distingue las formas de gobierno del reino y de la aristocracia como ideales, si previamente se ha educado a los gobernantes;<sup>2</sup> además, nos describe cuatro formas más de gobierno: la timarquía, la democracia, la monarquía y la dictadura. No solamente se establecen unas limitaciones según las características personales, como veremos a

---

<sup>1</sup>- *¿Y no es a lo racional a quien compete el gobierno por razón de su prudencia y la previsión que ejerce sobre el alma toda, así como al irascible ser su súbdito y aliado?*

- *Enteramente*

PLATÓN. *La República*. Madrid: Alianza Editorial, 1999, p. 277. (Clásicos de Grecia y Roma, Biblioteca Temática, 8217).

Platón, sobre todo, en *La República* toma y enseña una comprensión de la naturaleza, de la racionalidad de la vida política. NICGORSKI, Walter. "Cicero's Focus". En: *Political Theory*. Mayo-1991, vol. 19, núm. 2, pp. 230-251.

<sup>2</sup> *Cuando un hombre solo se distingue entre los gobernantes se llamará reino, y cuando son muchos, aristocracia.*

- *Verdad es - dijo.*

-*A esto lo declaro como una sola especie – observé -; porque, sean muchos, ya uno solo, nadie tocará a las leyes importantes de la ciudad si se atiende a la crianza y educación que hemos referido.*

PLATÓN. *La República*. Madrid: Alianza Editorial, 1999, p. 285. (Clásicos de Grecia y Roma, Biblioteca Temática, 8217).

continuación, sino que el arte de gobernar debe realizarse individualmente. Platón subraya la importancia del individuo y de la acción individual dentro de la colectividad.

*Extr. - Hay, sin embargo, un punto anterior en el que estábamos de acuerdo: que ninguna muchedumbre es capaz de adquirir un arte, sea el que fuere.*

*J Soc. - Estábamos de acuerdo, en efecto.*

*Extr. - Por lo tanto, si existe un arte real, ni la muchedumbre de los ricos ni el pueblo todo podrán jamás adquirir esta ciencia política.<sup>3</sup>*

En la ciudad se produce una **extrema especialización** y en lo que se refiere a los guardianes y a los gobernantes la extrema especialización les hace desligarse de cualquier otra ocupación. Del grupo de los guardianes de la ciudad surgirá el individuo, que con la experiencia que otorga la edad madura y la sabiduría, será capaz de gobernar como filósofo rey.

*El establecimiento de las clases tiene por objeto el bien de la ciudad y se inicia prácticamente en la fundación de ésta por la selección de los que han de ser guardianes en virtud de sus cualidades naturales. Con el mismo fundamento son escogidos después, entre los guardianes, los filósofos gobernantes, que han de ser los mayores en edad y los mejores entre ellos.<sup>4</sup>*

Platón, en la *República*, describe una sociedad donde cada individuo realiza las funciones que le son más adecuadas. Es en la adecuación de las cualidades personales con las actividades que se ejercen donde Platón encuentra la justicia y la armonía de su politeya ideal.

*- Cumpliendo está, pues, enteramente nuestro ensueño: aquel presentimiento que referíamos de que una vez que empezáramos a fundar nuestra ciudad, podríamos con la ayuda de algún dios, encontrar un cierto principio e imagen de la justicia.*

*- Bien de cierto.*

*- Teníamos, efectivamente, Glaucón, una cierta semblanza de la justicia, que, por ello, nos ha sido de provecho: aquello de que quien por naturaleza es zapatero debe hacer zapatos y no otra cosa, y el que constructor, construcciones, y así los demás.<sup>5</sup>*

Platón describe la ciudad ideal. El estatus o la ocupación que cada ciudadano desarrolle estarán de acuerdo con sus posibilidades y su funcionalidad dentro de la

---

<sup>3</sup> PLATÓN. "El Político". En: PLATÓN. *Diálogos*. Madrid: Editorial Gredos, 1998, p.594. (Biblioteca Clásica Gredos, 117).

<sup>4</sup> PLATÓN *La República*. Madrid: Alianza Editorial, 1999, pp.32-33. (Clásicos de Grecia y Roma, Biblioteca Temática, 8217).

<sup>5</sup> *Ibid.*, pp. 280-281.

organización de la politeya. Este tipo de organización está, sin duda, exento de libertad individual en la elección.<sup>6</sup>

*Nadie atacó jamás con mayor seriedad al individuo y a su libertad exactamente del mismo modo en que odiaba las cambiantes experiencias particulares y la variedad del mudable universo de los objetos sensibles. En el campo de la política, el individuo es, para Platón el mismísimo Diablo.*<sup>7</sup>

La politeya ideal que nos describe es además una organización transgresora, donde las mujeres y hombres desarrollarán tareas políticas de guardianes de la ciudad, donde los vínculos afectivos y sentimentales serán cortados por un total anonimato y funcionalidad que imperarán en las tareas de reproducción. Los hijos de esta casta de guardianes no serán educados, ni criados con sus padres, se les apartará y se les enseñará aquella actividad que por sus cualidades mejor puedan realizar. El vínculo afectivo familiar y el vínculo materno desaparecen. Se configura una sociedad militarizada de características más espartanas que atenienses.

El tratamiento de las mujeres en la *República* ha sido debatido y hay posiciones distintas acerca del trato de igualdad que puede recibir la mujer en esta ciudad. Según Forde, ha sido motivo de debate el hecho que Platón conceda la igualdad a la mujer - en el libro V de la República - a la vez que destruye la familia. Así, Platón ha sido retratado desde un atrevido precursor del feminismo moderno hasta un irónico despiadado opresor de la mujer y de la “voz femenina”. Estos argumentos se sustentan en que Platón, en el libro I, enfatiza sobre la “virtud humana” no la virtud masculina,

---

<sup>6</sup> Tenemos que tener en cuenta ante esta afirmación que Hegel argumenta que la filosofía de Platón es enfática en el orden y la armonía, en vez de hacerlo en la libertad individual y en la propia expresión que eran características de la Polis arcaica. Así, para Hegel la filosofía política de Platón no puede ser una expresión de libertad en tanto que la Polis griega no se organizó para promover libertad. Es más, Hegel considera la ruptura de la polis griega, en el s. V a.C., como consecuencia de la fuerza impuesta por las nuevas afirmaciones de los derechos e intereses individuales. La recomendación de Platón en *La República*, como vital para la adquisición de la justicia, es que los filósofos se les debe confiar, encargar el poder absoluto. Su desarrollo de un autoritarismo agresivo en *La República* prohíbe toda forma de libertad individual.

BROWNING, Gary K. "Hegel's Plato: The Owl of Minerva and a Fading Political Tradition". En: *Political Studies*. Septiembre-1988, vol. 36, núm. 3, pp. 475-485.

<sup>7</sup> POPPER, Karl. R. *La sociedad abierta y sus enemigos*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A., 1998, p. 109. (Paidós Básica,1).

cuando discute el carácter de las excelencias humanas. Si hay virtud es una definición sin determinación de género (*genderless*). También, Sócrates decía que la mujer y el hombre sabios en medicina comparten la misma naturaleza y no es difícil vencer o superar las objeciones basadas en que la naturaleza del hombre y de la mujer es distinta.<sup>8</sup>

- *Y así, encargados de los niños que vayan naciendo los organismos nombrados a este fin que pueden componerse de hombres o de mujeres o de gentes de ambos sexos, pues también los cargos serán accesibles, digo yo, tanto a las mujeres como a los hombres...*

- Sí.

- *Pues bien, tomarán, creo yo, a los hijos de los mejores y los llevarán a la inclusa, poniéndolos al cuidado de unas ayas que vivirán aparte (...)*

- *¿Y no serán también ellos quienes se ocupen de la crianza; llevarán a la inclusa a aquellas madres que tengan los pechos henchidos, pero procurando por todos los medios que ninguna conozca a su hijo; proporcionarán otras mujeres que tengan leche, en el caso que ellas no puedan hacerlo; se preocuparán de que las madres sólo durante un tiempo prudencial y, en cuanto a las noches en vela y demás fatigas, ésas las encomendarán a las demás nodrizas y ayas?*

- *¡Qué descansada maternidad -exclamó- tendrán, según tu, las mujeres de los guardianes!*<sup>9</sup>

Con respecto a las características personales del guardián, éste deberá ser tranquilo, meditativo y a la vez, pasional, podríamos sobrentender rápido en las decisiones y actuaciones. Platón nos dice:

*Habrá de ser filósofo, fogoso, veloz y fuerte por naturaleza quien haya de desempeñar a la perfección su cargo de guardián en nuestra ciudad.*<sup>10</sup>

La actitud del político tiene que concebir una dualidad, la prudencia y a la vez la decisión, encontrar el equilibrio de los opuestos.

*Nos dice que cuando admiramos, como lo hacemos a menudo, en muchas acciones, la rapidez, la vehemencia y la agudeza del intelecto o del cuerpo o aun de la voz, expresamos nuestro elogio a través de un único nombre “valentía”. (...)*

- *¿Y entonces? En lo que se refiere a la especie del poder sereno, ¿no es cierto que lo hemos elogiado muy a menudo en muchas acciones? (...)*

*Llamamos siempre calmas y sensatas a las actividades resultado del ejercicio del pensamiento o de la acción, admirando su lentitud y suavidad, y así también los sonidos llanos y graves de la voz, todo movimiento rítmico o bien todo arte de las Musas que recurre a la lentitud en el momento oportuno; y en todos estos casos no aplicamos el nombre de “valentía” sino de “moderación”.*<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> FORDE, Steven. "Gender and Justice in Plato". En: *American Political Science Review*. Septiembre-1997, vol. 92, núm. 3.

<sup>9</sup> PLATÓN. *La República*. Madrid: Alianza Editorial, 1999, pp. 308-309. (Clásicos de Grecia y Roma, Biblioteca Temática, 8217).

<sup>10</sup> PLATÓN. *La República*. Madrid: Alianza Editorial, 1999, p.154. (Clásicos de Grecia y Roma, Biblioteca Temática, 8217).

<sup>11</sup> PLATÓN. "El Político". En: PLATÓN. *Diálogos*. Madrid: Editorial Gredos, 1998, p.608. (Biblioteca Clásica Gredos, 117).



La moderación y la valentía son dos aspectos opuestos, que difieren, de la virtud. Al igual que sí de un tejido se tratase, la urdimbre representa la valentía y la trama la moderación ambas es aconsejable que se den en una misma persona, produciéndose un excelso tejido, el de un rey.

Donde se dé la necesidad de un único gobernante que elija estas dos dotes, donde sean necesarios más habrán que combinar una parte, unos, y otra parte, otros. Es necesario que estén presentes ambos caracteres para la buena marcha de la ciudad. Combinar el carácter de hombres valientes con el de sensatos.<sup>12</sup>

Deberá seguirse una educación para que los guardianes se asemejen a **la divinidad**, una divinidad bondadosa, justa y veraz.<sup>13</sup> A los guardianes les será permitido mentir en bien de la comunidad y su elección se producirá por revelación divina ya desde niños efectuando ritos de pasaje, luego se observará su conducta a lo largo de la vida y aquellos que crean que poseen una actitud más útil para la ciudad, a partir de los cincuenta años, serán finalmente elegidos como gobernantes. Según la teorización de Max Weber podemos decir que se produce una dominación carismática tradicional, pues la elección del líder se fundamenta en un saber adquirido en tiempos remotos.

Durante su educación los guardianes deben demostrar su propio criterio, ser capaces de alejarse de los hechos para poder juzgarlos, discernir entre la bondad y la maldad. En esta descripción del gobierno de la ciudad Platón conserva las características de lo que Popper llama la sociedad cerrada. La forma de organización propuesta se asemeja más a las formas tribales de organización política, con el consejo de ancianos, que a formas modernas de organización política, donde el elemento asociativo o de ayuda mutua está presente.

---

<sup>12</sup> Ibid., p. 616.

*El buen juez no puede ser joven, sino un anciano que, no por tenerla arraigada en su alma como algo propio, sino por haberla observado durante largo tiempo como cosa ajena en las almas también ajenas, haya aprendido tardíamente lo que es la injusticia y llegado a conocer bien, por medio del estudio, pero no de la experiencia personal, de qué clase de mal se trata.*<sup>14</sup>

El Guardián no debe poseer propiedades ni bienes propios, tienen que vivir una vida en comunidad, en plena dedicación a la comunidad. Se fijará la cuantía que necesitan para el año pero estarán lejos de poder controlar los bienes de la comunidad.

*Ante todo nadie poseerá casa propia excepto en caso de absoluta necesidad. En segundo lugar nadie tendrá tampoco ninguna habitación ni despensa donde no pueda entrar todo el que quiera. En cuanto a víveres, recibirán de los demás ciudadanos, como retribución por su guarda, los que puedan necesitar unos guerreros fuertes, sobrios y valerosos, fijada su cuantía con tal exactitud que tengan suficiente para el año, pero sin que les sobre nada. Vivirán en común, asistiendo regularmente a las comidas colectivas como si estuvieran en campaña. Por lo que toca al oro y la plata (...) para nada necesitan de los terrestres ni es lícito que contaminen el don recibido aliado con la posesión del oro de la tierra.*<sup>15</sup>

La pregunta será: ¿Quién posee los recursos? ¿Cómo se distribuyen? Es de suponer que será una propiedad comunal.

- *La ciudad en que haya más personas que digan del mismo modo y con respecto a lo mismo las palabras “mío” y “no mío” ¿ésa será la que tenga mejor gobierno?*
- *Con mucho.*<sup>16</sup>

En ningún momento Platón tiene en cuenta las inquietudes, las razones de los gobernados y de los que gobiernan para aceptar esta situación. No previene ningún tipo de rebelión o inconformismo. ¿Por qué aceptan gobernar los gobernantes? ¿Es hacer el bien una razón suficiente?

Más adelante nos dice que el castigo mayor es ser gobernado por otro más perverso. Se acepta gobernar por temor a este castigo. Se accede al gobierno pensando en algo necesario y no en algo ventajoso.

*El castigo mayor es ser gobernado por otro más perverso cuando no quiera él gobernar: y es por temor a este castigo por lo que se me figura a mí que gobiernan, cuando gobiernan, los hombres de bien; y aun entonces van al gobierno no como quien va a algo ventajoso, ni pensando que lo van a pasar bien en él,*

---

<sup>13</sup> PLATÓN. *La República*. Madrid: Alianza Editorial, 1999, p.168. (Clásicos de Grecia y Roma, Biblioteca Temática, 8217).

<sup>14</sup> *Ibid.*, p. 214 .

<sup>15</sup> *Ibid.*, pp. 227-228.

<sup>16</sup> *Ibid.*, p. 313

*sino como el que va a cosa necesaria y en la convicción que no tienen otros hombres mejores ni iguales a ellos a quien confiarlo.*<sup>17</sup>

El que gobierna no examina lo conveniente para sí mismo sino lo conveniente para el gobernado y sujeto a su arte.

*Entonces se haría claro que el verdadero gobernante no está en realidad para atender a su propio bien, sino al del gobernado; de modo que todo hombre inteligente elidiría antes recibir favor de otro que darse que hacer por hacerlo él a los demás.*<sup>18</sup>

El papel del líder político ideal de Platón será saber que es justo y que no lo es. Platón distingue dos tipos de líderes: el buen líder, el real, que tiende a la sabiduría y tiende a lo racional, y el tirano, regido por las emociones y las pasiones. Establece dentro del líder institucionalizado la oposición entre rey y tirano, entre el buen gobernante y el tirano. El respeto a las leyes y lo institucional convierten al dirigente en monarca y si gobierna en contra de las leyes en “tirano”.

*Extr. - A su vez, cuando sea un solo hombre quien gobierne conforme a las leyes, imitando aquel que posee la ciencia, lo llamaremos “rey”, sin usar un nombre diferente para el que ejerce la monarquía conciencia y para aquel que lo hace con opinión, si ambos gobiernan conforme leyes.  
J. Sóc. - Así también parece.*<sup>19</sup>

Platón además de elegir a los gobernantes por sus cualidades, también los sitúa dentro de las clases pudientes: “los ricos”. En la República, deberá gobernar una aristocracia que respete las leyes sino es así se convertiría en una oligarquía.

*Extr. - Hay, sin embargo, un punto anterior en el que estábamos de acuerdo: que ninguna muchedumbre es capaz de adquirir un arte, sea el que fuere.*

*J. Sóc. - Estábamos de acuerdo, en efecto.*

*Extr. - Por lo tanto, si existe un arte real, ni la muchedumbre de los ricos ni el pueblo todo podrán jamás adquirir esta ciencia política*

*J. Sóc.- ¿Cómo podrían, en efecto?*

*Extr. - Así pues, tales regímenes políticos, al parecer, para poder imitar lo mejor posible aquel régimen político verdadero - el de un único individuo que gobierna apoyándose en un arte -, cuando han recibido las leyes, no deben actuar jamás contra la letra escrita ni contra las costumbres tradicionales. (...)*

*Entonces cuando los ricos imiten ese régimen perfecto, llamaremos “aristocracia” a ese régimen político; cuando, por el contrario, hagan caso omiso de las leyes, “oligarquía”.*

*J. Sóc. - Así parece.*<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> Ibid., p. 103.

<sup>18</sup> Ibid., p. 103.

<sup>19</sup> PLATÓN. “El Político”. En: PLATÓN. *Diálogos*. Madrid: Editorial Gredos, 1998, p.595. (Biblioteca Clásica Gredos, 117).

Además de seguir las leyes, debe imperar la sensatez del gobernante en las decisiones.

*Extr. - En cierto modo, es evidente que la función legislativa compete al arte real; lo mejor, sin embargo, es que imperen, no las leyes, sino el hombre real dotado de sensatez. ¿Sabes por qué?*

*J. Sócr - ¿Qué quieres decir?*

*Extr. - Que la ley jamás podría abarcar con exactitud lo mejor y lo más justo para todos a un tiempo y prescribir así lo más útil para todos.<sup>21</sup>*

*Extr.- Así pues, tales regímenes políticos, al parecer, para poder imitar lo mejor posible aquel régimen político verdadero - el de un único individuo que gobierna apoyándose en un arte -, cuando han recibido las leyes, no deben actuar jamás contra la letra escrita ni contra las costumbres tradicionales.<sup>22</sup>*

Las cualidades que destaca en el gobernante, el rey gobernante, son la virtud y la ciencia

*De entre los regímenes políticos, al parecer, es recto por excelencia y el único régimen político que puede serlo aquel en el cual sea posible descubrir que quienes gobiernan son en verdad dueños de una ciencia y no sólo pasan por serlo; sea que gobiernen conforme a las leyes o sin leyes, con el consentimiento de los gobernados o por imposición forzada, sean pobres o ricos, nada de esto ha de tenerse en cuenta para determinar ningún tipo de rectitud.<sup>23</sup>*

Quien posee el saber es quien es realmente un político.<sup>24</sup> La *Carta VII* nos es de utilidad para poder observar cómo Platón pone en práctica su concepción ideal del Filósofo Rey, al ofrecer consejos sobre las formas de gobierno a su amigo Dión y, también, al tirano Dionisio el Joven de Siracusa, en Sicilia.

Platón realizó tres viajes a Sicilia. En el primer viaje, en el 388 a. C., nos cuenta su estancia en Siracusa bajo el reinado de Dionisio el Viejo, cuando quería atraerse al tirano para la causa filosófica pero fue en vano su esfuerzo. Sin embargo, consiguió influir en las enseñanzas de su amigo Dión, el aún joven Dión quien después de su relación con Platón cambió su forma de vida volviéndose un hombre de costumbres más dóricas que itálicas. Platón destaca las costumbres itálicas preocupadas por el hedonismo y los placeres como inadecuadas y opuestas a una vida dedicada a la virtud y a la sensatez. Éste será un aspecto importante a destacar en la obra platónica. Para

---

<sup>20</sup> Ibid., pp. 594-595

<sup>21</sup> Ibid., p. 582.

<sup>22</sup> Ibid., pp. 594-595.

<sup>23</sup> Ibid., p. 581.

Platón las características del hombre de Estado del filósofo Rey deben alejarse de la vida emotiva y placentera.

En la *Carta VII*, Platón, dando consejos a Dionisio, habla indirectamente de carisma político. Describe las cualidades que deben regir al líder, ni más ni menos que aquellas características que pueden ser percibidas como carismáticas, extraordinarias e ideales por la población. Suponemos que esto era así entre la población ateniense de la época y sabemos que para Platón se trata de un modelo ideal. Un modelo que podemos calificar de carismático: un carisma político institucionalizado.

En primer lugar, aconseja a Dionisio que se rodee de buenos y fieles amigos. Da una gran importancia a las compañías del gobernante y una falta de amigos denota la maldad del tirano. Platón plasma el carisma político cuando se refiere a la importancia de aquellos que acompañan al líder político, sus amigos fieles, sus camaradas más próximos, sin ellos un líder político no será un líder carismático, no será percibido como un buen legislador. La amistad y la fidelidad están, en Platón, también por encima de la ciudad de origen. Así, Platón nunca conspirará ni se sentirá partidario de los conspiradores y asesinos de Dión, por bien que estos fuesen atenienses como él. La virtud del buen gobernante, que lo convierte en un filósofo rey, se consigue por el linaje y desde los hábitos de vida, entregados al esfuerzo y a la disciplina, hasta legislar con bondad, equidad y decisión. Los hombres entregados al estado deben poseer las siguientes características.

*Sean quienes sean los vencedores, es preciso que, si quieren salvar el Estado, escojan de entre ellos a los de mejor reputación, a los de edad madura, que tengan mujer e hijos, que desciendan de una larga línea de antepasados ilustres y virtuosos, y que posean suficientes bienes de fortuna. Para una ciudad de diez mil habitantes, bastarán cincuenta hombres de esta clase.<sup>25</sup>*

Ser dueño de uno mismo, tener una disciplina con uno mismo, permite llegar a la virtud y ésta acaba arraigando en todo el pueblo.

---

<sup>24</sup> Ibid., p. 593.

- La templanza - repuse - es un orden y dominio de los placeres y concupiscencia según el dicho de los que hablan, no sé en qué sentido, de ser dueños de sí mismos...<sup>26</sup>

La idea platónica no es el original ni el origen del objeto; es su fundamento, la razón de su existencia el principio sustentador de su “virtud”. Es la virtud de la cosa su ideal, su perfección. Al igual que en muchas religiones primitivas los héroes griegos no son sino héroes tribales idealizados personificaciones de la “virtud” o “perfección” de la tribu. Las características y las actividades del dirigente platónico son muy diferentes de las del épico héroe Homérico. El dirigente platónico construye un orden basado en unas técnicas bien encontradas y halladas o rutinas. Para Platón el dirigir y gobernar es un arte. En “La República” encontramos la idea que dirigir es una cuestión de “construcción” (*making*) más que hacer (*doing*).<sup>27</sup>

El político no se puede definir como alguien que se dedica a la crianza individual sino a la crianza colectiva:

*Extr. - Pero claro está que en el político no podemos descubrir un individuo dedicado a la crianza individual, a la manera de quien cuida de un solo buey o ejercita su único caballo, sino que más se asemeja a un pastor de caballos o de bueyes.*  
*J. Sóc. - Esto resulta ahora que lo has dicho.*<sup>28</sup>

El arte de gobernar es equiparado con el arte de guiar rebaños.

*Extr. - Y no cabe duda de que el rey, por su parte, se nos presenta con toda nitidez como pastor de un rebaño despojado de cuernos.*  
*J. Sóc. - ¿Cómo podrá haber duda?*<sup>29</sup>

Más adelante en la misma obra Platón ejerce una crítica a la condición de los políticos quienes no alcanzan al rango de pastores divinos:

---

<sup>25</sup> PLATÓN. *Carta VII*. Madrid: Espasa, 1999. (Colección Austral, 164).

<sup>26</sup> PLATÓN. *La República*. Madrid: Alianza Editorial, 1999, p.254. (Clásicos de Grecia y Roma, Biblioteca Temática, 8217).

<sup>27</sup> STEINBERGER, Peter J. "Ruling: Guardians and Philosopher-Kings". En: *American Political Review*. Diciembre-1989, vol. 83, núm. 4, pp. 1207-1225.

<sup>28</sup> PLATÓN. "El Político". En: PLATÓN. *Diálogos*. Madrid: Editorial Gredos, 1998, p.509. (Biblioteca Clásica Gredos, 117).

<sup>29</sup> PLATÓN. "El Político". En: PLATÓN. *Diálogos*. Madrid: Editorial Gredos, 1998, p.518. (Biblioteca Clásica Gredos, 117).

*Extr. Pero yo creo, Sócrates que la figura del pastor divino es demasiado grande para parangonarla al rey y que nuestros políticos actuales son mucho más semejantes por su naturaleza a los hombres por ellos gobernados y que la cultura y la educación de la que tienen parte se aproximan mucho más a la de sus gobernados.*<sup>30</sup>

En su práctica política Platón critica a todos los gobiernos y tan solo la filosofía puede ayudar a gobernar para conseguir la justicia. La actuación del buen rey filósofo estará pues estrechamente relacionada con la justicia. Pero lo importante para Platón no es ser justo sino parecerlo. Todo, nos dirá, radica en las apariencias, en semejar ser justo y conseguir una imagen de bondadosos frente a los demás. Hay que ser astuto y aparentar ser justo y bondadoso *no hay que querer ser justo, sino sólo parecerlo.*<sup>31</sup>

Defiende, sin mencionarlo directamente, la necesidad de una cierta astucia para poder gobernar, la nobleza de espíritu solamente hay que aparentarla.

*Y esto porque todo hombre cree que resulta mucho más ventajosa personalmente la injusticia que la justicia. “Y tiene razón al creerlo así”, dirá el defensor de la teoría que expongo. Es más si hubiese quien, estando dotado de semejante talismán, se negara a cometer jamás injusticia y a poner mano en los bienes ajenos, le tendrían, observando su conducta, por el ser más miserable y estúpido del mundo (...)*

*Hay pues que dotar al hombre perfectamente injusto de la más perfecta injusticia, sin quitar nada de ella, sino dejándole que, cometiendo las mayores fechorías, se gane la más intachable reputación de bondad.*<sup>32</sup>

Platón define así la política moderna, el juego de las apariencias y de la imagen que deben ser transmitidas como verdaderas. Es cierto que hay referencias dentro de la obra de Platón donde se cuestiona esta actitud hacia la justicia

*Te objetaremos que no alabas la justicia, sino la apariencia de tal, ni censuras la injusticia sino su apariencia...*<sup>33</sup>

Si bien, la justicia parece reservada, junto con la bondad, a la divinidad

*La divinidad no es autora de todas las cosas, sino únicamente de las buenas.*<sup>34</sup>

---

<sup>30</sup> Ibid., p. 540

<sup>31</sup> Ibid., p. 126

<sup>32</sup> PLATÓN, *La República*. Madrid: Alianza Editorial, 1999, pp. 124-125. (Clásicos de Grecia y Roma, Biblioteca Temática, 8217).

<sup>33</sup> Ibid., p. 135

<sup>34</sup> Ibid., p. 162

- La divinidad es, por tanto, absolutamente simple y veraz en palabras y en obras y ni cambia por sí ni engaña a los demás en vigilia ni en sueños con apariciones, palabras o envíos de signos.<sup>35</sup>

Construye la imagen de un carisma institucional - concepto que definiremos en el apartado dedicado a Max Weber -. El político no debe establecerse al margen de las leyes, debe estar legitimado por la tradición, incluso por los linajes,<sup>36</sup> debe mostrarse, ante todo, justo y bondadoso para aparecer más cercano a la divinidad, e incluso al mito. No debemos olvidar la importancia del mito en la sociedad clásica, los dioses humanos que protegen y se convierten en reflejo del modelo a seguir por los humanos.

La **justicia**<sup>37</sup> es virtud y prudencia, por oposición a la injusticia que es vicio e ignorancia. Sin negar que en la virtud y en la bondad se establezca una cierta simplicidad, Platón nos demuestra la dificultad de conocer qué es justo y qué no lo es. La capacidad de discernir ante las situaciones es lo que constituye la virtud de los gobernantes. Una virtud, un carisma construido a partir de las acciones justas, de la justicia. Hay un aspecto que llama la atención, cuando dice que se debe ser justo con el igual y se puede sacar ventaja del desemejante. Nos está estableciendo la justicia dentro de la propia casta o grupo.

La crítica de Popper al concepto de justicia platónico, nos ilumina en este sentido, al decirnos que para Platón es justicia *todo aquello que favorece la estabilidad y el poderío del estado*.<sup>38</sup> Dirá que lo único que le interesa a Platón respecto a la justicia es el todo colectivo, en ningún caso los derechos individuales, la justicia actúa como

---

<sup>35</sup> Ibid., p. 167

<sup>36</sup> - Por lo tanto, fundada conforme a naturaleza podrá ser toda entera prudente por la clase de gente más reducida que en ella hay, que es aquella que la preside y gobierna; y éste, según parece, es el linaje que por fuerza natural resulta más corto y al cual corresponde el participar de este saber, único que entre todos merece el nombre de prudencia.

Ibid., p. 250

<sup>37</sup> Las formas de injusticia son también un ejemplo de orden racional pero un alma injusta es un alma inarmónica y desordenada. Un ejemplo de bondad es por si solo un ejemplo de orden racional, mientras un ejemplo de maldad no lo es. Las inteligibles análogas del sol, la luz y la visión son el bien, la verdad, y el saber.

REEVE, C.D.C. "Platonic politics and the Good". En: *Political Theory*. Agosto-1995, vol. 23, núm. 3, pp. 411-424.



elemento que favorece la estabilidad del todo colectivo, de su politeya ideal, *la justicia no es sino la salud, la unidad y la estabilidad del cuerpo colectivo*.<sup>39</sup> Todo lo que favorece el poderío y la unidad del estado. Más aún, Popper destacará que la idea de no-igualdad o equidad en la justicia comporta la existencia natural de desigualdades y por tanto al legitimar la diferencia da cabida al totalitarismo, a que unos individuos sean considerados superiores a los otros.

Según Popper el nacimiento de la filosofía puede ser interpretada como reacción al derrumbe de la sociedad cerrada y sus convicciones mágicas. Es la tentativa de remplazar la pérdida de fe en la magia, por la fe racional. Contrastar las teorías y mitos desde una crítica racional. El arte de pensar racionalmente es uno de los hechos que empiezan en nuestra sociedad pero hasta los más racionalistas reaccionaron ante la pérdida de la unidad del tribalismo.<sup>40</sup>

El carisma puede ser entendido como una característica ancestral que forma parte de esta sociedad cerrada cuyo mantenimiento en una sociedad moderna responde a un atavismo, un no querer desvincularse del mundo mágico, de lo inexplicable y de la superioridad y el aura que éste supone.

Platón en oposición al buen gobernante, al gobernante real, nos destaca todos aquellos aspectos a los cuales no debe tender el gobernante y que, por otro lado, constituyen o se aproximan a las formas revolucionarias de carisma puro o genuino, siguiendo la terminología de Max Weber.

---

<sup>38</sup> POPPER, K. *La sociedad abierta y sus enemigos*. Barcelona: Paidós, 1998, p.111. (Paidós Básica,1)

<sup>39</sup> *Ibid.*, p. 111

<sup>40</sup> Platón está en la transición de Atenas. Platón está en el mundo de la transición de la sociedad abierta que ha comenzado con los griegos, representada por Herodoto, Protágoras, Antístenes, Licofon, Eurípides...Pericles y Sócrates. Son los representantes de la generación que representa el cambio. La generación que vivió en Atenas, justo antes y durante la Guerra del Peloponeso. Pericles defiende los principios de la igualdad y del individualismo político. Levinson dirá que representa el período de un siglo más que una generación. Después de la guerra del Peloponeso, Platón experimentó el colapso de la sociedad cerrada, la pérdida de la unidad orgánica, y la ruptura de su fundación aristocrática.

GIANNARAS, Anastasios. "Plato ad K.R. Popper. Toward a Critique of Plato's Political Philosophy" En: *Philosophy of the Social Sciences*. Diciembre-1996, vol. 26, núm. 4.

- ¿Y esto que los retiene de tales cosas no nace, cuando nace, del razonamiento, y aquellos otros impulsos que les mueven y arrastran no les vienen, por el contrario de sus padecimientos y enfermedades? (...)

- No sin razón, pues - dije -, juzgaremos que son dos cosas diferentes la una de la otra, llamando, a aquello con que razona, lo racional del alma, y a aquello con que desea y siente hambre y sed y queda perturbada por los demás apetitos, lo irracional y concupiscible, bien avenido con ciertos hartazgos y placeres.<sup>41</sup>

Platón distingue un tercer elemento en el alma que acompaña la razón: lo irascible, pero que como el cólera debe estar al servicio de la razón.

- ¿Y no es a lo racional a quien compete el gobierno, por razón de su prudencia y de la previsión que ejerce sobre el alma toda, así como a lo irascible el ser su súbdito y aliado?  
- Enteramente.<sup>42</sup>

Establece una vinculación entre el control, la seducción de las multitudes y el erotismo al hablarnos de las relaciones que se establecerán entre los miembros de su comunidad ideal de guardianes. Destaca esta relación en tanto que considera que el erotismo y la seducción mueven multitudes. El carisma para la psicología de las masas, para Le Bon, y Freud participará de vínculos eróticos, los que sienten los seguidores hacia el líder.

Platón es el primero en tratar elementos relacionados con el carisma político, como **la persuasión** de la muchedumbre a través de la **retórica** y la oratoria. La ciencia que tiene el poder de persuadir a la muchedumbre es la retórica y la oratoria. La retórica entendida como ciencia separada de la política que está al servicio de ésta.

*Extr.- ¡Y bien! ¿A qué ciencia le concederemos, por lo tanto, el poder de persuadir a la muchedumbre y a la masa a través de la narración de historias, pero no a través de una enseñanza?*  
*J. Sóc. - Para mí esta claro que también esto hay que asignarlo a la retórica.<sup>43</sup>*

La retórica se basa en los discursos. Es el arte de persuadir a aquellos, según Gorgias, que componen las reuniones políticas. La retórica consiste, también según Platón, en adulación. Sócrates hace una distinción entre hacer de los ciudadanos de

---

<sup>41</sup>PLATÓN. *La República*. Madrid: Alianza Editorial, 1999, p.273. (Clásicos de Grecia y Roma, Biblioteca Temática, 8217).

<sup>42</sup> Ibid., p. 277.

Atenas, ciudadanos excelentes, o ser servidor de sus pasiones y no tratar con ellos más que para halagarlos.<sup>44</sup> El orador, según Gorgias es capaz de persuadir a la multitud, en un momento dado, sobre el asunto que quiera. Sócrates matiza que por multitud entiende a los ignorantes porque aparentemente el orador no tendrá ventajas ante personas instruidas.<sup>45</sup> Sin embargo, Gorgias anteriormente había afirmado que el orador es capaz de persuadir desde jueces, senadores y médicos.

*Gorgias - A mi modo de ver, el de estar apto para persuadir con sus discursos a los jueces en los tribunales, a los senadores en el Senado, al pueblo en las asambleas; en una palabra, a todos los que componen toda clase de reuniones políticas. Este talento pondrá a tus pies al médico y al maestro de gimnasia...*<sup>46</sup>

¿Podemos afirmar que disminuye el carisma político - entendiendo éste como la entrega emocional al líder político - a mayor nivel cultural?

No necesariamente, porque como veremos más adelante, el carisma se relaciona con aspectos irracionales, relacionados con las pasiones, el erotismo y las emociones. Se puede ser un gran profesional y dejarse llevar por impulsos en cuestiones políticas o por discursos erróneos o demagógicos. Si bien sí que podemos estar de acuerdo que con la cultura política se puede ser consciente del carisma político y tender a racionalizarlo, pero no necesariamente cultura política es sinónimo de ausencia de relaciones carismáticas.

Platón distingue entre los aspectos a valorar de este líder positivo, haciéndonos una descripción del carisma político institucional, que ya hemos abordado, pero también nos describe un carisma político puro, que a través de la seducción y la oratoria arrastra multitudes. Es un carisma al margen de la legalidad que, según él, se caracteriza por el

---

<sup>43</sup> PLATÓN. "El Político". En: PLATÓN. *Diálogos*. Madrid: Editorial Gredos, 1998, p.603. (Biblioteca Clásica Gredos, 117).

<sup>44</sup> PLATÓN. "Gorgias". En: PLATÓN. *Diálogos*. Madrid: Espasa-Calpe, 1981, p.287. (Selecciones Austral, 19).

<sup>45</sup> PLATÓN. "Gorgias" En: PLATÓN. *Diálogos*. Madrid: Espasa-Calpe, 1981, p.206. (Selecciones Austral, 19).

<sup>46</sup> *Ibid.*, p. 199

engaño. Se muestra crítico con los políticos que, sin serlo, se creen importantes por el clamor que reciben de las multitudes.

- ¿Y qué diremos de los que se prestan con afán a curar tales ciudades? ¿No admiras su valor y buena voluntad?

- Sí, los admiro -dijo- ; exceptuando, sin embargo a aquellos que andan engañados y se creen que son en realidad políticos, porque se ven celebrados por la multitud.<sup>47</sup>

En ningún momento nos establece como positivas las formas de comunicación entre los gobernantes y los otros grupos de la sociedad. La comunicación es vista como perversa. El líder político, el gobernante, aparece aislado en su mundo institucional y de las ideas. El poder del gobierno se fundamenta en el saber del filósofo Rey no permitiendo ningún tipo de opinión de comunicación entre gobernantes y ciudadanos.

En el mundo de las ideas que busca Platón, la sociedad ideal basada en el origen, como punto de partida sin cambios ni fisuras; Platón niega el carisma político genuino como promotor del cambio, como transformador de la sociedad, como agente revolucionario y lo cualifica de peligroso. Describe las características que configuran un carisma político basado en la tradición, que ayude a legitimar las formas de gobierno. El cambio político es negativo para Platón “¡Detened todo cambio político!”. *El cambio es vil, el reposo divino.*<sup>48</sup>

Platón buscaba conocimiento, no opinión al conocimiento racional, para poder interpretar el mundo y aspiraba a descubrir el cambiante mundo de la política, del arte de gobernar a los hombres. Platón creía en una tendencia histórica general hacia la corrupción y en la posibilidad de contener dicha corrupción, en el campo político, por medio de la “supresión de todo cambio político”. “El estado de la edad de oro que nunca cambia”, es el *estado detenido*.<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup> PLATÓN. *La República*. Madrid: Alianza Editorial, 1999, p.244. (Clásicos de Grecia y Roma, Biblioteca Temática, 8217).

<sup>48</sup> POPPER, K. *La sociedad abierta y sus enemigos*. Barcelona: Paidós, 1998, p. 93. (Paidós Básica,1)

## 1.2. El carisma político en la obra de Nicolás Maquiavelo

El concepto de carisma político no es utilizado de una forma explícita por Nicolás Maquiavelo, pero, su análisis sobre las formas de gobierno de los príncipes y las repúblicas hace que se aproxime enormemente a la naturaleza y complejidad del liderazgo político. Analizar algunas de las implicaciones que Maquiavelo cree fundamentales nos acerca a la naturaleza del hombre de estado y del liderato político. A través de su tratado sobre el arte de gobernar muestra las características que lo configuran: sus consejos sobre cuales son las actitudes indispensables a adoptar por los príncipes; los peligros que comporta, así como, las contradicciones que plantea.

Maquiavelo como hombre de su tiempo se plantea un regeneracionismo de la situación política italiana, después de la expulsión de los Medici y de la instauración de la república de Carlos VIII de Francia, pretende la transformación o cambio social a través de la figura del príncipe que es el único capaz de aglutinar a su alrededor un cuerpo social de ciudadanos que lo apoyen. El poder del príncipe aparece regulado por las instituciones del estado y es capaz de mantenerse en el poder, gracias a su propio ejército dirigido directamente por él.<sup>50</sup>

Presenta una causalidad en la sucesión de las formas de gobierno, (El Principado, la tiranía y la democracia)<sup>51</sup>. Éstas forman una rueda que va girando sobre sí misma regresando sucesivamente a los mismos sistemas de gobierno. Se nos presenta la democracia como una forma de gobierno regida por el desorden y la falta de

---

<sup>49</sup> Ibid., p. 35.

<sup>50</sup> Introducción a cargo de Miguel A. Granada. MAQUIAVELO, Nicolás. *El Príncipe*. Madrid: Alianza Editorial, 1985 [1531]. Para más información sobre la importancia de la guerra véase: MAQUIAVELO, Nicolás. *Del arte de la guerra*. Tecnos: Madrid, 1988 [1521].

<sup>51</sup> MAQUIAVELO, Nicolás. *Discursos sobre la primera década de Tito Livio*. Madrid: Alianza Editorial, 1996 [1520]

coordinación, donde cada cual sigue sus propios impulsos; en oposición al principado que encabezado por un hombre honrado, al cual se le sigue, consigue poner orden.

Si bien el gobierno ideal para Maquiavelo es la República, esta debe ser gobernada por una autoridad. Por otra parte, en los momentos de crisis política y transformación o cambio social es necesaria la figura de un príncipe capaz de transformar e implantar el nuevo orden. Maquiavelo cree en la conveniencia que la autoridad se centre en una sola persona. Es necesario a la vez que sea alguien que procure el bienestar común y no personal, el poder debe dejarse en manos de una sola persona, esto no quiere decir que no se ayude de instituciones que le aconsejen y lo limiten, como el senado. Cree, pues, en la necesidad de una autoridad central ecuánime, con sentido común y con capacidad de decisión.

La importancia del gobierno del príncipe se amplifica por su capacidad de consecución del cambio político, de creación de un nuevo orden a través del ejemplo y de la *virtù* de su poderosa personalidad. Maquiavelo destaca en primer lugar el liderazgo de los profetas fundadores de religiones, y en segundo lugar, el líder político que funda repúblicas, ejércitos y por último los líderes fundadores de cualquier profesión.

Al igual que Platón teme que estos líderes llevados por una falsa gloria se conviertan en tiranos. Los tiranos no serán nunca aclamados como los buenos gobernantes. Establece una dualidad entre un mundo idealizado donde gobierna un buen príncipe, un mundo donde reina el orden, cada cual disfruta de sus riquezas y puede expresar su opinión; y un mundo corrupto de disturbios y conflictos, cuando el gobierno está en manos de políticos tiránicos. Sin duda, da una gran importancia al papel de principado, un buen príncipe genera amor y orden, un tirano desorden y conflictos.

Esta necesidad de una autoridad política principal justifica la aparición del dictador como autoridad extraordinaria que aparece en momentos de crisis con el

consentimiento del pueblo. Cuya misión es poner fin a la corrupción y a los intentos de apropiación de poder (Hay que tener en cuenta que la dictadura legal sólo podía durar seis meses, para solucionar un problema concreto y no podía hacer nada en detrimento del estado). Por lo tanto, las repúblicas que en un momento de dificultad no han previsto la figura del dictador o una autoridad semejante, pueden fracasar.

No obstante, nos presenta la dificultad y la facilidad a su vez de conseguir ser seguido por el pueblo, pues éste se rige por las apariencias. Así, trata al pueblo de incapacitado para dilucidar cuál puede ser la mejor opción. Éste es incapaz de saber las verdaderas consecuencias de una decisión. Por eso puede ser fácil y a la vez difícil persuadirle, si las apariencias no le son favorables. Esta mala visión de las cosas le puede llevar a su ruina si está falto de un líder que le dirija y le sepa persuadir. Nos da un ejemplo de la importancia de la elocuencia cuando nos destaca a los oradores, personajes fundamentales para las negociaciones o tratados pues, la elocuencia tiene el don de convencer a la audiencia. Maquiavelo revaloriza el pasado y glorifica a los antiguos romanos a cuyos éxitos y actuaciones se remite para dar las directrices más adecuadas en el presente a través de la comparación.

Aprecia una gran diferencia entre los hombres de la antigüedad y sus contemporáneos. En la antigüedad se valoraba más la fuerza y la libertad. La causa de ello es para Maquiavelo la religión que ha establecido unas conductas más alejadas de lo mundano. Desde la Edad Media se pone mayor énfasis en la abnegación, la humildad, glorificando más a los hombres contemplativos que a los activos mientras que Roma ponía el énfasis en la fuerza corporal y la grandeza humana.

En la guerra, destaca el valor de los soldados, sobre todo en la antigüedad, cuando luchaban cuerpo a cuerpo. Dignifica este valor de dar la vida por la ciudad, la fuerza y lo contrasta con su época, el Renacimiento, donde ya no se comparte este valor

en la lucha. Al hombre lo rige una gran humildad renacentista, habiendo desaparecido los ejércitos virtuosos, donde los soldados mostraban su valor y entregaban su vida sin temor.<sup>52</sup> En la guerra critica la utilización de soldados mercenarios y tropas auxiliares ya que pueden armarse contra uno, pero más allá de esta argumentación, cuestiona estos medios como mecanismos para conseguir el triunfo; alejados de la implicación personal pueden convertirse en una dificultad para los príncipes y para el pueblo, pues aquello que priman es el interés material y personal.

Exalta el orden social y condena el desorden y el caos de su contemporaneidad histórica. Destaca que, en el caso de querer convencer al pueblo (por ejemplo, para enrolarse a la guerra) o delante de sus protestas, es útil la figura de un “hombre honrado” “digno de crédito” que con su elocuencia convenza a las masas. Nos destaca el valor romano de la elocuencia, teñida de ética, que es recuperado por el Renacimiento. En esta misma línea destaca la importancia que se atribuía a los oradores, a los cuales se les encomendaban difíciles negociaciones, pues se era consciente de su habilidad de convencimiento.

Maquiavelo cree imprescindible reaccionar ante las dificultades con un poder autoritario, dirigir los problemas por un líder político sin necesidad de consenso; da, por lo tanto, más importancia a la figura individual que Platón, sobre el que nos hemos referido anteriormente. Es un líder el de Maquiavelo aún con aspectos autoritarios, pero limitado por cónsules y senadores y por el poder del Estado. Está en contra de una autoridad absoluta porque corrompe la materia y se hace rápidamente con partidarios y enemigos. Uno de los problemas planteados para mantener la unidad del principado es la territorialidad del mismo: si su extensión es desmesurada, difícilmente se podrá

---

<sup>52</sup> Maquiavelo dará una gran importancia a la estrategia militar como conocimiento y actuación necesaria para poder vencer los enemigos y perpetuarse en el poder. En su obra aparece fundamental la exposición de la estrategia militar. Tanto en el libro *Del arte de la guerra* como en los *Discursi*. MAQUIAVELO, Nicolás. *Discursos sobre la primera década de Tito Livio*. Madrid: Alianza Editorial, 1996 [1520].



mantener su unidad y habrá más dificultades para gobernarlo que si se trata de un pequeño estado.

### **1.2.1. Características del liderazgo político**

El líder político que intenta construir Maquiavelo es un hombre de estado que debe agudizar su ingenio y actitud para mantener el poder entre las distintas instituciones del estado y frente al pueblo. Su conducta debe inspirarse en un personaje histórico que haya sobresalido por sus dotes y de cuya actitud pueda tomar ejemplo. Considera que todo príncipe debe valorar algún período y personaje de la historia en el cual se apoye para desarrollar su política. Es importante para un príncipe imitar los grandes hombres del pasado aprender de la experiencia trazada. A su vez tiene que poseer unas aptitudes personales que le permitan llevar a cabo su mandato.

Las características personales del príncipe de Maquiavelo deben ser “extraordinarias”, tienen que sobresalir sus cualidades políticas. Los hombres siguen aquellos que parecen llevar alguna “virtud”, generalmente son jóvenes. Si surge un joven con extraordinaria virtud todos los ciudadanos le seguirán y llegará pronto a poseer un poder que incluso puede infundir miedo al Estado, como es el caso de Cosimo de Medici. Intentar desacreditar o ir en contra de esta influencia simplemente produce un mayor apoyo de la población al virtuoso.

El tener virtud será una característica personal altamente destacada. ¿Qué entiende por virtud Maquiavelo? Una combinación de inteligencia, fuerza, valor, astucia. Virtuoso es el comportamiento guerrero; a través de las batallas y de la valentía expresada en ellas se adquiere virtud. Su metáfora de que hay que tener “el corazón armado” expresa el sentimiento de posesión y de afecto hacia la tierra, el vigor y el

ímpetu con que hay que defender las ciudades. Si los hombres tienen poca “virtud” significa que tienen poca decisión, poca inteligencia, poco ímpetu, poco valor. Pusilánime sería, pues, el contrario de la virtud maquiaveliana. Sin embargo, este coraje no debe privarlos a los príncipes de la prudencia ante la acción política. Por último, la virtud de un Príncipe acaba cuando muere y rara vez continúa en su sucesor. Las mujeres están carentes de virtud, forman parte del universo de la fortuna, con su inconstancia y volubilidad están alejadas de la virtud y del valor de los hombres.

Otro atributo del príncipe debe ser la astucia, su capacidad de prever los entresijos de la política, dejar a un lado la nobleza de espíritu si es necesario; procurarse alguna oposición para que al vencerla sobresalga más su persona y su fama. No debe tan solo cultivar su actitud guerrera sino también su actitud civil. Por otro lado, en su concepto de “fortuna” y “astucia afortunada” invoca la importancia de la utilización en su favor de las oportunidades que brinda el contexto, no estar a merced de la fortuna sino aprovecharla en cada ocasión.

Ante todo tiene que tener presente complacer al pueblo para poder estar legitimado por éste. Tiene, a su vez, que ser respetado; por lo tanto, deberá infundir respeto a través del control de las armas, pero sobre todo deberá ser amado por su pueblo. La legitimación se produce con las muestras de afecto, respeto y aceptación de la población hacia el príncipe. Sin el apoyo de la población no puede mantener su liderazgo, pues otro de los elementos que lo sustentan es poseer su propio ejército reclutado entre la población. Además, la manera de hacer cumplir los mandatos es mitad por la fuerza y la coacción, mitad por esta aceptación del liderazgo del príncipe que en ningún caso deberá tener la enemistad del pueblo. Esta relación afectiva que describe Maquiavelo entre pueblo y líder servirá también para poder controlar y dirigir

las multitudes. Así, una forma de controlar la multitud, su furia, es que sea dirigida por un príncipe.

El arte de gobernar pasará por conocer los pormenores necesarios para el control de esta multitud dirigida por el político a través del amor pero también a través del temor o simplemente del respeto hacia él. Una manera de infundir autoridad al príncipe es a través de la utilización de los símbolos externos que transmiten poder y jerarquía. La autoridad se transmite, pues, a través de la simbología de la imagen, por las prendas y los enseres que son símbolo de poder.

A pesar de los cambios en el poder, los distintos liderazgos, se mantiene el ritual, legitimándose el poder a través de la tradición, aunque provenga de la tradición monárquica. Una vez alcanzada esta posición con la palabra se debe dirigir a la multitud y convencerla. Sin embargo, no hay que olvidar que el príncipe no rechaza la utilización de la fuerza y de la coacción si es necesario. Es una sociedad influida por lo bélico donde el príncipe debe dejar vivir en libertad pero también castigar.

Esta multitud puede infundir temor si no está guiada por un líder pero a su vez su propia naturaleza hace que después de un primer momento de efervescencia se desvanezca. Por lo tanto para que una multitud se mantenga unida debe estar dirigida, pues si empieza a reflexionar individualmente sobre las posibles consecuencias de su acción se desintegra. Maquiavelo no demoniza la multitud, cree que ésta puede ser tan vil y tan bondadosa como los príncipes y los reyes. Establece que ésta vea limitada su voluntad por las leyes y las instituciones.

Es consciente que la multitud desenfrenada, llevada por la furia y la sinrazón puede cometer los mismos errores que un hombre llevado por la ira. Acusa a los Príncipes de incluso ser más inconstantes y variables que la multitud. Ensalza la virtud del pueblo: su criterio, su prudencia, su juicio frente a los príncipes que actúan más a

merced de sus pasiones. Se puede hablar a la multitud pero los príncipes sólo responden con la espada. La multitud va a favor del bien común mientras que los príncipes interponen el bien personal. En casos de peligro se encuentra más fidelidad en las repúblicas que en los príncipes.

Vemos que Maquiavelo defiende la figura individual del dirigente político por encima del grupo, como sucedía en Platón y Aristóteles al destacar el gobierno de la aristocracia. Sin embargo, no se limita a engrandecer la figura del dirigente político ya que mantiene un equilibrio entre líder y masas. La actitud de las masas no se limita a ser dirigida sino que tiene su propio criterio y su decisión; mientras que en Platón la relación líder masa se limitaba a un simple seguimiento de las órdenes del líder sin vida propia.

El autor da un sin fin de consejos acerca de como mantener un principado una vez conquistado, y por lo tanto sin ser legitimado por la costumbre de la tradición: extinguir la familia del antiguo príncipe; vigilar los enemigos y los amigos si no han cumplido sus expectativas, mantener la virtud y la prudencia; no dar poder a la Iglesia pues ya tiene la autoridad espiritual.

Maquiavelo no es un gran sanguinario pero es un hombre de su tiempo que defiende la guerra como medio con el que se puede expresar el valor de los hombres, por tanto si se ve forzado a ello puede llegar a matar, por ejemplo, para derrotar la envidia, pero a su vez, se muestra contrario a las crueldades. Exalta la importancia de poseer un buen ejército integrado por ciudadanos. No hay que depender solamente de la fortuna sino basarse en la propia virtud. La virtud se encuentra en la utilización de las armas.

En conclusión, Maquiavelo destaca la importancia del liderazgo en la política, y de la figura de un líder político integrado en una élite intelectual y social y, a su vez,

regulador del Estado. Es un líder con atributos autoritarios y bélicos pero no despiadados ni carentes de talento. Sin duda el Príncipe de maquiavélico encarna el ideal político y social del hombre del Renacimiento.

### **1.3. El carisma político en Thomas Carlyle**

Thomas Carlyle publicó en 1841 su libro titulado *Los Héroes* donde destaca distintos personajes históricos, a los que califica de *héroes* de la historia. Cita desde personajes mitológicos como el dios escandinavo Odín, hasta profetas religiosos como Mahoma o Lutero, pasando por poetas como Dante y Shakespeare, literatos como Rousseau, Burns y políticos como Napoleón y Cromwell. Carlyle magnifica la figura del Héroe, éste se convierte en un don divino de la época. En periodos convulsos la certeza de la humanidad consistirá en saber reconocerlos y dejarlos actuar. Por ejemplo, destaca del budismo su idea de reencarnación, pues se es consciente que en la sociedad reside un Gran Hombre y es necesario descubrirlo.

En su análisis histórico destaca la importancia del líder político para entender los acontecimientos históricos, especialmente su toma de decisiones. Sin la presencia del Héroe y su labor de orden social los acontecimientos históricos serían muy distintos. El mejor documento de los líderes está en su obra, razón por la cual, es importante la historia de las ideas para poder profundizar en un mejor entendimiento de las personalidades y su labor política, literaria o religiosa.

Carlyle nos describe al *Héroe* como un hombre de fe, de convicciones profundas que defiende la verdad, o mejor dicho su verdad, a la vez, es un hombre sincero y valiente. Por otro lado, el autor advierte al lector que debe guardarse de los charlatanes, no se debe caer en el engaño de estos falsos Héroes que embaucan y adulan con las palabras. Considera que el charlatanismo y el engaño abundan en las religiones sobre

todo en etapas avanzadas de su decadencia. El hombre es en todas partes enemigo innato de las mentiras. La oratoria no es tan importante para Carlyle, lo importante es la acción y la misión de cada Héroe. Cada individuo tiene su propia razón; por ese mismo hecho se convierte en Héroe. El Héroe de Carlyle no tiene nada que ver con la astucia y perversidad del príncipe Maquiavélico, ni con el aislamiento del Superhombre de Nietzsche como veremos en otro apartado. El Héroe de Carlyle tiene el don de los profetas aunque sea laico.

Empieza con el paganismo, tomando como punto de referencia la mitología escandinava. Para él, la teoría más aceptable acerca del paganismo es que se trata de una alegoría, una visión poética. La religión pagana es un símbolo de lo que los hombres han sentido y conocido acerca del universo. Sin embargo, lo más necesario es saber qué camino deben tomar. Seguidamente, pasa a analizar a los profetas y a las religiones monoteístas, concretamente, Mahoma. Considera que el tesoro de la humanidad está en el mismo hombre; el *Shekinah* de los judíos es el propio hombre, Dios se revela al hombre, es un hálito del cielo, y establece su lugar en la vida, su propia verdad. No tan sólo describe a los Héroes sino que da mucha importancia al *Culto a los Héroes*. Éste consiste en la admiración trascendente a un Gran Hombre, una forma de fe hacia el gran maestro espiritual. Los Grandes Hombres son admirables y en realidad no hay nada más admirable. El héroe de Carlyle es todo espíritu y moral y lucha contra su fortaleza y su virtud contra vicios y maldades. El culto no es sólo mantenerse sumiso frente a los héroes también se muestran asombrados por su verdad y la divinidad que revelan. Se sentirán obligados a participar de su grandeza y a colaborar con él. A su vez, el autor nos destaca que el Culto al Héroe está cambiando continuamente, es diferente en cada época.

La confianza de Carlyle en los líderes políticos es infinita. Para él, ninguna época podía caer en la ruina si hubiese podido hallar un hombre lo bastante grande, lo bastante inteligente y bueno. Considera que en todas los períodos históricos se hallaran Grandes Hombres y serán los salvadores indispensables de su tiempo.<sup>53</sup> Para él los Héroes son la *roca viva en medio de todos los cataclismos* son la luz *el punto firme en la historia revolucionaria moderna*. Su descripción del Gran Hombre es la siguiente:

*¡En todo momento la imagen de Fuego resplandece sobre él, por todas partes, innegable! -Os ruego que consideréis ésta como la principal definición del Gran Hombre<sup>54</sup>.*

Esta metáfora de fuego hace referencia al magnetismo que algunos autores como Lindholm utilizan para distinguir a los seres carismáticos,<sup>55</sup> asimismo, describe el aura carismática de los grandes hombres y el anhelo que suscita entre los seguidores.<sup>56</sup> Carlyle es consciente de la trascendencia de los Grandes hombres una vez han muerto ya que se amplifica su grandeza pudiendo incluso convertirse en mitos – si bien no todos los mitos han existido -. El héroe pasa a formar parte de la tradición y su importancia es aún mayor para los miembros de esa cultura.

Para Carlyle el carácter más significativo de cada época es el modo en que ha acogido y reconocido la venida del Gran Hombre. Considera que ello es lo más significativo. Además, menciona el concepto de ídolo: éste es inferior al de héroe, pues se trata de un concepto pagano. Hace una definición de ídolo en la que *Eidolon* no es Dios sino símbolo de Dios; hace referencia, por ejemplo, a las imágenes, de lo que se deduce que también hace referencia a los apóstoles y a los santos. Entiende, sin embargo, que todo Culto se hace a través de símbolos, de *eidolas*. Todo culto procede

---

<sup>53</sup> *La Historia del Mundo, ya lo he dicho, ha sido la Biografía de los Grandes Hombres...El culto a los Héroes perdurará mientras el hombre perdure*. CARLYLE, Thomas. *Los Héroes*. Barcelona: Editorial Iberia, 1985 [1841], p. 45.

<sup>54</sup> *Ibid.*, p. 81.

<sup>55</sup> Véase LINDHOLM, Charles. *Carisma*. Barcelona: Gedisa, 1992.

por símbolos, por ídolos. La idolatría es rechazada, incluso odiada, por los Profetas. En tiempos de los profetas ningún espíritu humano se siente poseído de su ídolo o símbolo. Para Carlyle la idolatría más abominable es la Beatería que, curiosamente, está muy relacionado con las mujeres. Carlyle en ningún momento se refiere a las Grandes Mujeres de la historia omite por completo el tema, del papel de las mujeres en la Historia. En resumen, se muestra partícipe de desarrollar la propia personalidad, dejarse de sumisiones, o símbolos religiosos pero sí cultivar y seguir las directrices de los Profetas, los líderes políticos, o los filosóficos de la propia época.

Destaca como grandes hombres al Poeta, al Rey, al Sacerdote, pues los llama toda suerte de héroes. Describe a Mahoma con el calificativo de Héroe-Profeta. En cuanto al Poeta, lo considera una figura heroica que pertenece a todas las épocas. Lo que importa es que el Hombre sea Grande, éste podría haber realizado multitud de facetas si la vida o su empeño se lo hubiesen propuesto. En algunas lenguas antiguas Profeta y Poeta son la misma palabra (“vates”), sobre todo, en virtud de su sinceridad. El Héroe recibe una valoración de Divinidad, como Profeta y después como Poeta. Nos habla de la beatificación de los poetas; éstos son vistos como santos. Por ejemplo, Dante y Shakespeare son dos seres excepcionales. Para Carlyle todos los Grandes Hombres: - los Héroes, los poetas- participan al igual que los profetas o los sacerdotes del mundo de lo sagrado, se ocupan de lo espiritual, entienden y dan sentido a la vida, y su magistralidad les acerca a los dioses. Hay que destacar que Carlyle atribuye la grandeza de los grandes poetas y literatos como Shakespeare por favorecer el vínculo de unión entre toda la Corona, en otras palabras, constituyen una seña de identidad nacional destacable que da sentido a la nación. Considera que los literatos como Fichte y Goethe viven en la “divina idea del mundo”, tienen una visión del divino misterio interior.

---

<sup>56</sup> *Ya he dicho que un Gran Hombre ha sido siempre como un rayo de Cielo; los demás hombres le esperan como si fuesen combustibles, para poder arder también ellos.* CARLYLE, Thomas. **Los Héroes.**



Como ejemplo de los Grandes Hombres cita, también, Lutero el protestantismo con su enfrentamiento al Papa; el Puritanismo Inglés con su rebelión contra las soberanías de la tierra fue su segundo acto y la Revolución Francesa un tercero. El Protestantismo fue una rebelión contra los falsos soberanos. Todo Gran Hombre debe ser sincero, el mérito de la “originalidad” no consiste en la novedad sino en la sinceridad. Plantea que el Protestantismo no se desprende de los héroes sino que crea multitud de ellos. “Héroe significa hombre *sincero*”. Carlyle no distingue nítidamente como lo hará Weber entre héroes y seguidores, por un lado habla como si todos pudiésemos ser héroes con nuestra sinceridad, por bien, que habla de los “Adoradores de los Héroes” del “Culto a los Héroes” y de la necesidad de reconocer en cada época a los Grandes Hombres. Éstos tienen este potencial divino que es necesario cultivar y acoger por parte de las multitudes. El carácter esencial de un Héroe es su sinceridad. El momento más importante de la Historia Moderna, es la Dieta de Worms de 1521, de ello surgirá el Protestantismo, posteriormente el Puritanismo Inglés y después la Revolución Francesa.

Carlyle critica duramente el utilitarismo de Bentham, se muestra creyente y no acepta la negación de la divinidad, para él el utilitarismo de Bentham y su defensa de la Revolución Industrial es una aproximación hacia una nueva “Fe”.

La realeza representa el resumen de todas las diversas figuras de heroísmo. Se le llama *Rex*, regulador, *Roi*, *King* o *Könning* que significa etimológicamente “hombre capaz”. El motivo de las revoluciones o de las explosiones sociales se debe al hecho de haber puesto en el gobierno hombres poco aptos. Se han dado pues Héroes falsos que no han sido capaces de estar a la altura de las circunstancias. El Gran Hombre no deja claro si es hijo del orden o del desorden, en cualquier caso él debe ser portador de orden. Mientras el hombre sea hombre será necesaria la aparición de un Napoleón un

Cromwell para que acabe con todo tipo de sanculotismo. El Héroe y el Culto al Héroe surgen en épocas como la Revolución Francesa que no parecen, en principio, favorables, pero a pesar de ello los Grandes Hombres surgen y son reconocidos por las multitudes, y deben inspirar amor fraternal. No solamente es necesario el Héroe sino que además es preciso que el mundo esté preparado para recibirlo. El Héroe es un don divino para Carlyle. El charlatán encarna el mundo insincero de los embaucadores o encantadores de serpientes. La inteligencia de los Grandes Hombres no consiste en sus discursos, la elocuencia, “sino en ver bien y averiguar”, su virtud consiste no en la oratoria sino en su la capacidad, el valor y el talento para ejecutar las decisiones necesarias, lo que los alemanes llaman *Taugen*<sup>57</sup>. Con todo, considera que Cromwell realizó en el Parlamento inglés unos discursos elocuentes y supo imponerse con “su voz ruda y apasionada”

Un error es creer que los Grandes Hombres lo tenían todo planificado, en la vida las cosas suceden pero no se tiene una certeza de ello. Por otro lado, no son ambiciosos sólo lo son los míseros hombres pequeños. Considera por lo tanto que estos hombres no querían las aclamaciones de las multitudes, sino que querían que les dejaran solos. Es una imagen similar a la del Superhombre de Nietzsche. Cromwell fue sincero al principio pero luego se convirtió en un hipócrita. Ésta es la teoría de Hume, la del Fanático-Hipócrita. Según Carlyle, Cromwell no era inmaculado ya que había recorrido un tosco camino, sufriendo alguna caída en su empeño pero no considera que fuese un hipócrita. De Napoleón dice que fue sincero y tuvo cierto sentido instintivo para la realidad. Sucintamente, el valor de los Héroes reside en su bondad, en la búsqueda de la verdad, su sinceridad y su sabiduría.

---

<sup>57</sup> Ibid., p. 271.

### 1.3.1. Evaluación

Carlyle destaca la importancia de la religión como guía para un liderazgo correcto; es importante seguir la propia verdad y esta la legitima la creencia en una religión o en un paganismo. No cree en la superación de la idolatría, ni es consciente de hasta dónde puede llegar el seguir ciegamente los mandatos de un líder. Sin duda los fascismos, la figura de Hitler con el Holocausto y la influencia del marxismo ha provocado un rechazo intelectual *a posteriori* de la segunda mitad de siglo XX a todo lo que significaba culto a la personalidad y revalorización del liderazgo, asimismo, la importancia del líder en la casualidad social. La historiografía ha estado preocupada por plasmar todos los sectores sociales en el análisis histórico, para la elaboración de una “historia total” que ha dejado un tanto en un segundo plano las élites.<sup>58</sup>

Sin embargo, las democracias occidentales a partir de los años sesenta han hecho resurgir con las campañas electorales (spots televisivos, debates, carteles, mítines, líderes de opinión etc.) nuevas formas de culto al candidato. Hay que destacar que el liderazgo político democrático ve delimitados sus poderes por los sistemas constitucionales y también, por una mayor racionalización y trabajo en equipo en muchas de las políticas a adoptar. El Dios moderno más que el Héroe o el político es la propia democracia.

Carlyle dirá que a pesar de las épocas convulsas el Héroe surge y es reconocido por multitudes, su nacimiento es casi un don divino, no establece un racionamiento

---

<sup>58</sup> La historiografía del s. XX se ha caracterizado por el desarrollo de la historiografía marxista con su intento por reflejar a todos los grupos sociales. Asimismo, la aparición de la escuela de los *Annales* en el período de entre guerras con las figuras de Lucien Le Febvre y Marc Bloch introdujo los primeros intentos para conseguir de forma consciente la “historia total”. La historiografía marxista además de su énfasis en la historia económica desarrolló en la segunda mitad del siglo la historia social donde destaca Pierre Vilar preocupado en la realización, ya no teórica, sino práctica de la “historia total”. La mayor renovación de la historiografía europea la realizó el marxismo inglés con figuras como Edward Palmer Thompson al interpretar el materialismo histórico como la consecución de la “historia total” que reuniría

racional, ni una causalidad histórica o social acerca del surgimiento del Héroe sino estos existen y hay que reconocerlos, aspecto fundamental para los hombres con quien hay que confiar. Precisamente, en la modernidad avanzada, la imagen se convierte en un elemento que otorga esa confianza en el líder. Se cree que a través de la imagen mediática se puede conocer al líder, se deposita la confianza en él. De igual forma, la elocuencia será necesaria, a pesar que Carlyle la sitúa en un segundo término, hoy por hoy, para triunfar en el sistema de política mercantilista que nos encontramos, no solo es necesario el valor y talento sino también convencer, argumentar, en definitiva, seducir y ser un buen comunicador.

El Héroe de Carlyle es muy distinto al Superhombre de Nietzsche que analizaré en el siguiente apartado. Mientras Carlyle destaca ya de por sí el nombre de Héroe, otorgándole cierta santidad al personaje, defendiendo la veracidad y sinceridad de sus palabras. Recordemos que Carlyle distingue a los Héroes de los meros *charlatanes* y advierte de la falsedad de estos últimos. En cambio, el Superhombre de Nietzsche no es todo bondad, debe mentir, aislarse y desatar su astucia. Por otra parte, del mismo modo que Nietzsche critica el idealismo de Rousseau, Carlyle lo destaca como héroe literario. Contrariamente a Nietzsche, Carlyle se muestra más partidario del idealismo platónico al destacar la búsqueda de las ideas divinas que nos son descubiertas por los grandes personajes históricos y nos advierte al igual que Platón de los “falsos héroes”.

Los héroes luchan contra la mentira y la hipocresía, contra charlatanes exploradores manipuladores de la verdad y que se encuentran lejos de la sinceridad. La fe es para él lo más importante. El hombre de fe no se equivoca nunca lo que se vaciará de contenido con el tiempo son los símbolos externos, los mitos, las palabras, los gestos. Hay una perennidad de la verdad expresada por los héroes, Mahoma, Odín, Dante,

---

todas las demás historias sectoriales. Véase PAGÈS, Pelai. *Introducción a la Historia*. Barcelona: Barcanova, 1983. (Temas Universitarios).

Lutero. Asimismo, podemos hablar de la perennidad del carisma, si bien se difumina o se amplía en función de los acontecimientos y de la difusión de los líderes. Si por este lado, estamos de acuerdo en el componente eterno de los personajes históricos, por otro lado, criticamos su visión del liderazgo tan personificada en un solo líder, sin duda es sobre algunos aspectos que el líder puede desarrollar su liderazgo con la consecuente toma de decisiones.

En las democracias modernas los líderes políticos manifiestan la necesidad de la consulta con el equipo de gobierno y los asesores para la toma de decisiones en ciertas materias, lo que hace menos autoritarios algunos liderazgos, si bien, se fortalecen las propias ideas y la toma de decisiones en otras políticas.<sup>59</sup> Por otra parte, la labor del líder político es siempre susceptible de crítica a pesar que uno siga su propio razonamiento o intuición política esta puede ser favorable o errónea. No podemos por el mero hecho de considerar divinos sus principios considerar favorables sus decisiones, sin analizar las consecuencias.

Carlyle deposita un exceso de confianza en los líderes políticos y en la humanidad en general, sin ser consciente de la formación o la capacitación, la bondad y la ética de que cree están impregnados los Grandes Hombres no es del todo real. Hay más corrupción de la que menciona y errores a veces por imponer los propios juicios y no ser capaz de escuchar a los colaboradores. La grandeza del líder político también consiste en tener en cuenta el mayor número de opiniones expertas y después decidir.

Respecto al análisis del liderazgo, hay un matiz importante: el sacerdote, tal como lo concibe Carlyle, es una especie de profeta. Difiere, pues, del sacerdote weberiano quien es concebido como el garante de mantener y reproducir la doctrina. Carlyle es consciente que el sacerdote tiene un rol distinto ya que intenta establecer

---

<sup>59</sup> Véase la entrevista a Garret Fitzgerald en: STERN, Geoffrey. *Leaders and Leadership*. Oxford: London School of Economics, 1993, p. 85.

vínculos con la Santidad Invisible, mientras el profeta es el Rey espiritual secundado por muchos capitanes pero no llega a establecer una clara diferencia, son personajes distintos pero la dificultad por dilucidar la naturaleza inefable del carisma hace que no sea hasta Weber quien distinga estos dos roles y sitúe la labor del sacerdote en una forma de reproducir y de rutinizar el carisma.

A mi juicio, creo impotente destacar la idea de la originalidad del líder político efectuada por Carlyle. La singularidad política de cada individuo nos lleva a la idea de destacar sus características personales con relación a la política y a entender una dimensión del carisma. Destaca períodos de cambio social como el Protestantismo, el Puritanismo inglés o la Revolución Francesa por estar gobernados por líderes destacados como Lutero, Cromwell o Napoleón, sin embargo no insiste que se trate de períodos de cambio y crisis social, resalta el protagonismo de los grandes héroes por su toma de decisiones y por la necesidad de los individuos frente al desconcierto de confiar en aquel líder político que se muestre seguro ante las circunstancias. Su toma de decisiones se convertirá en trascendente para la población, sobre todo en períodos de guerra. Por ejemplo, en épocas de fuerte convulsión social un líder con talante democrático puede ayudar en el proceso de transición democrática y consolidación de la misma.<sup>60</sup> Pero ello no puede llevarnos a elaborar una argumentación a la inversa en la que consideremos que la falta de un líder político legitimado es causa de convulsiones sociales. Ésta parece ser la idea de Carlyle. Por otra parte, es cierto que Carlyle reconoce la importancia del líder político en momentos de descontrol social, como elemento que dirige las multitudes y genera orden social, su falta de reconocimiento del fenómeno carismático hace que muestre una cierta perplejidad ante la paradoja del fenómeno y le atribuya más un orden divino que social. El líder carismático tiene un

gran potencial revolucionario pero a su vez su grandeza reside en su capacidad de estabilizar la política y la sociedad, pues consigue apaciguar a las masas desenfrenadas.

Carlyle no tiene en cuenta todo el potencial revolucionario y de cambio social del carisma sino su capacidad de orden social, los grandes Héroes son aquellos que proporciona el propio sistema, que forman parte del pensamiento y de la cultura oficial. De alguna manera Carlyle nos dice que cada hombre tiene el destino que se merece, y la solución al caos social se centra en la capacidad de reconocer los Grandes Hombres, sinceros, portadores de la verdad, y no dejarse embaucar y engañar por charlatanes u otro tipo de tiranuelos.<sup>61</sup> La culpa de las revoluciones se debe a la incapacidad de los gobernantes, no a la insostenibilidad de las desigualdades sociales. Se limita a citar los líderes revolucionarios que han triunfado en su intento histórico, como diría Weber que han podido rutinizar el carisma.

En su análisis histórico reduce la lógica de los acontecimientos a la actuación del líder político si bien lo que hace es focalizar la importancia en el líder político y sus seguidores más cercanos en la causalidad de los acontecimientos. Estamos de acuerdo con su idea de que el “Culto a los Héroes” no muere nunca, en el sentido de la perennidad del carisma pero se manifiesta de distintas formas según las épocas y las coyunturas políticas, económicas y sociales. Carlyle tiene en cuenta esta transformación con el paso del tiempo y según el momento histórico de las personalidades políticas, literarias o filosóficas.

Su visión del Héroe o del Líder político se decanta hacia una visión de bondad y de santidad en el líder, este Héroe decimonónico no busca su fortuna se la encuentra, no destaca su astucia política sino su grandeza, su capacidad, que nos lleva a entenderlo

---

<sup>60</sup> Véase Gunther para el concepto de “consolidación de la democracia”. GUNTHER, Richard. *The Politics of Democratic Consolidation. Southern Europe in Comparative Perspective*. Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press, 1995.

como un don innato. La imagen de *fuego*, o el término magnetismo, que utilizan otros autores para describir el carisma político, a mi juicio, no es una terminología clarificadora, ni suficiente para abordar el fenómeno carismático. Es un concepto cargado de subjetividad, por un lado, se puede tener carisma sin percibir esa estrella interior, y por otro no es suficiente para llegar a triunfar profesionalmente.

Carlyle no llega a utilizar el término carisma pero intenta, como podemos apreciar, a lo largo de su obra delimitar las características del líder carismático y las relaciones carismáticas entre líder y seguidores. El aura especial, la personalidad del líder político, es algo inefable y Carlyle lo intenta abordar en su análisis sin lograr atribuirle un nombre propio, a esa excepcionalidad que aprecia en los Héroes.

#### 1.4. Nietzsche

A través de la obra de Nietzsche no he encontrado una definición explícita del término carisma pero si una preocupación manifiesta por la idea de aquellos individuos que se les considera en un plano superior de la sociedad, ya sean, santos, mitos o profetas. Nietzsche, en su obra *Así habló Zaratustra*, intenta establecer las condiciones de lo extraordinario, lo santo, lo inefable en las personas; además de exponer, sin utilizar el concepto, las características que deben poseer los líderes carismáticos a través de su construcción del personaje del superhombre. Las características personales del superhombre son a las que debe tender la humanidad, si bien, este superhombre no podrá ser alcanzado por todo el mundo.<sup>62</sup> Su posicionamiento

---

<sup>61</sup> Esta crítica también la encontramos en Platón. Véase PLATÓN. *Carta VII*. Madrid: Espasa, 1999. (Colección Austral, 164).

<sup>62</sup> Nietzsche manifiesta abiertamente su rechazo a los movimientos de masa, a los ideales sociales del anarquismo y el socialismo, considera a la mayoría de la población la chusma; la cultura debe encontrarse en los elementos aristocráticos. NIETZSCHE, Friedrich. *El Anticristo*. Madrid: Edimat Libros, 1999. (Clásicos Selección).



es situar al nuevo profeta al margen del cristianismo, no tanto de la religión como de la moral cristiana, tanto la de católicos como la de luteranos. Esta aversión a lo católico queda claramente de manifiesto en su relato de *El Anticristo*,<sup>63</sup> donde critica la figura de Jesucristo y la difusión de su doctrina.

La crítica de Nietzsche se remonta hasta los clásicos y a toda forma posible de idealismo; así a pesar de su admiración por la cultura clásica,<sup>64</sup> y en cierta manera su obra más popular –*Así habló Zaratustra*– nos recuerda a *La República* de Platón y en algunos capítulos, los diálogos del mismo autor, Nietzsche se muestra contrario a cualquier forma de idealismo, está en contra del pensamiento de Sócrates y de Platón y de cualquier forma de “edulcorar” la existencia. Se siente próximo a Tucídides y a Maquiavelo por no dejarse embaucar y ver la razón en la realidad.<sup>65</sup> Al mismo tiempo, se muestra abiertamente contrario a Rousseau, sobre todo, por su moral. La “doctrina de los iguales” para Nietzsche no se puede igualar a los desiguales; para él las ideas de Rousseau son una de las causas de la sanguinaria Revolución Francesa. Nietzsche define el siglo XIX como un siglo en decadencia.

El sentido último de la cultura es un Dios artista. El artista articula la incompreensión interior, en él reside la mentira, la primera impresión de lo cambiante, el valor moral aquí es el verdadero porque está en estado naciente. Es en el propio individuo en sus propios parámetros donde Nietzsche busca la superación de la moral, para él la moral es una interpretación equivocada de los hechos. Sin embargo, no nos habla de cualquier hombre, nos habla de los filósofos y de su “gran hombre”, quien es un superhombre construido con la fuerza de la voluntad y de la razón, en su camino hacia la búsqueda de la verdad. El superhombre equivaldría al héroe pero despojándolo

---

<sup>63</sup> NIETZSCHE, Friedrich. *El Anticristo*. Madrid: Edimat Libros, 1999. (Clásicos Selección).

<sup>64</sup> Nietzsche considera, por ejemplo, que los clásicos superaron la tragedia, aspecto que lo demuestra la teatralización de la misma.

<sup>65</sup> NIETZSCHE, Friedrich. *Crepúsculo de los ídolos*. Madrid: Alianza Editorial, 1975, p. 131.

de su carácter romántico.<sup>66</sup> En su descripción de los momentos en que irrumpen estas figuras en la historia describe una época de cambios, un período en que se ha estado gestando un cambio. Éste se ha estado reprimiendo hasta que la tensión es demasiado fuerte y surge un genio. Considera que los grandes hombres son necesarios a pesar que aparezcan en un momento donde la defensa de sus principios sea opuesta a la mayoría como es el caso de Napoleón, este ejemplo le sirve para demostrar el retorno de valores e ideales, en este caso el de valores absolutistas, establece una continuidad histórica, estos valores se hacen fuertes porque son antiguos.

El gran hombre que precede un periodo de agotamiento de una época es el final de una época y el inicio de un nuevo periodo. El genio es un derrochador, lidera una presión de fuerzas que se desbordan. A esto lo llama “holocausto”; se alaba el “heroísmo” del gran hombre su entrega a una idea a un ideal. El gran hombre se desborda, se gasta como un río no se puede contener.<sup>67</sup> Como se debe mucho a tales explosiones se les atribuye una “moral superior”. Nietzsche afirmará que todo genio tiene que pasar una fase revolucionaria de sentimiento de odio, de venganza y rebelión dice, como ejemplo nos cita la conjuración de Catilina (aunque hace referencia a “la existencia catilinaria” término acuñado por Bismarck),<sup>68</sup> y añadirá que es la forma de preexistencia de todo César. Nietzsche expone, por ejemplo, la necesidad de disciplinar el cuerpo, los ademanes para producir belleza, no dejarse ir y vivir con hombres que no se dejen ir. Así, en dos o tres generaciones ya puede estar interiorizado este comportamiento más educado.

---

<sup>66</sup> VALLS, Ramón. “Nietzsche”. En: BERMUDO, J.M<sup>a</sup>. *Los filósofos y sus filosofías*. Barcelona: Vicens Vives, 1983, vol. 3, p. 96.

<sup>67</sup> NIETZSCHE, Friedrich. *Crepúsculo de los ídolos*. Madrid: Alianza Editorial, 1975, p. 121.

<sup>68</sup> Bismarck utilizó este término a 30 de septiembre de 1862 y dijo las siguientes palabras: “Hay en el país toda una muchedumbre de *existencias* catilinas que tienen un gran interés en hacer revoluciones.” *Ibid.*, p. 168.

Estrechamente relacionado con la idea de los grandes hombres encontramos el concepto del superhombre, aspecto sobre todo desarrollado a través de la voz del profeta persa Zarathustra. Sin embargo, Nietzsche afirma que no pretende crear ídolos sino filósofos, “prefiere ser sátiro antes que santo”. La filosofía para él es vivir en las alturas, en las montañas dirá Nietzsche, es la búsqueda de todo lo problemático y extraño en el vivir. Lanzarse hacia lo prohibido es un camino hacia la verdad, pues lo que se ha prohibido siempre ha sido verdadero. Considera que Zarathustra es el libro más profundo nacido de la “riqueza íntima de la verdad”.<sup>69</sup> Una de sus preocupaciones es pues encontrar la verdad, acotar la razón. La palabra superhombre es un hombre óptimo en contraste con los hombres modernos, con los hombres “buenos” con los cristianos. Zarathustra ha sido entendido como un hombre “idealista” mitad santo, mitad genio, lejos pero de la concepción del héroe de Carlyle a quien siempre critica Nietzsche.<sup>70</sup>

La auténtica demostración de Zarathustra es superar la tentación de los bajos instintos, a los que Nietzsche llama los sentimientos de compasión, para poder permanecer fiel a la propia tarea o los propios objetivos y no mezclarlos de estos impulsos. Hay que evitar el azar, uno debe endurecerse y evitar el estímulo venido de fuera. Describe la siguiente imagen metafórica: “emparedarse dentro de sí forma parte de las primeras corduras instintivas del embarazo espiritual” a fin de disponer de soledad necesaria para poder crear. Nietzsche siempre mantiene la importancia de la autodisciplina, del sacrificio, de no sucumbir a las tentaciones, y mantenerse firme a los objetivos. Nos dice que uno a lo largo del día se encuentra con diez momentos en los que puede sucumbir y por lo tanto es necesario que los supere. El superhombre tiene un placer mayor si no se deja llevar por el azar, si se endurece. Nietzsche propugna un endurecimiento del individuo, de su *ego*; debe tomarse la vida con valentía y propugnar

---

<sup>69</sup> NIETZSCHE, Friedrich. *Ecce Homo*. Barcelona: Alianza Editorial, 1979.

<sup>70</sup> *Ibid.*, p. 57.

las propias ideas. Está en contra de la duda y de la vacilación; en la felicidad hay que seguir una línea recta, una meta. Lo bueno en el hombre es lo que eleva su voluntad de poder. Lo malo es todo aquello que hunde sus raíces en la debilidad. La felicidad es superar algo que nos provoca resistencia, la guerra la *virtù* en el sentido Renacentista, “la virtud sin moralina”.<sup>71</sup>

Como hemos dicho anteriormente, se muestra contrario a cualquier tipo de idealismo, a cualquier tipo de sentimiento sublime hacia lo bello, pues lo considera propio de mujeres (más adelante hablaremos de su visión de la mujer). Otro aspecto que expone es el de librar el alma de resentimientos como aspecto imprescindible para hallar la felicidad. Paradójicamente, se muestra contrario a la moral, y está en contra de la represión de los instintos por mandato religioso, por ello deducimos que para Nietzsche la moral no es el camino adecuado para hallar la verdad, el mundo inteligible.

Retomando su descripción de Zarathustra, Nietzsche lo define como el hombre superior, capaz de contradecir todos los opuestos, como el Sócrates de los diálogos de Platón. Con Zarathustra se ha llegado a la verdad, a las alturas; se establece un conocimiento superior que va más allá de cualquier oposición, por lo tanto, está cercano a lo divino, aunque Nietzsche no lo reconozca explícitamente. Antes de Zarathustra no había un conocimiento verdadero, de ahí el concepto de superhombre pues está por encima de cualquier otra idea que hayan podido tener los hombres. Zarathustra es quien ha llegado más lejos en su pensamiento, se ha acercado a todos los abismos posibles, no se opone al existir ni al eterno retorno- concepto al que nos referiremos más adelante-. Zarathustra está condenado a no amar por una superabundancia de saber y de poder.<sup>72</sup>

El hombre superior de Nietzsche puede aparecer desde cualquier cultura; esto nos explica la manipulación de sus ideas, su utilización por los nazis con la finalidad de

---

<sup>71</sup> NIETZSCHE, Friedrich. *El Anticristo*. Madrid: Edimat libros, 1999, p. 30.

perpetuar un único hombre superior, el propio. Las personalidades excepcionales constituyen un *tipo superior* de hecho, pueden surgir con la mayor naturalidad; es un don que recae sobre algunas generaciones o grupos. Nietzsche, sin lugar a dudas, está pensando en el fenómeno del carisma cuyo análisis desarrollará posteriormente Weber.<sup>73</sup> Habla, como apuntábamos más arriba, de *higher and lower men* (Un hombre elevado y un hombre inferior) y para él un solo individuo puede bajo ciertas circunstancias justificar la existencia de todo el milenio, lo que en Carlyle definíamos como un Gran Hombre. El objetivo para Nietzsche no es la Humanidad, sino el superhombre: *Not “mankind” but “overman” is the goal!* (El objetivo no es la humanidad sino el superhombre).<sup>74</sup> Hay que destacar un elemento que relaciona a Nietzsche con el Nazismo es que mira con desprecio los enfermos, aquellos que necesitan de las recetas médicas para seguir viviendo. Sin saberlo, Nietzsche se convierte en un buen ideario para la práctica de la eutanasia por Hitler.<sup>75</sup>

El Superhombre miente más que dice la verdad. Hay una soledad en él que lo hace inaccesible tanto para alabarlo como para culparlo. Llegar a ser un “Gran hombre” ha costado mucho; se han hecho sacrificios y se ha sufrido por ellos. Pero si uno considera su familia historia, uno descubre el capital acumulado de fuerza de toda clase de renunciadas, de luchas, de trabajo. Es por eso que el Gran Hombre ha costado mucho en crearse y no aparece como un milagro, o un don del cielo, o de la suerte, por esos

---

<sup>72</sup> Nos describe la sabiduría como a su amada. NIETZSCHE, Friedrich. *Así habló Zaratustra*. Madrid: Libsa, 2000, p. 103.

<sup>73</sup> *Por el contrario, se puede observar que, en puntos muy distintos de la tierra y surgiendo del seno de las más diferentes culturas, aparecen continuamente casos excepcionales. Tales casos construyen un tipo superior que de hecho se presenta a sí mismo sin más; que, respecto al conjunto de la humanidad, es una especie de superhombre. Esos casos afortunados extraordinariamente logrados han sido siempre posibles, y tal vez continúen siéndolo siempre. En excepcionales circunstancias, esa buena suerte, puede afectar a generaciones, a estirpes, a pueblos enteros.* NIETZSCHE, Friedrich. *El Anticristo*. Edimat libros: Madrid, 1999, p. 31-32.

<sup>74</sup> NIETZSCHE, Friedrich. *The Will to power*. New York: Vintage Books Edition, 1968, p. 510.

<sup>75</sup> No podemos dejar de olvidar que el programa de exterminio de las cámaras de gas de la zona oriental de Europa nació a consecuencia del programa de eutanasia de Hitler. ARENDT, Hannah. *Eichmann en Jerusalén*. Barcelona: Lumen, 1999.

motivos no se ha convertido en grande. La idea de herencia es un mal concepto, la “herencia “es un falso concepto, uno ha pagado el precio de lo que es.”<sup>76</sup>

Nos habla del mártir, el santo, el loco y el encantador como individuos que reciben un trato especial, tienen seguidores y fascinan. Al final de su relato Zarathustra mantiene un diálogo con personajes peculiares, con los que parece ponerse a prueba y demostrarnos sus dotes de profeta, su tenacidad en el camino hacia la verdad. A las mujeres, también, las trata con desdén, las describe como la mitad de la humanidad, son típicamente débiles, enfermizas, variables, inconstantes. Necesitan una religión para la debilidad, glorifican ser débiles, amorosas y son humilladas como divinas, hacen fuerte lo débil. Las mujeres han conspirado siempre con los tipos de decadencia. Las mujeres llevan a los niños al culto de la piedad y el amor, la madre representa altruismo. Su descripción de las mujeres y el tono como habla al respecto no está exenta de una cierta misoginia. ¿Cuál es el papel que Nietzsche reservaba para las mujeres? No parece mostrarles mucho respeto,<sup>77</sup> un ejemplo lo tenemos en la siguiente frase: *El hombre ha de ser educado para la guerra, y la mujer, para el solaz del guerrero: todo lo demás es tontería.*<sup>78</sup> Considera que la mujer es vengativa, esto se debe a su debilidad, como lo es su sensibilidad por la indigencia humana. La mujer necesita hijos y el hombre solamente es un medio para conseguirlos, y añade que la emancipación de la mujer, representa la mujer mal constituida. Todas sus afirmaciones referentes a las mujeres están teñidas, pues, de misoginia, y parten de la concepción de considerar a la mujer inferior frente al hombre.

---

<sup>76</sup> NIETZSCHE, Friedrich. *The Will to power*. New York: Vintage Books Edition, 1968, pp. 507-508. Es una obra fundamental de Nietzsche. Todos sus pensamientos están escritos en este libro. Es un libro póstumo, esta compuesto después de la muerte de Nietzsche donde figuran sus notas sobre su proyecto, por eso suele ser más telegráfico. Aspecto que dificulta su comprensión. Nietzsche amaba la brevedad y es muy fácil perder el significado de lo que nos quería decir.

<sup>77</sup> Crítica a Georg Sand y su estilo afectado rusioniano, de hecho critica su condición femenina. Más adelante habla de la mujer literata demasiado preocupada por el saber, por los libros que deja a un lado los instintos. NIETZSCHE, Friedrich. *Crepúsculo de los ídolos*. Madrid: Alianza Editorial, 1975.

<sup>78</sup> NIETZSCHE, Friedrich. *Así habló Zarathustra*. Libsa: Madrid, 2000.

En su libro *Así habló Zarathustra* se puede dividir en cuatro grandes temas: el superhombre, la muerte de Dios, la voluntad de poder y el eterno retorna.<sup>79</sup> El eterno retorno es un tema recurrente en sus escritos. Esta idea es una sensación de madurez de Nietzsche en la que pretende resaltar el sentido cíclico de la vida, el regreso del pasado de forma simbólica a la realidad cotidiana.

Otro tema que queremos destacar es su idea de libertad, cercana a su idea de superhombre, “significa volverse más indiferente a la fatiga, a la dureza, a la privación, incluso a la vida”. En su concepto de libertad considera que la guerra educa a la libertad, pues se está dispuesto a sacrificar hombres a sacrificarse uno mismo. La muerte sería el fin en un camino hacia la libertad. El sacrificio no es entendido como una traba a la libertad, o mejor dicho, a la voluntad sino que libera al hombre de sus bajos instintos o pasiones. Nietzsche intenta que el individuo sea libre que actúe por su propia decisión o voluntad si bien siempre será necesaria la disciplina, el auto control, para poder llegar a una mayor perfección, conseguir éxito y poder llegar a la verdad.<sup>80</sup>

En cuanto a las cualidades que dan virtud santidad en los hombres se pregunta si estas cualidades residen en los hombres o en las ventajas que comporta. Los atributos que menciona como garantes de la virtud son: Integridad, dignidad, sentido del deber, justicia, humanidad, honestidad, rectitud, buena consciencia. Su pregunta, si se aplican estos valores debido a consecuencias positivas de la conducta del propio individuo, o si bien tienen valor por ellas mismas. Entonces cuestiona si esa valoración de lo bueno significa que solo hay que procurar un tipo de conductas y, por lo tanto, hacer desaparecer las otras. Esto me lleva a reflexionar que Nietzsche valora la búsqueda de la propia moral, de la propia razón. Afirma que cuando se tiene una única voluntad es

---

<sup>79</sup> Para más información véase el prólogo de José M<sup>a</sup> Valverde en la edición de Editorial Planeta de *Así hablo Zarathustra*.

<sup>80</sup> NIETZSCHE, Friedrich. *Crepúsculo de los ídolos*. Madrid: Alianza Editorial, 1975, pp. 114 y132.

cuando asistimos a la propia virtud. El médico debe primero cuidarse a sí mismo y así curará a un enfermo. El pensamiento de Nietzsche en la voz de Zarathustra dice así:

*Me hallasteis cuando aún no os habíais encontrado a vosotros mismos. Ahora os ordeno que me perdáis a mí y os encontréis a vosotros; y solamente cuando hayáis renunciado todo de mí, solamente entonces volveré entre vosotros*<sup>81</sup>.

El hombre ha puesto su valoración de la vida en crear un tipo de vida estándar. Algunos hombres tratan las condiciones como condiciones que deben ser impuestas como leyes, “la verdad”, “el bien”, “la perfección”. Traduce el “buen hombre”, quien no quiere ponerse el mismo como objetivo, es desinteresado. Todo lo persuade a la prudencia, su experiencia, su vanidad, e incluso la fe es una forma de desinterés. Los ideales populares son: el buen hombre, el hombre desinteresado, el santo, el sabio o sensato y el hombre justo.<sup>82</sup> El hombre débil y enfermo tiene más empatía con los demás, es “más humano”.

Para él son de gran importancia las formas, el respeto, el defender ciertos valores elitistas propios de la aristocracia a los que se debe tender en el camino hacia la verdad y la perfección. Por un lado, afirma que sólo hay nobleza de nacimiento, nobleza de sangre, *There is only nobility of birth, only nobility of blood*, pero, por otro lado, no habla de los nobles de rango sino de *los aristócratas de espíritu*, afirma que es posible el aprendizaje de las formas después del rigor durante dos o tres generaciones. Debe haber algo que ennoblezca el espíritu: la sangre. Cree en el placer en las formas, para él la educación es una de las grandes virtudes.

En su obra encontramos su preocupación por la figura del sacerdote. Éste es el que consigue la perpetuación del cristianismo a través de sus homilías. Nietzsche habla bastante sobre los sacerdotes en varios de sus libros (*Así habló Zarathustra* y en el

---

<sup>81</sup> NIETZSCHE, Friedrich. *Así habló Zarathustra*. Madrid: Libsa, 2000, pp. 118-119.

<sup>82</sup> NIETZSCHE, Friedrich. *El Anticristo*. Madrid: Edimat libros, 1999, pp. 191-196.



*Anticristo*). Los critica porque los considera unos manipuladores del pensamiento de las masas, no permiten que haya otras ópticas imponen su moral, en definitiva critica la influencia del carisma de cargo, en otras palabras, la influencia que el sacerdote ejerce sobre sus fieles.

Considera que no hay nada más hondo y más destructor que los deberes y los sacrificios impersonales dirigidos a un Dios. Considera que el Dios bondadoso, el que proclama la sumisión, el conformismo, la paz interior, es un Dios moralizador; otra posibilidad es el Dios que tiene voluntad de poder ese es el Dios del pueblo. Para Nietzsche tanto el Dios bueno como el diablo son producto de la decadencia. El Dios cristiano es uno de los dioses más degradados del mundo. Otra religión similar en este sentido es el budismo, pero ésta es mucho más realista que la religión cristiana, no habla de una lucha contra el pecado sino de una lucha contra el dolor, por lo tanto se sitúa *más allá del bien y del mal*. La idea de *más allá del bien y del mal* comporta la superación de la moral cristiana, la superación del hombre pecador, de lo que está bien y de lo que está mal. Para Buda el egoísmo se convierte en deber. En el cristianismo, la verdad y la creencia en la verdad son dos cosas distintas, ya que no necesariamente porque se crea que es verdad lo es.<sup>83</sup>

Nietzsche se muestra pues totalmente contrario a la casta sacerdotal. Para Nietzsche las convicciones son mantenerse firme a una idea, en cambio, la debilidad necesita la fe, necesita ser incondicional en sus afirmaciones y negaciones, necesita sustentar una teoría como la de Carlyle. El creyente es, por lo tanto, forzosamente un hombre dependiente, la fe es su apoyo, su convicción, no es imparcial, toma partido en la senda de su convicción esto hace que sea una visión rígida. Acaba concluyendo afirmando que *la “fe” es la antítesis de la verdad y el hombre de convicciones el*

---

<sup>83</sup> “El amor es el estado en que el hombre se encuentra más propenso a ver las cosas como *no son*”. NIETZSCHE, Friedrich. *El Anticristo*. Madrid: Edimat libros, 1999, p. 54.

“antagonista” *del hombre veraz*.<sup>84</sup> Como ejemplo relevante de sus palabras cita a los sacerdotes porque ellos nunca afirman que la verdad sea la suya propia sino que todo camino a seguir es fruto de la *voluntad de Dios, revelación de Dios*, de las escrituras. Estos argumentos son formas de acceder, conservar y perpetuar el poder por parte de los sacerdotes ya que quedan refrendados ante sus decisiones.

Considera que el anarquista y el cristiano son de la misma clase. En el fondo está haciendo hincapié a su crítica de los ideales, incluso afirma que a quien odia más es a la “chusma socialista”.<sup>85</sup> Más que la religión, es el cristianismo al que critica frontalmente, junto con las ideologías populares emergentes del siglo XIX, el socialismo y el anarquismo. Destaca el Renacimiento, mitifica la Europa del Renacimiento,<sup>86</sup> porque hizo triunfar los valores contrarios al cristianismo, los valores aristocráticos, todo tipo de valores que podrían ser considerados amorales o faltos de valores éticos.

Observa el cristianismo como un elemento que niega la Iglesia, es una invención contra la verdad sacerdotal. Respecto a su preocupación por el líder carismático, manifiesta su preocupación por el “redentor”. Para él Jesús no es ni un genio ni un héroe, el Evangelio está alejado del concepto de héroe, de toda forma de lucha. Considera que el tipo de redentor que se ha transmitido es una forma muy desfigurada. Define al redentor como una mezcla de “sublimidad, enfermedad e infantilismo”. Para Nietzsche, Jesucristo fue, sobre todo, un gran simbolista que creía que las verdades

---

<sup>84</sup> Ibid., p. 106.

<sup>85</sup> Ibid., p. 114.

<sup>86</sup> Burke afirma la mitificación del período del Renacimiento cuando, en realidad, los hombres eran bastante medievales. Incluso el libro de Maquiavelo pertenece a un género medieval el llamado libro de “espejo” o libros de aviso para gobernantes. El autor define el Renacimiento como una época en la que acaeció un cúmulo de cambios. Uno de sus rasgos distintivos era el de revivir otra cultura, la antigüedad clásica. Los historiadores del s. XIX, como Burkhardt solían presentar a los humanistas del Renacimiento como paganos, y cristianos en apariencias, sin embargo, la tendencia actual es al contrario. Hay que destacar que hubo al parecer un cierto proceso “civilizatorio” destacado por Norbert Elias, especialmente en las costumbres higiénicas y alimenticias, también, aumentó el sentido de la privacidad. BURKE, Peter. *El Renacimiento*. Barcelona: Crítica, 1993 [1983].

eran las interiores. Ningún otro libro más que la Biblia ha podido elevar lo personal al nivel de lo Santo, que alcanza el nivel de genialidad con Jesucristo.

Habla de la libertad, como hemos visto anteriormente, y se compadece de los sacerdotes por las cadenas que les atan al redentor, quien les ha cargado también de valores falsos. Habla de la falsedad que se respira en el mundo creado por la religión, las Iglesias. Habla de la cristiandad, de los creyentes que aman a un Dios aun que les contraríe y a pesar de haber crucificado a su hijo en la cruz. Considera que la sangre y el sacrificio envenenan hasta la doctrina más pura. Considera que el redentor surge del corazón caliente y la cabeza fría y afirma que ha habido hombres más grandes que el propio redentor. Si se quiere hallar la libertad, se habrá de ser redimido por hombres más grandes que todos los redentores. Afirma: *Aún no ha llegado el Superhombre*, quien por las referencias posteriores no debe ser humano o aparentar humanidad.

El único personaje que merece su consideración del Nuevo Testamento es Poncio Pilatos, el gobernador romano, para quien la doctrina de Jesucristo no era más que una disputa entre judíos, y un judío más o menos le era igual. Para Nietzsche, el superhombre, al que podríamos denominar como el Mesías nietzscheano, surge en momentos de gestación de cambios, de crisis estructurales, estas son situaciones insostenibles que piden a gritos el cambio y que se pueden conseguir a través de lo que propongo denominar como *movimientos carismáticos*.

#### **1.4.1. Evaluación**

No pretendo hacer una crítica al anticristianismo de Nietzsche, no es el tema que nos ocupa. Sin embargo, el carisma forma parte de lo religioso a lo que Nietzsche no renuncia por bien que lo haga de la doctrina católica. Siguiendo el pensamiento de

Nietzsche, su idea del eterno retorno se dirige también a los movimientos sociales y a las ideologías como la perduración del absolutismo a pesar del intento de reafirmarse el liberalismo. En ese sentido podríamos prever, en la actualidad, el retorno de movimientos igualitarios como el comunismo, movimientos pacifistas etc.

Sin duda Nietzsche al hablar de la moral superior se refiere a la trascendencia de períodos carismáticos, describe esta eclosión que supone el carisma liderado por un hombre, o mujer, capaz de catalizar todas las inquietudes de una sociedad, o mejor dicho, de un amplio sector de la misma que está exigiendo cambios. En su concepción del “gran hombre” describe al líder carismático decimonónico, aquel que en aras de sus ideales es capaz de defender un sector amplio de la población que ha estado gestando un cambio durante un periodo largo de tiempo, de malestar y finalmente consigue sus fines.

El camino seguido por un cristiano implica también dificultades, enfrentarse con las debilidades y mezquindades personales. El encontrar la verdad no es sinónimo de no creyente sino que depende de la profundidad en el pensamiento en cada uno de los ámbitos de la vida, las posturas o convicciones tomadas de forma individual dan coherencia y sentido al camino trazado. No podemos olvidar que las ideas de Nietzsche sirvieron de sustrato ideológico para el nazismo. No obstante, la superioridad de la que habla Nietzsche es la superioridad que otorga la sabiduría, no la fortaleza física, o el poder político. Nietzsche está en contra de los enfermos que necesitan de las recetas médicas para seguir viviendo, los considera parásitos de la sociedad. Esta interpretación crítica de la enfermedad y de la falta de coraje es una posición que llevada al extremo fue utilizada por el nazismo para la “solución final” contra los judíos y que también conllevó al exterminio de personas con deficiencias, como señalaba anteriormente.

Con respecto a las afirmaciones de Nietzsche contrarias al talante y al pueblo alemán. Nietzsche cae en el estereotipo, en una acusación llevada en parte por el

resentimiento, a una valoración muy subjetiva y, a su vez, irracional. Su ironía es difícil de discernir; parece, a su vez, llevar un cierto grado de amargura y de cinismo por su parte. Sus afirmaciones son egocéntricas, en las cuales es consciente de que su obra marca un punto de inflexión; su pensamiento se presenta como imprescindible para la sociedad, alcanzando el valor de mesiánico, a pesar de mostrarse en su discurso ateo. Así que no es de extrañar que su virulencia, su egocentrismo sea aprovechado por un líder político como Hitler, convirtiéndose en megalómano. La bondad de las palabras de Nietzsche radica en la falta de acción política de su persona, en ser ideas, aportaciones teóricas. El mesianismo de sus palabras de su obra, lo llevan a un posicionamiento que recuerdan a una especie de religión civil. Su pensamiento rechaza lo voluble, lo débil, lo sensible, lo delicado, la piedad, la compasión, a todos los valores que inspira el cristianismo. Además de su rechazo, insiste en la idea de deshacerse de ello, es un lenguaje que si bien Nietzsche lo establece en término de valores es un abono para la actuación posterior de los nazis. Con todo, el pensamiento de Nietzsche aún es profundamente actual y continúa rigiendo la dualidad entre cristianismo y ateísmo o agnosticismo.

La negación del altruismo, de la capacidad de actuar a favor del prójimo es negar cualquier tipo de afecto, de amor o de amistad, ¿Qué lugar ocupa en la obra de Nietzsche la generosidad? Cuando habla de condescendencia, de benevolencia, de simpatía, lo hace desde su posición de sabio y de superhombre, en definitiva, del filósofo que se distancia de los hechos para conseguir su mayor objetividad. Niega el hecho de tener como ideal el altruismo, la resignación de los valores cristianos o idealistas. Sin duda, en la sociedad de consumo actual siempre hay un interés material o individual en nuestras acciones, aunque se actúe desde una consciencia altruista. También han surgido distintas formas de organizaciones colectivas, como las ONGs,

que podrán ser criticables pero que a través de las acciones colectivas o individuales pretenden aportar el granito de arena para la mejora de la sociedad.

Nietzsche parte de la idea de ser realistas, de afrontar la realidad y a partir de ella conocer los propios límites. Su mayor crítica a la moral cristiana se basa en su control de los instintos y de las actuaciones individuales por el miedo al castigo eterno. Sin duda, el cristianismo es una forma de dominar al mundo, de dominar las acciones de los individuos y muy especialmente, su sexualidad. La grandeza de Nietzsche reside en su capacidad de repensar la realidad, repensar los valores y las actitudes humanas a partir del propio ser individual, aspectos que chocan con el arraigamiento durante siglos de los valores cristianos y el idealismo. Hay autores que ven en su teoría del “eterno retorno” un sustituto de la religión, -llegar a algo desde la nada-. Yo diría que es un pensamiento de madurez que se relaciona con el proceso cíclico de la vida, la repetición de imágenes y de vivencias no en un sentido literal pero sí alegórico. Nietzsche se adelanta a Wittgenstein, quien afirma que los límites de nuestro lenguaje son los límites de nuestro mundo. De hecho Nietzsche, diciendo que todo pensamiento para existir necesita del lenguaje afirma, sin duda, lo mismo.

La idea de la libertad que expone Nietzsche en su libro el *Crepúsculo de los ídolos* se basa en la acción revolucionaria de la libertad. La libertad es una acción individual llevada al límite de las consecuencias en aras a defender los propios valores o convicciones, el camino de la libertad es el camino de la muerte. Por otra parte, Nietzsche se muestra totalmente crítico al idealismo, su crítica sin embargo no se centra en criticar la entrega sin paliativos a una idea, el matar en nombre de un ideal, el dar la vida por él, su rechazo se basa en ser una forma incorrecta para llegar a la verdad, el idealismo de Platón o de Jesucristo, el intentar crear una sociedad utópica son métodos, o caminos rechazados por Nietzsche. El muestra un fuerte individualismo. Es siguiendo

el propio camino interior cuando se llega a la verdad. Es necesario tener dominio de uno mismo, de la propia voluntad y por lo tanto también dominio de las cosas y las personas.

Nietzsche niega la religión en su famosa frase *Dios ha muerto*, sin embargo, su filosofía de vida está inmersa en el mundo de lo espiritual y de lo religioso. En su concepción del “gran hombre” no refleja la manipulación que puede acarrear un líder político ante su población, como será el caso de los liderazgos carismáticos de los totalitarismos; por ejemplo, en el caso del holocausto donde la idea está desarrollada desde los dirigentes nazis. El líder puede limitar las acciones de la multitud de una población, pero, a su vez, puede exacerbar los instintos de ésta. El esfuerzo que le supone a Nietzsche su creación intelectual se justifica por considerar el mismo que escribe obras trascendentales, originales, lo mejor hasta el momento.<sup>87</sup> Esta idea de ser el mejor será tomada por los fascismos como la idea de ser superior.

La importancia de la belleza para conseguir el éxito radica en mantener tras generaciones unos ademanes; sin duda el carisma está regido por la gestualidad, la forma de expresar y armonizar el lenguaje con la expresión corporal, sin embargo, su relación con lo que la alta sociedad considera correcto no tiene necesariamente que ser carismático fuera de este círculo social.

No es partidario de las guerras ni de las revoluciones, de ahí su crítica a la filosofía de las Luces, especialmente, a Rousseau, porque los considera provocadores en cierta medida de la Revolución francesa. El Superhombre de Nietzsche no es un hombre superior a los demás, su distinción se debe a su capacidad de autocontrol y de poseer mayor sabiduría y acierto en sus acciones, es el hombre racional. El mismo en una cita se considera apartado de la idea de Héroe elaborada por Carlyle, de quien Nietzsche

habla casi siempre con desprecio.<sup>88</sup> Su desprecio por la represión sexual no presupone o se contradice con la necesidad de aislamiento, de retiro para conseguir ser el superhombre, para él la castidad es antinatural, pero olvida el sacrificio al que deposita el hombre en aras a constituirse un ser superior, inmerso en lo que llamaríamos religión civil.

A menudo establece dualidades, que no necesariamente las encontramos en formas tan extremas. En la realidad nos encontramos con un mundo dividido entre individuos ni totalmente fuertes, ni totalmente débiles. Nietzsche se opone prácticamente a todo el mundo, a los librepensadores de su tiempo, exceptuando Schopenhauer y Voltaire. Finalmente, se muestra contrario, incluso, con su íntimo y admirado amigo Wagner, por su obra *Parsifal*. La obra de Nietzsche se construye a partir de la negación del otro, quedándose en su más íntima soledad, criticando y buscando su propia originalidad, su propia esencia. Paradójicamente, el camino de la razón para Nietzsche lo convierte en superhombre, desde esta soledad el individuo puede convertirse en carismático al establecer diálogos con distintos ciudadanos, el superhombre es un líder y como tal puede convertirse en líder carismático en el sentido weberiano. Las ideas que defiende Nietzsche de aislarse del mundo, estar en desacuerdo con todos no son la antítesis del individuo carismático, son un proceso posible para poder conseguir carisma.

En su descripción de Zarathustra, Nietzsche defiende su postura como un pensador que ha marcado una inflexión en el tiempo, es consciente de la importancia que puede tener su pensamiento aunque su falta de modestia, que a la vez es irónica,

---

<sup>87</sup> *Yo he dado a la humanidad el libro más profundo que ella posee, mi Zarathustra: dentro de poco voy a darle el más independiente* NIETZSCHE, Friedrich. **Crepúsculo de los ídolos**. Madrid: Alianza Editorial, 1975, p. 128.

<sup>88</sup> *Zarathustra se ha entendido como un hombre idealista de una especie superior de hombre mitad santo, mitad genio...incluso se ha redescubierto aquí el culto a los Héroes, tan duramente rechazado por mí, de aquel gran falsario involuntario e inconsciente que fue Carlyle*. NIETZSCHE, Friedrich. **Ecce Homo**. Barcelona: Alianza Editorial, 1979, p. 57.



ofende a un lector que es consciente de sus propios límites intelectuales y de su propia mortalidad. El placer simbolizado por el dios Dionisio<sup>89</sup> en Nietzsche no se alcanza con dejarse llevar por las situaciones, el azar y un “laissez faire”. Tampoco, deducimos, por un *carpe diem*. El placer de llegar a ser un superhombre requiere, como apuntábamos anteriormente, autodisciplina, parece que Nietzsche nos incite a conseguir serlo pues da las pautas para conseguirlo. Por otra parte, su talante elitista, la utilización del concepto de chusma y de elite ha tendido a mitigarse a lo largo del s. XX. El acceso a la educación de la mayoría de la población, al menos en el mundo occidental, la expansión de la sociedad del consumo ha comportado también cambios de hábitos en los ciudadanos. Con la universalización del acceso a la educación se han reducido los grupos de masas incultas, depauperadas y proclives a cualquier actuación. Si bien esta falta de medios en los países periféricos, o llamados del Tercer Mundo, ha comportado la ira de los sectores solidarios con estas poblaciones, que a su vez están quedando bastante al margen de las ventajas del proceso de mundialización. ¿Qué quiero decir con ello? El proceso de mundialización provoca desconcierto, inseguridad, desde los aspectos económicos más cotidianos hasta las nuevas estructuras laborales creando sectores cada vez más marginales, incluso en los países ricos.<sup>90</sup>

La gran obsesión de Nietzsche será su búsqueda de la verdad, y esta no se encontrará en las buenas obras, sino en el lado mezquino y malvado, en lo grotesco, en el fondo del ser humano. Su visión de la mujer es la de una figura bondadosa, ligada a la idea de ángel del hogar y al cristianismo, aunque no sea explícito al respecto.<sup>91</sup>

---

<sup>89</sup> Nietzsche se inclinó por lo dionisiaco, lo expresivo y lo emotivo, pues entendía la relación entre el hombre y el universo (o entre la mente y la vida) como algo que necesariamente debía pasar por el mito, la religión o la ilusión. GINER, Salvador. *Historia del pensamiento social*. Barcelona: Ariel, 1994 [1961], p. 634.

<sup>90</sup> Para más información véase SENNETT, Richard. *La corrosión del carácter*. Barcelona: Anagrama, 1998. (Colección Argumentos, 239).

<sup>91</sup> La visión de Nietzsche sobre las mujeres, a pesar de su admiración por Lou Andreas Salomé, si tenemos en cuenta las referencias que hay sobre las mujeres en su obra recuerdan la de la mayoría de pensadores del s. XIX, que la consideraban incluso inferiores intelectualmente. En el caso de Nietzsche

Nietzsche cree ser consciente de la propia realidad, de las propias limitaciones, así se puede llegar a la verdad, a través de un proceso individual. El superhombre es un hombre de ciencia un hombre educado, lo desastroso o la fatalidad, por utilizar los términos de Nietzsche, es que esa creencia en la verdad propia, si está en manos de una persona atormentada psicológicamente o demente, puede llevar a la creación del horror como fue el caso del nazismo. Nietzsche afirma que a los griegos les gustaba la tragedia porque huían de ella, las representaciones teatrales de las tragedias griegas son una muestra de su superación, no un reflejo de su sociedad.

Nietzsche busca la perfección en el hombre y en su intento se convierte en inhumano. No concibe la necesidad de comunidad, de compartir del hombre con la comunidad, mantener un círculo de amistades, o tener relaciones sociales, para él los valores trascendentes son los garantes de la felicidad. Sin duda la obra de Nietzsche se ha de situar en un contexto prefascista, el liberalismo también influyó en la demarcación de su pensamiento a través del individuo solitario, así es como se nos muestra el hombre triunfador, el hombre que consigue la verdad y se sitúa por encima de su tiempo. Nietzsche expone unos valores muy masculinos asociados al hombre de su tiempo, a una cierta visión militar del hombre (fuerza, valor, libertad, eficiencia en la defensa, poder de comandar)

En *El anticristo*, Nietzsche hace referencias al carisma sin mencionarlo. Encontramos características del carisma puesto que es un elemento religioso y Nietzsche hace una crítica a la religión, además de una crítica al carisma encarnado por la casta sacerdotal. Como hemos descrito antes, no critica la existencia de profetas, ya que éstos pueden ayudar a encontrar la felicidad, critica su concepción de la vida basada

---

consideraba que su sensibilidad las acercaba al mundo de los sentimientos y la compasión, relegadas a la cocina, la iglesia y a los niños, las famosas tres K (*Kirche, Küchen, Kinder*). Lejos de la visión de la *New Woman* que apareció en Norteamérica en 1870 caracterizada por el acceso a la educación superior, su

en el pecado y el castigo, en la sumisión por miedo y por deber. Sin embargo, no critica al profeta que da esperanza.

En su crítica al hombre de convicciones, incluso su comparación con hombre de fe no se debe porque establezca una relación entre estos dos factores. Una cosa es producto, tal vez, de la creencia religiosa y como tal no falseable y, la otra, una convicción producto de la razón. La convicción es necesaria para mantener, establecer, una senda en el camino hacia la búsqueda de la verdad, incluso Kant quien utiliza el término de *razón práctica* termina por afirmar que la auténtica filosofía se reduce a saber cuáles son los límites de la razón.

Podemos decir que su anticristianismo, su rechazo a todos los valores cristianos, tales como el amor al prójimo, la beneficencia, entre otros, hace que acepte actitudes dentro de la iglesia y del papado (como la corrupción de César Borgia) faltas de toda ética. En el caso de los líderes políticos se valora también una cierta maldad, mejor dicho, la astucia política y la virtud. Este último concepto fue destacado por Maquiavelo en su defensa de la valentía del superhombre, su inteligencia y su capacidad de decisión.<sup>92</sup>

Respecto a las ideas de Carlyle, las características que configuran el *Héroe* de Carlyle son muy distintas a las del *Superhombre* de Nietzsche. Mientras Carlyle destaca ya de por sí el nombre de *Héroe* otorgándole cierta santidad al personaje. Ser héroe es un don divino que queda en manos de los hombres saber reconocerlo. Además, defiende la necesidad de la veracidad y sinceridad de sus palabras. El Superhombre de Nietzsche debe mentir, alejarse y desatar su astucia. Del mismo modo que Nietzsche

---

profesionalización y su independencia económica. NASH, Mary. "La dona moderna del s. XX: la *nova dona* a Catalunya." En: *L'Avenç*. Febrer-1988, núm. 112, pp. 7-10.

<sup>92</sup> Giner utiliza el término *virtud cívica* para referirse al comportamiento adecuado y a la vez crítico de los ciudadanos y ciudadanas en democracia (cumplir con los deberes democráticos, participación en la democracia). GINER, S. "Cultura republicana y política del porvenir". En: GINER, Salvador (coord.) *La cultura de la democracia: el futuro*. Barcelona: Ariel, 2000, p. 153.

critica el idealismo de Rousseau, Carlyle lo destaca como héroe literario pues es un defensor del idealismo. Nietzsche no solo hace referencias implícitas al carisma, al criticar la adoración de los mártires, la *seducción* que provocan entre sus seguidores, lo considera pues *nocivo para la verdad*,<sup>93</sup> también describe las bases del liderazgo, la necesidad de seguir los propios objetivos y empeños cómo antídoto a ser un seguidor acrítico.

---

<sup>93</sup> NIETZSCHE, Friedrich. *El Anticristo*. Madrid: Edimat Libros, 1999. (Clásicos Selección).

## 2. EL CARISMA POLÍTICO SEGÚN MAX WEBER

Max Weber tomó el término de carisma de los teóricos de las religiones como el estudioso del derecho canónico Rudolf Sohm (1841-1917), quien consideró que existía una contradicción entre carisma y derecho. También, el filósofo de la religión Ernst Troelsch (1865-1923) utilizó el término para destacar el proceso de transformación de las sectas religiosas.<sup>1</sup> El concepto de carisma en griego significa: encanto, gracia, gozo, festividad, don, favor, mérito, veneración. En latín el término *Charisma –atis* significa gracia divina, don, y está relacionado con el concepto de “sagrado” en el sentido de cosas y personas “extraordinarias” que son mediadoras con la divinidad.<sup>2</sup>

Las afirmaciones de Weber suponen una base fundamental para cualquier pretensión de aproximación y análisis sobre el tema. Destacaré aquellos aspectos de su obra referentes al carisma que nos permitan avanzar en nuestra investigación. La teoría de Max Weber, si bien hace referencia al carisma del guerrero y al carisma en *democracias plebiscitarias*, describe el concepto a partir del carisma religioso. Como ya he mencionado, mi objeto de estudio se centra en el análisis del carisma político, pero las fronteras divisorias entre la esfera de influencia de lo político y lo religioso son difusas y se producen superposiciones. A su vez, encontramos ciertos paralelismos entre lo político y lo religioso en el proceso de construcción del liderazgo (aislamiento y separación de la familia, encomendarse a la realización de una misión) y en las formas de ritualizar la comunicación con los adeptos.

---

<sup>1</sup> Véase GINER, Salvador. *Teoría sociológica clásica*. Barcelona: Ariel, 2001, p.317. (Ariel Sociología).

<sup>2</sup> Véase FERRAROTTI, Franco. *Una fe sin dogmas*. Barcelona: Ediciones Península, 1993.

Weber traduce el término carisma como *gracia* y sitúa sus orígenes en el cristianismo primitivo. **Hierocracia**,<sup>3</sup> que significa dominio de lo sagrado. La hierocracia es un orden político donde el poder es detentado institucionalmente por la casta sacerdotal. En la actualidad está más difundido con el nombre de **teocracia**.<sup>4</sup>

En sus orígenes el líder carismático tenía un “poder” mágico o religioso, por sus dones sobrehumanos y sobrenaturales, entendidos como tales por ser cualidades no accesibles a todos. Así, en las sociedades simples, el carisma se atribuía a gente con sabiduría legal y terapéutica, a líderes cazadores, chamanes, héroes de guerra. Como ejemplos de estas y otras sociedades, nos cita los éxtasis de los chamanes, que incluso podían llegar a desembocar en ataques epilépticos; la capacidad del héroe irlandés Cuchulain o el Aquiles homérico; los casos en el Bizancio medieval, individuos que adquirirían un “carisma del frenesí bélico” o el caso de Joseph Smith, el fundador de los mormones. Por su parte, Jesucristo rodeado de sus apóstoles santos, y sus fieles puede ser considerado el gran héroe mitológico carismático de la cultura Occidental.<sup>5</sup>

En Weber el concepto de carisma gira entorno dos ideas centrales. Por una parte, lo extraordinario del líder carismático y, por otra, el reconocimiento que recibe de los seguidores, que aún no siendo fundamento de legitimidad, produce un efecto legitimador, es decir, se construye a través de las relaciones que establece con los *dominados*. La definición de carisma de Weber es la siguiente:

*Debe entenderse por “carisma” la cualidad, que pasa por extraordinaria (condicionada mágicamente en su origen, lo mismo si se trata de profetas que de hechiceros, árbitros, jefes de cacería o caudillos militares), de una personalidad, por cuya virtud se la considera en posesión de fuerzas sobrenaturales o sobrehumanas -o por lo menos específicamente extracotidianas y no asequibles a cualquier otro-, o como enviados de dios, o como ejemplar y, en consecuencia, como jefe, caudillo, guía o líder. El modo como habría de valorarse “objetivamente” la cualidad en cuestión, sea desde un punto de vista ético, estético u otro cualquiera, es cosa del*

<sup>3</sup> Está documentado en Israel durante los siglos IX i X a.C. funcionaba como una de las soluciones de las tribus israelitas a las amenazas de egipcios, asirios, hittitas i filisteos.

<sup>4</sup> WEBER, Max. *Economía y sociedad*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1993 [1922], p. 173.

<sup>5</sup> Véase TAMAYO ACOSTA, J.J. (dir.). *Diez palabras clave sobre Jesús de Nazaret*. Estella: Verbo Divino, 1999.

GONZÁLEZ FAUS, José. *Acceso a Jesús*. Salamanca: Sígueme, 1991.

*todo indiferente en lo que atañe a nuestro concepto, pues lo que importa es como se valora “por los dominados” carismáticos, por los “adeptos”*.<sup>6</sup>

Esta extraordinariedad del líder, caudillo o guía radica en ser actores alejados de lo común, de lo ordinario o cotidiano e, incluso, de lo humano, y no en utilizar el término en un sentido cualitativo. Está condición permite ejercer una dominación sobre los actores que por *deber* siguen los mandatos del carismático produciéndose un **reconocimiento** que no es fundamento de legitimidad sino un deber, fruto de la vocación y entrega al carismático. Esta relación se da en el carisma genuino o puro, donde se produce una entrega personal por las circunstancias de indigencia o simplemente por la esperanza y el entusiasmo en que se encuentra el dominado.

Vemos como Weber señala, en la definición, la relación que se establece entre el líder y sus seguidores. Lo que define al líder carismático no son sólo las cualidades extraordinarias objetivables sino el reconocimiento efectuado por los seguidores y como estos le perciben. Las características del líder se basan en la virtud, concepto que puede relacionarse, al igual que en Maquiavelo, con la fuerza física, el valor, pero también con la fuerza psíquica y con una actitud ética o comportamiento ejemplar. Las cualidades del líder, su extraordinariedad, se basan en la extracotidianidad, en lo sobrenatural<sup>7</sup> y como tal, el carisma no es accesible a todo el mundo, solamente lo es para algunos elegidos. Weber pone énfasis en como son vividos o percibidos por los *adeptos* las características carismáticas.

En el político profesional las cualidades que subraya Weber es su pasión por una causa pero a la vez su *mesura*, su capacidad de mirar con distancia, tranquilidad y el

---

<sup>6</sup> WEBER, Max. *Economía y sociedad*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1993 [1922] p. 193.

<sup>7</sup> *El carisma vive en este mundo y, a pesar de ello, no es de este mundo*. Ibid., p. 849.

recogimiento necesario los avatares políticos, no dejarse llevar por el calor del momento sino actuar con frialdad, es decir, racionalizar los acontecimientos.<sup>8</sup>

Se pone énfasis en la dominación del líder carismático hacia los *adeptos*, en vez de una relación de poder,<sup>9</sup> ya que el poder puede ser ejercido por cualquiera. Muchas veces los individuos pueden encontrarse en una situación en la que les sea posible imponer su voluntad, en cambio, exclusivamente la relación carismática tiene la capacidad de ejercer la *dominación* hacia los *adeptos*. Los seguidores del líder carismático se convierten, pues, en *dominados carismáticos* y aceptan, por lo tanto, una relación de dominación. La dominación es ejercida de una manera más excepcional que el poder e implica *la obediencia a un mandato* por parte de los dominados.

No hay que confundir el concepto de *dominación* con el de disciplina. En el caso de la disciplina se trata de la obediencia a un mandato de forma *automática y simple* como consecuencia de actitudes aprendidas, además, se trata de una *obediencia habitual* de las masas sin ofrecer resistencia. Con la racionalización de la sociedad moderna, tanto en lo político como en lo económico, se tiende a la divulgación de la disciplina y esta va en detrimento de la importancia del carisma y del actuar de forma individualizada.

La relación de dominación se establece en base al líder carismático al que se le *reconocen* unas características extraordinarias. Sus seguidores se entregan a su *santidad*, al *heroísmo* o *ejemplaridad*; responden a sus *llamadas*. La relación de *dominación* que se pretende establecer se basa, por lo general, en la obediencia incondicional de un grupo de “creyentes” cuyas razones pueden fundamentarse en intereses materiales, valores ideales, por seguimiento de la costumbre o por razones

---

<sup>8</sup> WEBER, Max. *La ciencia como profesión; La política como profesión*. Madrid: Espasa-Calpe, 1992.



afectivas, pero a todo ello hay que añadirle la creencia en la *legitimidad* de la autoridad carismática.

Distingue tres tipos puros de fundamentos de legitimidad o dominación legítima: *la racional, la tradicional* y *la carismática*, la autoridad racional es una *autoridad legal* basada en la legalidad escrita previamente estipulada; la *autoridad tradicional* está legitimada por la tradición (las tradiciones que rigen desde tiempo inmemorial) y la *autoridad carismática* es la *entrega extracotidiana* a una persona por su *santidad, heroísmo o ejemplaridad*. Como hemos mencionado anteriormente, la autoridad carismática es valorada por su dimensión sagrada (religiosa, guerrera o ética) en una sociedad determinada.

Ninguno de estos tipos ideales de dominación, que expondremos a continuación, se dan de una forma pura en la realidad, sino que cada realidad histórica puede participar, en mayor o en menor medida, de cada uno de los tres casos: la dominación racional o burocrática; la dominación tradicional y la dominación carismática.

### **2.1. La dominación racional**

Todo derecho que se establece puede hacerse de forma racional para que sea respetado como mínimo por los miembros de la asociación y su ámbito territorial. La asociación es la encargada de aplicar estas normas o reglas en cada caso concreto según la normativa estipulada. Parece ser que el soberano, la persona que dirige el grupo, lo hace siguiendo esta normativa, así el que obedece lo hace como miembro de la

---

<sup>9</sup> Poder significa la probabilidad de imponer la propia voluntad, dentro de una relación social, aun contra toda resistencia y cualquiera que sea el fundamento de esa probabilidad. WEBER, Max. *Economía y sociedad*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1993, p. 43.

asociación y en orden de una normativa establecida, y no siguiendo únicamente a una persona que lo lidera.

La aplicación de las *reglas* o normativa pueden ser técnicas o normas propiamente. Quien las aplique de una forma racional debe ser un miembro de la asociación con formación, quien supere las pruebas y demuestre estos conocimientos puede pasar a ser funcionario e integrar el *cuadro administrativo burocrático* de la asociación y establecer una *dominación legal*. La dominación la ejercen los miembros de esta asociación, los funcionarios y el dirigente de la misma cuyas profesionalizaciones están debidamente reglamentadas (jerarquía de cargos, retribución, perspectiva de ascenso. Sometidos a una vigilancia administrativa conciben el cargo como única profesión). Este funcionamiento lo encontramos desde organismos oficiales, como puede ser la Hacienda pública, hasta organismos privados como Fundaciones, partidos políticos, incluso, ONGs y órdenes religiosas. Esta dominación se ejerce de forma más pura donde se rigen por funcionarios.

Se pueden distinguir dos tipos de burocracia, la de libre elección de los funcionarios: la burocracia moderna y la burocracia patrimonial basada en un funcionario servil. A la burocracia moderna debe acompañarle la profesionalización de sus integrantes, quedan exentos los líderes de estas organizaciones (presidentes, gerentes generales) que tan solo son funcionarios en un sentido *formal* pues la dominación burocrática en su cima no tiene un elemento burocrático puro.

Weber nos describe un mundo teñido de elementos burocráticos, esta burocracia es el *germen del estado moderno*. A la burocracia, actual, le acompañan toda una complejidad moderna como son la utilización de las comunicaciones y los medios de comunicación. La dominación burocrática se aplica gracias al saber, el conocimiento a fondo, no solamente teórico, sino también práctico, el conocimiento de aquellos

aspectos que podemos llamar “secretos profesionales”. Los empresarios capitalistas pueden mantenerse al margen de este control burocrático. Todas las demás asociaciones de *masas* están inmersas en este control *científico-racional* burocrático.

Socialmente, la burocracia puede comportar: el reclutamiento de los más profesionalizados, la formación puede durar hasta la madurez; el funcionario aplica sus normativas sin una implicación emocional o personal sino formalmente y en función de criterios *utilitario-materiales* al servicio de los dominados pero sin olvidar los reglamentos. La eliminación de la sociedad estamental y la tendencia a la democracia de masas ha implicado una necesaria mayor burocratización que garantice el acceso “igualitario” a los cargos en la administración.

## ***2.2. La dominación tradicional***

La legitimación de la dominación tradicional se produce por el peso de la tradición, se cree en la santidad de ordenaciones y de mandos heredados desde tiempo inmemorial y en virtud de ello se les sigue sus mandatos, efectuados, en parte, dentro de los límites que marca la tradición y, en parte, según la decisión del Señor. La relación que se establece se califica, con los nominativos de Señor, súbditos y servidores, propio de relaciones feudales y de la sociedad de Antiguo Régimen. Así, no aparece una reglamentación formal como en el caso de la dominación legal sino que los límites y las actuaciones del Señor se basan en sus decisiones basadas en la justicia o por conveniencia utilitaria, dentro de los límites marcados por la costumbre, permitidos ya que pueden producirse resistencias entre los súbditos.

El reclutamiento de los servidores se produce por lazos de *piEDAD* o “reclutamiento patrimonial” (miembros del mismo linaje, esclavos, colonos, clientes) y

por reclutamiento extrapatrimonial (favoritos, vasallos y funcionarios). A cada grupo se le otorgaba una función dentro del cuadro administrativo.

Se distinguen dos tipos de dominación tradicional: la *gerontocracia* y el *patriarcalismo*. La *gerontocracia* consiste en la existencia de una autoridad ejercida por los ancianos del grupo. Con respecto al *patriarcalismo* se encuentra, generalmente, dentro de la unidad familiar. La dominación la ejerce una sola persona, un hombre de la familia, según unas reglas hereditarias.

### ***2.3. La dominación carismática***

Al empezar este apartado he hablado de la concepción weberiana del carisma, ahora pretendo ir desglosando los distintos elementos y tendencias que lo rigen para poder acercarnos, en otros apartados, a sus características en condiciones de modernidad avanzada.

El líder carismático no está rodeado de una burocracia y, menos aún, de una burocracia profesional sino de un grupo de seguidores unidos al líder por camaradería de amor, por empatía, por el propio vínculo del carisma (al profeta lo siguen sus discípulos, al príncipe guerrero su séquito). Esta relación carismática entre líder y seguidores va más allá de una simple comunicación, nos es descrita como “*comunización* de carácter emotivo”, una unión emotiva a través de la creencia y la coincidencia común de ideas, valores y sentimientos. No hay ninguna intención de ascenso entre ellos, ni vínculo material, los recursos se procuran por mecenazgo.

La dominación carismática aparece pues en dos sentidos, fundamentalmente, como opuesta a la dominación burocrática y tradicional, por su falta de organización normativa y por subvertir el pasado. Es en este sentido de ruptura con la tradición y de

innovación que configura su carácter más revolucionario. El carisma se opone a la tradición y puede ser una fuerza verdaderamente revolucionaria produciéndose una doble dirección en las intenciones sociales: tradición o carisma. Por tanto el carisma, para Weber, hace referencia a innovación, a la modernidad.

El profeta genuino impone nuevos mandamientos -transgrediendo el orden establecido, las normas y la cotidianidad- que le pueden ser revelados por distintas vías, por oráculos, la propia revelación, o las puede haber creado el mismo.<sup>10</sup> La comunidad de creyentes deben seguir sus mandatos. Por tanto el reconocer al líder carismático se crea un deber de los dominados hacia el líder. La dominación carismática no se produce por apropiación de poder, ésta existe y es legítima por el *reconocimiento* que efectúan los creyentes. Se produce una corroboración que da legitimidad carismática y como tal constituye el carisma. Éste existe gracias al reconocimiento de los *llamados* que se entregan sin límites al líder carismático. Su *entrega* a la personalidad carismática hace que sigan el *mandato* del líder carismático.

Los límites del carisma están en el líder carismático, quien establece las propias limitaciones que vienen desde el orden interior. Se produce, también, una transformación interna de los seguidores, sobre todo, los más próximos. Su creencia interna los transforma e intenta conformar un nuevo orden social, político y económico. El profeta o líder carismático estipula aquello que se debe hacer en aras a realizar su misión en un marco o límite territorial determinado (pueblo, etnia, grupo profesional).

La dominación racional y la tradicional son formas de dominaciones rutinarias, cotidianas, vinculadas al pasado y orientadas por normas. En cambio, como hemos visto, la dominación carismática genuina rompe con este pasado, y es considerada

---

<sup>10</sup> Generalmente son revelaciones, pero la frase que utilizan los profetas *Estaba escrito, pero yo en verdad os digo* nos lleva a creer en su propia creación, siguiendo unos principios generales. WEBER, Max. *Economía y sociedad*. Fondo de Cultura Económica: Madrid, 1993 [1922], p. 195.

extraordinaria, extracotidiana, fuera de la cotidianidad e incluso de la normalidad, por lo tanto es más inestable que las otras formas de dominación mencionadas. Por lo que se refiere a la pérdida de carisma nos habla que los grandes fracasos rompen el prestigio del líder y facilitan las revoluciones carismáticas. Son manifestaciones sobrehumanas, no accesibles a todo el mundo. Así, mientras la dominación tradicional y burocrática las consideramos racionales, la dominación carismática es cataloga de irracional, extraña a toda regla.

El carisma puro aparece contrario a toda racionalización económica, en este sentido es antieconómico. Su vocación no está ligada a una tarea para el sustento económico. Sin embargo, no renuncia a otras formas lucrativas, o formas de conseguir ingresos. Por ejemplo, en el caso del carisma del guerrero buscan enriquecerse a través de un botín. Pero las formas más típicas de buscarse el sustento y cubrir las necesidades son el mecenazgo y las formas mendicantes. No hay pues una búsqueda del enriquecimiento personal en su forma pura, los bienes económicos son donaciones o ganancias honoríficas, incluso puede haber un rechazo a todo lo material como sucede en la orden franciscana.

No obstante, esta vinculación afectiva de la dominación tiene que aportar satisfacción y bienestar a los dominados, es decir, les tiene que reportar mejoras materiales, si esto no es así, el líder carismático se considerará abandonado de la divinidad. Sólo un pequeño grupo seguirá el líder por vocación, la mayoría de seguidores buscarán a largo plazo poder vivir materialmente de ello.

Consideramos que las personas pueden actuar movidas por el mundo de las ideas, de las creencias y de los símbolos, pero detrás de estas actitudes se esconden intereses materiales que pueden hacer referencia a ganancias propiamente materiales y de acceso a los recursos; a conseguir posiciones de prestigio dentro de la sociedad; de

honor; de aceptación social. Esto nos lleva a la siguiente afirmación: un líder carismático para poder mantener su carisma tiene que mantener permanentemente un discurso reivindicativo. Engendrar o difundir la esperanza de cambio y de mejora.

Otro elemento junto al poder del dinero es el poder de la palabra: el *carisma de la palabra* como método de seducción de los dominados y de las masas. Son un ejemplo de ello, los jefes indios y los *palavers* africanos, también se incluirían en este grupo, los charlatanes,<sup>11</sup> los oradores y los demagogos que convencen con la fuerza del dialogo a la audiencia. Cuando la acción se produce sobre las masas y con una organización rigurosa es menos importante el contenido de los discursos. Cada vez los discursos tienden a ser más simplistas y demagógicos. El efecto de los discursos es puramente emotivo y tiene el mismo sentido que las manifestaciones y fiestas de los partidos, pretenden dar seguridad en la victoria y presentar las facultades carismáticas.

La maquinaria de los partidos modernos los ha llevado a revalorizar el carisma individual de sus líderes aunque esto suponga una oposición con los aparatos de los partidos. Un ejemplo es el control de los órganos de los partidos Norteamericanos por los *bosses*. Se presenta el antagonismo entre el control administrativo y financiero del partido y el líder carismático. Las dificultades de convivencia entre aparato y jefe carismático pueden llevar a la escisión, por ejemplo, es el caso del partido liberal inglés.

#### **2.4. La rutinización del carisma**

El carisma puede perder su carácter puramente emotivo para pasar a formar parte de lo cotidiano, puede incluso someterse a lo tradicional, pierde su caracterización de revolucionario para pasar a ser aceptado en lo cotidiano. Deja su carácter de efímero

para convertirse en una relación estable, *duradera* que se institucionaliza. Generalmente, esto se produce por aceptación de los seguidores y del grupo más próximo al líder. Este *cuadro administrativo* que participa del orden carismático posee autoridad y pretende legitimar su posición ideal o material dando un origen carismático a su dominación y por lo tanto sagrado.

La rutinización del carisma que supone su aceptación social, su reconocimiento y su legalización plantea el *problema de la sucesión*. Al desaparecer el portador del carisma se plantea su sustitución, este problema influye en todas las relaciones sociales que surgen. Encontramos cinco formas de sucesión.

- 1) La primera, la elección a través de una búsqueda siguiendo las señales que demuestra el portador del carisma, por ejemplo, la elección del Dalai Lama.
- 2) La transmisión del carisma por revelación de un oráculo, un sorteo u otras técnicas.
- 3) La designación del nuevo portador del carisma por su antecesor quien lo unge y posteriormente se efectúa el reconocimiento de toda la comunidad. El caso histórico más importante es en Roma, donde eran elegidos los funcionarios superiores por un procónsul con la aceptación del ejército de ciudadanos.
- 4) La elección del nuevo sucesor por el *cuadro administrativo*, séquito u hombres de confianza, es posteriormente aceptada por toda la comunidad, se trata de elegir al portador del carisma, generalmente, comporta la entronización y todo un ritual. Como ejemplo tenemos la designación primitiva de los Obispos y del Papa por el clero.
- 5) Por último, la sucesión hereditaria que secunda la creencia que el carisma es una cualidad que se transmite por sangre. Sobre todo, en Occidente y Japón

---

<sup>11</sup> Se pueden encontrar todavía charlatanes en el mundo árabe, por ejemplo, en la plaza Jemaa el-Fna de



se extendió la costumbre de la primogenitura evitándose el conflicto en la sucesión. En este caso se accede al carisma por derecho consuetudinario o reglamentado jurídicamente pero no por carisma, el elegido puede carecer totalmente de él. Un ejemplo de carisma hereditario fue la India, pero también Japón y China.<sup>12</sup> El carisma pues está vinculado a un grupo doméstico a un clan. De donde surgirá el poder del rey y la nobleza.

Además de estas reglamentaciones muestra otras formas de elección, desde farsas electorales, donde los candidatos están elegidos por una oligarquía, a la rivalidad democrática entre los distintos pretendientes que siguiendo las reglas del juego se produce la elección del candidato dentro del mismo partido.

Queremos hacer hincapié en la dificultad de suceder a un líder carismático. En primer lugar, el sucesor tiene que mostrarse suficientemente cualificado para ello. La sustitución comporta el restablecer un nuevo sistema de relaciones interpersonales e intereses. Por otra parte, difícilmente se podrán recuperar las características personales del líder carismático anterior. No podemos encontrar dos personas idénticas, de momento, lo genuino, por tanto, es intransferible. A partir de la creencia de que el carisma puede ser transmitido en otro se produce una objetivación del carisma y aparece el *carisma de cargo*, la persona adquiere el carisma no por revelación sino por sus cualidades adquiridas en virtud de su cargo y de los actos hierúrgicos. Se le atribuye al cargo la posesión del carisma y por tanto también a quien lo ocupe. Por ejemplo, el sacerdote que separa su persona de sus características en el cargo, o el predicador de los cuáqueros que adquiere el carisma al desarrollar su misión, su *oficio*. Así, el cargo se

---

Marrakech.

<sup>12</sup> Naruhito, el príncipe heredero del Japón, comenzó a celebrar funciones oficiales desde los veinte años, después de su mayoría de edad. Desde esta fecha ha sido preparado cautelosamente para ser emperador y el trato de absoluto respeto de la prensa y la población del país en general hizo que fuese un diario estadounidense (*Washington Post*) el que revelase su futura paternidad en 1993. En Malaisia no hay un

apropia de la valorización de carismático y en virtud de su ocupación se extiende el carisma a la persona que lo ocupa.

En el carisma genuino o puro el líder carismático lo es por su extraordinaridad y sus seguidores, su séquito pueden vivir con él, unidos por su vocación, de acuerdo con una economía no racionalizada, como hemos ya explicado anteriormente. La rutinización del carisma supone pues la apropiación material de las ganancias y de los mandos de estos seguidores. El *cuadro administrativo* puede imponer ahora nuevas formas económicas ajenas al mecenazgo u otras formas expuestas. Ahora puede obtener prebendas, remuneración de los cargos y establecer la feudalización. La rutinización, por tanto, supone el alejamiento del carácter no económico del carisma en su estado puro o genuino.

Esta rutinización del carisma comporta más transformaciones:

- a) El *cuadro administrativo* o séquito se encarga de fijar normas para el reclutamiento (educación o prueba). El carisma solo puede ser *despertado* o *probado* pero no inculcado. Deja por lo tanto plena libertad individual para demostrarlo y se basan en unos dones o facilidades personales. El ejemplo más clarificador son las “casas de hombres” en las sociedades simples donde con las prácticas mágicas y guerreras de los ritos de pasaje los hombres demuestran sus cualidades y adquieren la edad adulta para poder ser aptos para los cargos oficiales.
- b) Siguiendo con la rutinización del carisma las normas carismáticas pueden transformarse en hereditarias, en este caso es el rango carismático-hereditario del linaje el que determina el rango, no el cargo que ocupe, ya que es el linaje el que determina la posibilidad de acceder al cargo. Weber menciona

---

heredero predeterminado. Los reyes se eligen y se renuevan cada cinco años por medio de los nueve

los ejemplos de China, Japón y Rusia podemos añadir el del Islam con el concepto de *asabiya*.<sup>13</sup>

- c) La rutinización carismática comporta formas de dominación cotidiana (burocrática, patrimonial o estamental). El carisma originario sigue manifestándose en el honor del linaje y el prestigio del mando.
- d) Esta rutinización o inmersión en lo cotidiano no está exenta de conflictos entre el carisma, personal y el hereditario y el carisma de cargo o carisma-objetivable. Los ejemplos se encuentran en el principio de dominaciones religiosas y políticas que ceden a la rutinización y a su inserción en lo cotidiano cuando se ha asegurado la dominación y sobre todo cuando tiene un carácter de *masas*.

Las diferencias entre un profeta y la clase sacerdotal estriban en que el primero es el portador de una misión divina y en su nombre ejerce la dominación carismática, una misión religiosa de salvación que le ha sido revelada; mientras el sacerdote es el encargado de sistematizar la doctrina aceptada de manera que se adapte a los modos de pensar y de vida de los fieles, distinguir lo que es sagrado de lo que no lo es e imponer la creencia a los laicos. Los sacerdotes reproducen las formas tradicionales con el ritual de la ceremonia religiosa, vigilan estas prácticas y justifican su existencia. El profeta, en cambio, trabajará en virtud de unos dones personales.

En cuanto a la educación el carisma es una actividad que no posee el mismo tipo de educación que la burocracia, donde el aprendizaje parte de un conocimiento

---

sultanes del país que eligen a uno de ellos como sucesor.

<sup>13</sup>En la sociedad árabe tradicional para poder ser soberano era necesario tener *asabiya*, es decir, tener un linaje ejemplar que a través del establecimiento de lazos de solidaridad le permitiese llegar a ser un buen soberano.

La *asabiya* hace referencia al grupo agnaticio pero también funciona como agrupación política. Ibn Haldun nos lo describe como un cuerpo compacto y fervoroso con el que se puede vencer sucesivamente a los demás. Sin *asabiya* no se puede conseguir la supremacía. La finalidad última de la

racional. En el caso del carisma es un conocimiento que es despertado, una capacidad ya innata; se trata de un renacer a un nuevo mundo de los sentidos. Se educa para ser guerrero, o sacerdote pero las técnicas suelen ser superar un rito de pasaje, con la separación del grupo doméstico, transformación de la forma de vida, ascetismo, ejercicios espirituales y corporales para llegar al éxtasis u otras capacidades que lo conviertan en un mago, un guerrero o un sacerdote carismático.

Las formas de educación para las distintas misiones (sacerdotes, chamanes, hechiceros, curanderos, monjes etc.) son diversas pero parecidas a la vez. Como ejemplos tenemos la educación de los *efebías* helénicos que recibían una educación gimnástico-musical como un tipo de educación militar; la formación cultural de los escribas y funcionarios egipcios por medio del sacerdocio. En Occidente, en la Edad Media, la educación racional era transmitida por los monasterios, pero a ésta se superpuso la educación caballeresca que dio origen a las Universidades.

La educación puede llegar a convertirse en un “privilegio” de un o pocos grupos sociales. Se observó un monopolio de los grupos acomodados en la educación carismática, lo que en un principio era una educación para lo mágico o para la guerra se vinculó a la educación el aspecto económico. Así, no se asociaba ya a determinadas cualidades el tener o no educación sino a ciertos grupos sociales.

A pesar que el carisma disminuye a medida que van consolidándose formas permanentes de gobierno y aparece en ocasiones como mediante elecciones con “imprevisibles emociones de masas”<sup>14</sup> se puede continuar considerando, incluso en la modernidad, un elemento importante en la estructura social. Los grupos privilegiados tienden a la rutinización del carisma para consolidar sus posiciones de prestigio y

---

*asabiya* es conseguir la soberanía. Se trata de un principio no accesible para todos que se transmite por sangre. HALDUN, Ibn. *Introducción a la Historia*. Sevilla: Biblioteca de la Cultura Andaluza, 1985.

<sup>14</sup> WEBER, Max. *Economía y sociedad*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1993 [1922], p. 880.

control social. El carisma genuino que no se basa en ningún orden establecido sino en el heroísmo personal, guerrero o mágico se convierte por medio de la herencia en un carisma legalizado que legitima a los grupos privilegiados herederos del mismo. Este tipo de carisma difiere del carisma esencialmente religioso y puro, sustancial en esta forma de carisma hay una intencionalidad material que se plasma en el control de la moral rutinaria, la utilización del carisma para mejoras personales.

Para preservar a los gobiernos o instituciones con su valor carismático se separan de toda actividad que pueda ser interpretada negativamente. Es decir, para que los actos desafortunados con consecuencias negativas no se asocien con el Monarca se dejan estas actuaciones para otro cargo. Por ejemplo, en Oriente encontramos la figura del Gran Visir que se mantiene para preservar el carisma del Sha de Persia, pero también lo vemos en las labores que se encomiendan a los Monarcas Parlamentarios (Asuntos exteriores, beneficencia...).

### ***2.5. La transformación antiautoritaria del carisma***

La autoridad carismática puede reinterpretarse como antiautoritaria pues la legitimidad la otorgan los dominados que reconocen y corroboran el carisma, si bien en el carisma genuino estos deben reconocer al jefe o líder carismático, es una legitimidad por *deber* no por voluntad propia. Ahora bien, con la racionalización del carisma esta legitimidad se convierte en *fundamento* del carisma del líder. En otras palabras, es el reconocimiento de los dominados el que legitima al líder carismático. Esta legitimidad recibe el nombre de *legitimidad democrática*. El ejemplo es la *democracia plebiscitaria*, destaca la democracia de jefes i es definida como una forma carismática oculta legitimada con el plebiscito, cuya utilización histórica se basa en legitimar

gobiernos tiránicos o dictatoriales (tiranos, demagogos griegos, Graco en Roma, Cromwell en Inglaterra, Robespierre en Francia).

Es característico de la *democracia de caudillaje* la entrega espontánea y emotiva al líder. La transformación antiautoritaria del carisma conduce a la racionalidad, por los motivos anteriormente expuestos (apoyarse en una burocracia y vincular los dominados a su carisma gracias a procurarles establecer el honor familiar y el bienestar material). El aspecto material o económico puede mantenerse resistente a la racionalización y conservar aspectos revolucionarios (tribunales revolucionarios, o bonos de racionamiento) para contentar a las masas, es el caso del dictador social. Reconoce la “democracia con caudillaje” como preferible a la “democracia sin caudillo” que genera formas de corrupción entre los notables y es proclive a una elección plebiscitaria de un caudillo.<sup>15</sup>

Weber muestra distintos ejemplos a lo largo de la historia de formas carismáticas. Ejemplos en que la sucesión se produce de forma hereditaria, como el caso de las monarquías Occidentales, o el *shiiismo* en el Islam. El ejemplo de la Iglesia como institucionalización del carisma, donde éste se adquiere por la posesión de un cargo por consagración, por ordenación sacerdotal. Destaca la institucionalización y el predominio de las organizaciones o instituciones frente las formas de carisma personal.

## 2.6. Ejemplos del carisma en la antigüedad

---

<sup>15</sup> WEBER, Max. *La ciencia como profesión; La política como profesión*. Madrid: Espasa-Calpe, 1992.

Establece una diferenciación entre la religión puritana y la luterana. La característica de los puritanos de no divinizar en su religión les llevo a no fomentar las relaciones carismáticas. Para ellos el cargo oficial es visto de una forma plenamente racional, existe por necesidad pero no se pone por encima de los demás. Esta actitud contrasta con la visión luterana que ve las autoridades con carisma. En el cristianismo destaca el *carisma indeleble* se accede a su reconocimiento mediante una ceremonia mágica, separándolo de lo que se merezca la persona, de su dignidad. Sobre todo aparece con la burocratización, uno puede juzgar al sacerdote como persona sin cuestionar sus actividades carismáticas.

El carisma de la realeza es una derivación del carisma guerrero con el sometimiento de la población tributaria o trabajadora a través de un séquito guerrero real. Esto a su vez deriva de los diversos tipos de carisma que pueden aparecer en las sociedades simples, se establece una dualidad entre el carisma y lo cotidiano. En ellas aparecerá un líder carismático de la guerra o príncipe guerrero, si se produce una guerra en el poblado, al igual sucederá con un líder de la caza si es que se da esta actividad. Otro ejemplo, puede ser la aparición de un mago carismático en aquellas comunidades donde sean frecuentes los trastornos climáticos (sequías, inundaciones).

## **2.7. Evaluación**

Weber destaca la extraordinaridad del carisma pero nos encontramos con una falta de descripción con detalle de cuáles son los atributos del líder portadores de carisma, que a su vez no son ampliamente explicitados por los seguidores. No siempre hay una relación consciente entre seguidor y líder referente a los aspectos que son

portadores de carisma.<sup>16</sup> Se deja un tanto a un lado la objetivación de las cualidades del líder y lo importante pasa a ser la relación que se establece entre el líder y sus seguidores o *adeptos*. Sin duda, el carisma se crea con la relación o comunicación que se establece entre el líder y sus seguidores, independientemente de cuales sean las características personales del líder. En otras palabras, lo importante para Weber, es como valoran los seguidores al líder indistintamente de cuáles sean sus características personales. La extraordinariedad se construye a través de la relación líder - *adeptos*.

Para poder vislumbrar las *cualidades* que en cada caso son consideradas como características carismáticas, un elemento imprescindible es profundizar en la figura del líder político carismático, definir cuáles son sus características personales. Considero que no es posible definir a los líderes carismáticos simplemente a través de la relación líder-*adeptos*, sin duda, es necesario un mayor distanciamiento con el objeto de estudio que nos permita profundizar en el análisis de los actores políticos, y más concretamente en el líder carismático.

Weber, en su libro *La ciencia como profesión; La política como profesión*, aborda alguna de las características de forma concreta del líder político (pasión, sentido de la responsabilidad y medida) pero no profundiza suficientemente en aquellos elementos que configuran las características extraordinarias del líder. Por lo tanto, en su argumentación falta un análisis donde se expliciten las características que, en cada contexto histórico, o atemporalmente, constituyen la percepción de excepcionalidad del carisma de la que nos habla. Hay que destacar, la propia genuinidad de cada líder político carismático -ya que no se podrá encontrar una persona idéntica a otra-, lo genuino es intransferible pero, paradójicamente, imitable a su vez. Como analizaremos en

---

<sup>16</sup> Charles Lindholm en la elaboración de su libro sobre carisma pone de manifiesto la importancia para el análisis de observar cuales son las actitudes y opiniones de los seguidores del líder carismático para así



próximos capítulos, en la actualidad, es posible manufacturar el líder político, reconstruir su propia imagen, efectuar un maquillaje político. Así pues, en la actualidad los medios de comunicación de masas son un elemento indispensable para poder acceder a la condición de carismático, agente con el que no contaba Weber en su época.<sup>17</sup>

A su vez, el líder carismático siempre toma como referente los ademanes y el estilo de un político de un período anterior que le sirve de modelo.<sup>18</sup> Con todo, la propia genuinidad persiste y puede salir a la luz no sólo frente a las masas o a través de la televisión, también, en la propia acción política, en relación con los distintos actores políticos. Weber pone énfasis en el carisma puro como una característica inherente en el individuo, considero que hay ciertas predisposiciones personales a ser más o menos carismático a ser garante de *carisma puro*; sin embargo, la complejidad del mundo actual y el propio sistema democrático hacen necesario un aprendizaje y estar constantemente a prueba, bajo la mirada atenta de la sociedad masa. Podemos hablar por tanto de un aprendizaje del liderazgo y en consecuencia de las técnicas de la adquisición de carisma. La extraordinariedad del líder político no puede ser dada simplemente por su capacidad de magnetismo,<sup>19</sup> pero si por una capacidad de liderar, será, pues, necesario preguntarse qué entendemos por liderar, cuestión que abordaré en sucesivos apartados. El carisma del “líder natural” solamente podemos acercarnos a percibirlo en su totalidad si estudiamos sus acciones políticas y su genuinidad. No

---

conseguir la comprensión del fenómeno carismático. LINDHOLM, Charles. *Carisma*. Barcelona: Gedisa, 1992.

<sup>17</sup> Será a partir de su muerte en la década de los veinte que los nazis introducirán las técnicas americanas de la persuasión y propaganda política que había introducido Rosenberg.

<sup>18</sup> WILLNER, Ann Ruth. *Charismatic Political Leadership: a Theory*. Princeton: Princeton University Press, 1968.

<sup>19</sup> Charles Lindholm destaca en su libro el magnetismo, la capacidad hipnótica de la relación que se establece entre el líder y sus adeptos. No pretendemos negar esta experiencia emocional pero sí que queremos remarcar la complejidad del fenómeno y por lo tanto la necesidad de un análisis racional más a fondo sobre el tema. LINDHOLM, Charles *Carisma*. Barcelona: Gedisa, 1992.

obstante, podemos tomar como marco general sus mítines políticos donde establece una relación emotiva con las multitudes, donde recoge sus ideas, respeta su identidad y a la vez las convence, el líder se convierte, pues, en un catalizador colectivo de inquietudes emociones y necesidades. También, son fuente de carisma las intervenciones televisivas de los líderes efectuando llamadas a la población para convencerla de su propia acción política y dirigir el electorado. El líder político debe acertar en la construcción del discurso político adaptándolo a cada contexto, elaborando una síntesis de los acontecimientos y ayudando a clarificar al electorado la lógica de los hechos. A su vez, un aspecto importante a tener en cuenta es que el propio acceso a un cargo público otorga por sí solo carisma.

Así, en el proceso de rutinización del carisma el líder carismático construye y aprende continuamente su rol, adapta su actitud y actividad política al contexto histórico y a la lógica situacional. El carisma en la modernidad se reviste de aspectos emocionales, formas ya institucionalizadas (partidos políticos, instituciones, conmemoraciones y aniversarios), pero también de un grado importante de racionalidad que encontramos en las acciones del líder político en su intento por conseguir el éxito político.

Con respecto a la rutinización del carisma, ésta se convierte en una forma de dominación cotidiana, presupone la integración al sistema dominante. Hay que destacar que Weber no prevé que, a pesar de la rutinización, el líder político carismático para perdurar debe mostrarse innovador, sorprender y a su vez debe mostrarse reivindicativo, hacer alarde de su capacidad de crítica y de protesta ante los aspectos necesarios del país o el estado que representa y, a su vez, ser respetuoso con la tradición. No obstante, puede ser innovador, sorprendente y opuesto a la tradición cuando hablamos de carisma

relacionado con los movimientos sociales y en menos grado cuando nos referimos al carisma institucional.

Otro aspecto que parece poco desarrollado es la delimitación del carisma político. Hay una relación del carisma con la religión y con la guerra como antecedentes al carisma político, pero no circunscribe propiamente éste último en condiciones de modernidad (su simbología, su ritual) simplemente hace hincapié en el discurso político, al hablar de un carisma de la palabra pero no analiza a través de qué proceso se crea y se difunde el carisma político, ni toda su pluridimensionalidad.<sup>20</sup> Sin duda, es difícil delimitar nítidamente este fenómeno carismático pues se muestra y participa de los distintos ámbitos: el político, el religioso y el artístico. El fondo de la cuestión política puede distar del contenido religioso pero no la forma, pues la simbología y el ritual están próximos al universo de lo religioso, en otras palabras, configuran la religión civil.<sup>21</sup>

La elección tiene lugar por medio de la influencia personal y de la “apelación a intereses materiales o ideales” del electorado, el procedimiento electoral representa las reglas del juego para la lucha “pacífica”<sup>22</sup> por el acceso al poder. El político carismático en una democracia tiene la misión de explicar unas ideas, un programa político, de efectuar una cierta pedagogía política. Uno de los elementos que influyen en la entrega, sin paliativos, de los individuos a su líder es la confianza depositada en él; como destacó S.N. Eisenstadt, los seguidores del líder creen en su persona, en la veracidad de sus palabras, en su honestidad y en su capacidad para liderar un país o un estado, una institución religiosa, y el caso del carisma del artista hacer vibrar y emocionar al

---

<sup>20</sup> Hay que mencionar que Weber habla del “gobierno plebiscitario”, del cesarismo francés. El plebiscito es un reconocimiento al pretendiente a soberano carismático. Una elección plebiscitaria es una elección carismática para Weber. WEBER, Max. *Economía y sociedad*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1993, pp. 861-863.

<sup>21</sup> GINER, Salvador et al. *Formas modernas de religión*. Madrid: Alianza, 1994.

<sup>22</sup> WEBER, Max. *Economía y sociedad*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1993, p. 864.

público, por ejemplo, en un concierto de rock. El líder es a su vez el símbolo, la persona donde se deposita toda una simbología nacional o simplemente idealista, el estandarte que da cabida y esperanza a nuevos ideales o al éxito nacional.

Weber muestra una cierta aceptación del carisma por lo heroico, individual y creativo de su carácter. No menciona en ningún momento el peligro que conllevan los movimientos carismáticos sino al contrario, parece mostrarse fascinado con el carácter individualista y revolucionario. Mas muestra, también, una cierta crítica basada en los aspectos materialistas del proceso de rutinización del carisma y en las distintas formas de institucionalizarlo y legitimarlo. Entiende el carisma puro o genuino y su potencial revolucionario, por lo menos como fuente para conseguir destruir dominaciones anteriores.

Con respecto a la *desmitificación* o *carisma neutral* que destaca Weber, en la modernidad esta tendencia se mantiene a medida que avanza la modernidad, pero por otro lado, se incrementa el *carisma mediático*. Podemos afirmar que el componente mágico del carisma desaparece con el proceso de racionalización y secularización de la sociedad. Sin embargo, los cambios estructurales que comporta la modernidad avanzada, su complejidad, la dificultad que supone la comprensión del mundo en que vivimos, junto al sentimiento de pérdida de identidad<sup>23</sup> como consecuencia del fenómeno de la mundialización provoca que haya una tendencia latente a mitificar los centros de poder y las personas que los ostentan.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> GUIBERNAU, Montserrat. *Los nacionalismos*. Barcelona: Ariel, 1996, p.168. (Ariel Ciencia Política).

<sup>24</sup> Salvador Giner destacaba con las siguientes palabras la tendencia a la idolatría de la sociedad moderna: *Los individuos atomizados y asustados del mundo contemporáneo a menudo les prestan su apoyo al buscar refugio y seguridad en la idolatría del líder, una actitud que en sí ya es autoritaria y constituye un verdadero mecanismo de evasión de las condiciones imperantes de peligro y aislamiento que ahora rigen la vida de hombres y mujeres.*

GINER, Salvador. *Sociedad Masa: crítica del pensamiento conservador*. Barcelona: Península, 1979, p. 229.

En su apreciación sobre las dificultades de convivencia entre el aparato político y el líder carismático, no tiene en cuenta que el carisma, también, puede actuar como elemento de cohesión del partido a través de un líder carismático reconocido y aceptado por todos. Es el caso de los *catch-all party* partidos de todo el mundo<sup>25</sup>, donde el liderazgo carismático ayuda a configurar un partido situado en el centro del espectro político que se encuentra o ha sufrido un proceso de desideologización, y que, por razones tácticas, se ha visto obligado a supeditar sus opiniones y decisiones a la consecución del mayor electorado posible. Esto sólo es propio de partidos grandes, y nunca en democracias pequeñas como la sueca o la noruega.<sup>26</sup>

Otro factor a destacar es la actuación del carisma político en democracia. Éste no sólo hay que buscarlo en lo extraordinario, también, en la representación de lo cotidiano, en la identidad común. Al líder político, además de su magistralidad, hay que reconocerle unas características accesibles a todos, que sean humanas y un reflejo de la sociedad en que vive. Los artistas del s. XIX, por ejemplo, dedicaban sus cuadros y sus esculturas a mostrar el prototipo de la mujer o el hombre rural.<sup>27</sup> En el carisma encontramos un cierto espíritu romántico, un aura de sensibilidad frente al pragmatismo y a la eficiencia. En esta dualidad emoción –razón, tradición-modernidad dentro de estos parámetros se mueve el carisma en la modernidad avanzada. El líder carismático es vivido como propio, se convierte en un símbolo, y a su vez es considerado el político más apto para llevar a cabo los intereses e ideales del sector de la población que le otorga carisma.

---

<sup>25</sup> Son partidos donde se sacrifican las ideologías en pro de ampliar el espectro político, es decir, el número de votantes. KIRCHHEIMER, Otto. “El camino hacia el partido de todo el mundo”. En: LENK, Kurt y NEUMANN, Franz. *Teoría y sociología críticas de los partidos políticos*. Barcelona: Anagrama, 1980.

<sup>26</sup> Ibid., p. 335.

<sup>27</sup> Nos estamos refiriendo a las esculturas del Rosend Nobas cuyas imágenes mostraban el prototipo del hombre catalán medio, la campesina ildense, el campesino tarraconense, fruto, también, de una

Weber, a pesar de mostrarnos algún ejemplo, no analiza con detenimiento los diferentes motivos que pueden ocasionar la pérdida de carisma, o las fluctuaciones del mismo. Como ejemplo nos cita que los grandes fracasos comportan una pérdida de carisma, estos fracasos rompen el prestigio del líder y facilitan las revoluciones carismáticas. Por ejemplo, en el caso de las Monarquías son peligrosas las guerras donde se salga derrotado y para la República las guerras triunfales pues pueden dejar aparecer algún general como victorioso. Pero abordar el concepto de una forma tangencial, a mi entender, una vez ha surgido el carisma, éste siempre puede volver a aparecer. El carisma se construye lentamente, surge, puede pasar a formar parte del olvido, pero se retiene en la memoria, pues va acompañado de momentos decisivos de cambio, puede volver a resurgir – sobre todo si el liderazgo ha tenido éxito-, podemos hablar, pues, de fluctuaciones del carisma, de momentos o períodos carismáticos, estrechamente relacionados con la aparición de un líder político catalizador y símbolo de la esperanza en momentos históricos decisivos, o simplemente por el cambio que en democracia significa la alternancia política. Un elemento vinculado al carisma es su capacidad de sorprender a la audiencia o a los seguidores, el aportar claridad y la propia trascendencia que el cargo político otorga. Weber no menciona que el carisma deba ser sorprendente, innovador, que deba adelantarse a cualquier acontecimiento, a la vez, el líder carismático tiene que mantener siempre un tono reivindicativo, una autocrítica al propio sistema.

El profeta o líder carismático estipula aquello que se debe hacer en aras a realizar su misión en un marco o límite territorial determinado (pueblo, etnia, grupo profesional), esta limitación contemporánea de Weber se puede ver superada en la modernidad avanzada con los nuevos medios de comunicación (televisión e internet),

---

idealización del mundo rural. No podemos obviar que las clases en el siglo XIX estaban mucho más

ya que el proceso de mundialización también puede afectar a los movimientos carismáticos, especialmente en su difusión transnacional y en su envergadura.

La mundialización ayuda a que se sobrepasen los límites étnicos o nacionales del carisma para poder establecerse relaciones carismáticas en ámbitos mucho más difusos, si bien sigue habiendo un componente de identidad importante, no necesariamente el nacionalista, pero sí se comparten preocupaciones, injusticias o ideales que configuran una masa de seguidores liderada por individuos más o menos visibles y sobre todo aglutinados a través de organizaciones con idearios claros y prácticos. El carisma es visto en estos casos para los individuos que lo integran, sin ser conscientes tal vez de ello, como una acción eficaz y dirigida directamente contra los poderes establecidos, contra la misma rutinización política del carisma, cuyas características *per se* abordaremos en otro apartado.

La ambivalencia del carisma hace que sea fruto de la simple manipulación de las masas y de la irreflexión. Por ejemplo, el Holocausto judío cometido por los nazis, los atroces suicidios colectivos de sectas norteamericanas como la de Charles Manson y la del Templo del Pueblo. A su vez, los medios de comunicación pueden ser agentes de socialización negativos que inducen a la conducta amoral y a la delincuencia.<sup>28</sup>

### **2.7.1. La desmitificación o carisma neutral de Weber**

Se plantea, también, el problema de la libertad y del carisma. Si las masas están plenamente dominadas por este líder carismático, la única persona que goza de plena libertad en sus actuaciones es el líder político. El carisma es, pues, una forma de

---

delimitadas que en la actualidad.

<sup>28</sup> GINER, Salvador. *Sociedad Masa: crítica del pensamiento conservador*. Barcelona: Península, 1979, p. 273.

limitación de la libertad humana y del pleno desarrollo de la integridad personal. Esta afirmación la encontramos ya en Hannah Arendt en su defensa del término de autoridad, aspecto que considera ha ido desapareciendo a medida que ha avanzado la modernidad durante el s. XX,<sup>29</sup> frente a la persuasión. Se remonta a los clásicos, concretamente a Platón quien introduce la autoridad como alternativa de la forma griega de tratar los asuntos públicos a través de la persuasión. Autoridad y persuasión son analizados como dos conceptos distintos cuando podemos encontrar una autoridad persuasiva. Si bien Arendt considera la autoridad como necesaria, pues cada vez nos movemos en un mundo resbaladizo cuestionado constantemente, en la actualidad, el concepto de autoridad, a pesar de ser necesario, está cada vez más desacreditado y para superar cualquier actitud subjetiva hablaríamos de la importancia de la normativa. De hecho, la autoridad descrita por Arendt es la que sigue las leyes, por lo tanto parte de una base racional.

Finalmente, Weber a partir de su comprensión de la psicología de las turbas<sup>30</sup> pone en duda que la actuación de las masas pueda ser considerada una acción social, entiende que la multitud y el gentío provoca frenesí, euforia, se actúa por influencia, no necesariamente se decide. Así, la actuación de las multitudes no se puede considerar una acción *significativa*, la acción no está cargada de intencionalidad, por lo que hace a las turbas que iban a linchar comunistas o judíos, puede ser una mera “imitación”. Este aspecto es cuestionable, como defiende Arendt, por lo que respecta a los burócratas de la muerte, los ejecutores de la “Solución Final” en este caso sí puede ser considerado acción social. Usando la terminología de Weber entiendo que el carisma se convierte en una acción social, tradicional, afectiva -motivada por la pasión y la identidad-, mas

---

<sup>29</sup> ARENDT, Hannah. *Entre el pasado y el futuro. Ocho ejercicios sobre la reflexión política*. Península: Barcelona, 1996 [1954].

<sup>30</sup> WEBER, Max. *La acción social: ensayos metodológicos*. Barcelona: Ediciones Península, 1984.



también, racional. El carisma del líder político es el medio, el instrumento para conseguir unos fines sociales.

### 3. DURKHEIM: RITUAL E IDENTIDAD

En este apartado destacaré aspectos de la obra de Durkheim relacionados con el ritual y la identidad que considero pertinentes para mi argumentación. Durkheim aborda el ritual como parte integrante del culto y éste, a su vez, como práctica indispensable para que pueda darse o practicarse una religión. Nos interesa, especialmente, todos los aspectos que destaca sobre la religión y, es a partir de su teoría sobre las religiones que podemos acercarnos al carisma político. Como hemos visto en el apartado anterior, el carisma político proviene del carisma religioso por lo tanto su ámbito de actuación está, sino inmerso, más próximo a lo sagrado que a lo profano.<sup>1</sup> El carisma político tiene una forma de manifestarse similar a la religiosa. A través de la obra de Durkheim intentaré interpretar la relación que se establece entre líder y seguidores. Analizaré el concepto de la identidad, si bien Durkheim no se refiere propiamente a ella, en base a la identificación de los fieles con la religión, para poder percatarnos, posteriormente, como a través del carisma político se percibe la identidad.

A través de ciertos ritos aborígenes australianos Durkheim intenta llegar a una teoría de las religiones. Para Durkheim la religión es “un sistema más o menos complejo integrado por “mitos, dogmas, ritos y ceremonias”. Establece dos categorías en los sistemas religiosos: las creencias y los rituales. También, establece una dualidad entre dos formas de ordenar el mundo: los aspectos referentes al mundo de lo *profano* y lo perteneciente al mundo de lo *sagrado*.

Lo profano no puede entrar en contacto directamente, sin previa preparación, con lo sagrado; para poder ponerse en contacto con lo sagrado debe participar, en cierta medida, de este mundo. Lo sagrado se define por ser aquello que es protegido por las

prohibiciones y lo profano es aquello a lo cual se aplican estas prohibiciones. Las creencias religiosas son representaciones que expresan la naturaleza de lo sagrado y, por último, los ritos son unas reglas que estipulan como el ser humano debe acercarse a lo sagrado. Hay fenómenos religiosos que no pertenecen a ninguna religión y eso se mantiene en algún vestigio de un rito religioso que, en la actualidad, puede estar representado como una muestra de folklore.

Durkheim, además de destacar como esencia de la religión las representaciones y las creencias, destaca la importancia del ritual. La función de la religión es para el creyente infundirle ánimo y ayudarlo a vivir. Esta transmisión se efectúa a través del culto que se genera, una y otra vez, a través del ritual. Así, mantiene vivas las creencias de los fieles. Se parte de la idea de la existencia de una “experiencia religiosa”, vivida por los creyentes, que como tal tiene un valor explicativo. La causa de estas experiencias religiosas es la sociedad. A través de la acción común de sus individuos la sociedad toma conciencia como tal, y es posible a través de la creación de símbolos y de ritos configurar la vida religiosa.

Establece que las categorías fundamentales del pensamiento y por tanto de la ciencia tienen orígenes religiosos. Por ejemplo, el hecho que la ciencia y la magia provengan de la religión, o que en muchas sociedades no se pueda diferenciar entre el ritual y las normas morales hasta avanzada la “evolución”, le lleva a pensar que muchas instituciones provienen de la religión.

Los sentimientos colectivos de una religión, para que tomen conciencia, tienen que representarse sobre objetos. La forma física que adquieren es tan sólo una apariencia superficial. Es necesario entender la conciencia que los integra para poder obtener el verdadero significado. Los rituales tienen una función mecánica, se trata de

---

<sup>1</sup> GINER, Salvador. “La Iluminación Carismática de la Razón”. En: *International Review of Sociology*.

unas acciones (comidas, abluciones). Pero estas maniobras externas sólo son la superficie, en profundidad se llega hasta las conciencias para “tonificarlas y disciplinarlas”.

La religión no tiene como espejo una sociedad ideal sino una sociedad real con sus virtudes y sus maldades o bajezas. Aún así reconoce que a través de la mitología se encuentra representada la sociedad de forma idealizada. Hay que preguntarse acerca de la idealización de la sociedad ¿Cuál es su origen? Durkheim lo encuentra en la misma naturaleza de los hombres, en la tendencia del pensamiento humano a idealizar. La idealización, es pues, una característica de las religiones. Lo sagrado se define, al igual que el ideal, por ser lo añadido a lo real, por lo tanto no es posible separar lo sagrado de lo ideal. Este mundo ideal es añadido en el pensamiento al mundo profano, o mundo real; es como una “dignidad más alta” que se relaciona con el primero. Esta sociedad ideal forma parte de la sociedad real pues la sociedad se define no tan solo por un conjunto de individuos, en un territorio y con unos utensilios sino también por la idea que tiene de si misma. Es en el mundo colectivo donde el hombre aprende el ideal y a partir del ideal social el individuo crea su propio ideal individual. La idealización es una característica de las religiones.

La conciencia individual desarrollada en las religiones a través de sus cultos individuales proviene de la conciencia colectiva. Las creencias se fundamentan en la fe y ésta no es una meditación individual sino que es una exaltación colectiva. Durkheim, además de preguntarse sobre el culto individualista, se pregunta por la universalidad de las religiones. Ésta la ha encontrado no sólo en las grandes religiones, sino también en religiones de sociedades simples como en Australia, donde aparecen dioses comunes a distintas tribus. Afirma, pues, la tendencia universalista de las religiones.

Las manifestaciones de efervescencia colectiva que pueden inspirar emoción y entusiasmo pueden quedar obsoletas con el tiempo pero difícilmente son sustituibles. Reconoce ciclos en la sociedad de más o menos efervescencia. Es de la propia sociedad de donde pueden surgir cultos nuevos. Durkheim estima que la religión cambia el estado de la actividad psíquica suscita un gran grado de efervescencia, de sensaciones fuertes que incluso se siente transformado y transforma la realidad que le rodea atribuyendo a las cosas que le rodean un poder excepcional, el cual no tienen. El ritual permite la creación de momentos de “efervescencia colectiva” aspecto que consideramos va unido a los momentos carismáticos, la efervescencia describe el carisma como éste es vivido por los seguidores de un líder o una causa.

La religión no solamente se basa en el culto (fiestas, ritos); también es un sistema de ideas que intenta expresar el mundo en cuestión a través de su idealización de la realidad creando una cosmología. La religión y la ciencia tienen el mismo objeto de estudio, y a medida que avanza el pensamiento científico la religión está en regresión. Pero la ciencia no puede negar la existencia de la religión, ésta no es discutida, ciencia y religión rivalizan en el aspecto especulativo, en su capacidad de crear dogmas en aquellos aspectos que son objeto de estudio de la ciencia. Reconoce que las teorías destinadas a ayudar a vivir de la religión sobrepasan la ciencia pero a su vez tiene que conocerla y no puede actuar en contra de lo que ella limita. Con la aparición de los fundamentalismos y en las prácticas religiosas que siguen la tradición se crean contradicciones entre los postulados de la Iglesia y los de la ciencia.

Los dioses en cada religión son creados a partir de conceptos que no son percibidos de igual forma. Cada pueblo crea sus héroes históricos y legendarios que varían según las épocas. Las representaciones sensibles o imágenes que tienen una

movilidad constante en el tiempo. Una experiencia vivida, sin embargo, es difícil de repetirla con las mismas sensaciones ya que continuamente estamos cambiando. Los conceptos, contrariamente, son impersonales y mucho más permanentes y su cambio es mucho más limitado, además, son universales y comunicables. Esta mayor estabilidad de los conceptos frente a las imágenes o las sensaciones se debe porque las representaciones colectivas son más estables que las individuales. Solo grandes acontecimientos pueden afectar a la colectividad. Los conceptos colectivos pueden enriquecer el saber individual, pues muestran toda la sabiduría colectiva acumulada. Pensar en conceptos es una forma más sabia de actuar, los conceptos clarifican la realidad.

La mayoría de los conceptos se obtienen a través del lenguaje, no metódicamente, sino a partir de la experiencia común. Las representaciones colectivas se encuentran bajo control continuamente por todas aquellas personas que van añadiéndose y las verifican a partir de su propia experiencia. Se propone la necesidad de analizar las creencias religiosas y ver su veracidad por muy extrañas que sean. Pensar conceptualmente consiste en subsumir lo variable de lo permanente y lo individual de lo social. El pensamiento lógico ha existido siempre porque empieza con el concepto.

Por encima de los conceptos se encontrarían las categorías que englobarían a estos. El concepto de “todo” no puede venir del individuo ya que solo es una parte de la realidad. El *todo*, la *totalidad*, es la categoría por excelencia, pues su función es englobar nada mejor que el propio concepto de totalidad. Tampoco podemos tener a partir de nosotros mismos el concepto de tiempo global, o espacio global. La única manera es a través de la sociedad, ésta proporcionará las nociones de totalidad (con las que debe ser representada). Para poder representar el mundo tenemos que recorrer a la sociedad, el único lugar donde podemos encontrar los conceptos en su totalidad.

De igual forma la historia mundial es la historia de la sociedad, con sus períodos establecidos de dispersión y de concentración que corresponden a los períodos de reflexión colectiva. Curiosamente, estos momentos se relacionan con la aparición de algún astro, eso es así para poder hacer visible estos movimientos de la sociedad a todo el mundo.

Se establecen un conjunto de relaciones sociales en la base de las categorías (clases sociales, tiempo social, espacio social y causalidad colectiva) cuyas formas son aprendidas por las consciencias individuales. La sociedad no es pues un ser ilógico está formado por la consciencia colectiva que es la forma más alta de vida psíquica. La consciencia colectiva está situada, dentro de esta construcción durkheimiana, en la parte superior, desde donde se puede vislumbrar el aspecto permanente de las cosas y, también, puede vislumbrar lejos, a través del tiempo, con lo cual puede proporcionar unos marcos aplicables a todos los seres. El pensamiento lógico es parte de la sociedad. La sociedad es a su vez una individualidad que contiene subjetivismos que deben apartarse para poder llegar a su verdadera realidad.

A medida que se universalizan las creencias, se amplía también la sociedad ésta ya no es el todo sino es una parte de un todo con unas fronteras más difusas. Las cosas ya no se organizan dentro del marco de la sociedad sino que parten de principios propios y su organización lógica se diferencia de su organización social. El ser humano tiene la capacidad de superar su punto de vista y elevarse a un posicionamiento impersonal. Esta razón impersonal no es nada más que el pensamiento colectivo. Hay una parte impersonal en nosotros porque hay una parte social. Entre el mundo de los sentidos y las apetencias y, el mundo de la razón y la moral, hay una gran distancia. La sociedad, en su capacidad creadora, es la encargada de acercarlos. Cada creación -a excepción de la mística- es una síntesis. Hay que elevar la síntesis de la sociedad por

encima de las creaciones individuales. La sociedad es un todo de una gran riqueza física y moral. Durkheim también habla de la anomia como un estado de desintegración social de las sociedades, más adelante dedicamos un apartado a este aspecto.

### **3.1. Evaluación**

El carisma por su origen proviene de la religión y del ámbito de lo sagrado. El líder político se construye a través de la realidad y es idealizado. Esta construcción idealizada del guía político por los seguidores es una parte del aspecto constitutivo del carisma por ello podemos decir que participa más del mundo de lo sagrado que de lo profano. Así, el carisma al participar del ideal participa del mundo de lo sagrado. A su vez, el líder puede ser un político-religioso ostentar la dirección política y ser una autoridad religiosa. Otra muestra de este paralelismo entre religión y carisma político lo muestra la transformación personal y la atribución de excepcional a todo lo que lo envuelve tanto en el ámbito de la religión, que nos describe Durkheim, como en el de lo político. De igual forma que las religiones necesitan fijarse sobre objetos exteriores para tomar conciencia, los grupos políticos necesitan personas e ideas para configurarse. El líder político se convierte en una imagen venerada de la realidad trascendiendo del mundo político de la profano al mundo sagrado a través del carisma. El líder político carismático se convierte pues en una imagen idealizada de la realidad.

A su vez, el líder político como miembro de una sociedad tiene que responder por lo menos a los intereses de algunos de sus grupos, tiene que encarnar aquellos valores que son considerados representativos de la colectividad a la que representa. El carisma que se configura con la relación entre líder político y seguidores, está también influenciado por el contexto histórico y por el sector que representa el líder político. El



carisma no se limita a una simple relación de entrega al líder por sus adeptos se producen a su vez unos lazos de identidad. El líder simboliza los valores y los anhelos del grupo al que representa y el grupo lo considera la persona capacitada para defender sus intereses.

La ciudadanía atribuye carisma al líder político, en parte, porque le reconoce un número de atributos personales y valores aceptados socialmente como son: la relación matrimonial; una imagen correcta, ser joven; una forma de expresión adecuada. Todo ello puede incluso ser más valorado que las cualidades propiamente políticas que quedan en un segundo término. Estas características y cualidades son valoradas, sobrestimadas e idealizadas por los ciudadanos y las ciudadanas de forma consciente o inconsciente.

Ann Ruth Willner constató la posibilidad obvia de que los líderes nacionales aparecieran con “la posibilidad de una identificación plural”, en un principio podían ser vistos como hombres marginales i después podían ser identificados con diferentes grupos o segmentos.<sup>2</sup> Posteriormente, Kyösti Pekonen en su análisis del Presidente Mauno Koivisto atribuía su éxito político electoral a la identificación del electorado del Presidente con la clase obrera tradicional finlandesa.<sup>3</sup>

Esto nos lleva a la siguiente pregunta acerca de la identidad nacional y su expresión a través del liderazgo político ¿En un mundo cada vez más globalizado cuál es la relación del carisma respecto al líder nacional? ¿Podemos hablar de un líder político transnacional, susceptible al proceso de globalización? Sin duda las transformaciones que respecto a la identidad ha acarreado la globalización han

---

<sup>2</sup> WILLNER, Ann Ruth. *Charismatic Political Leadership: a Theory*. Princeton: Princeton University Press, 1968.

<sup>3</sup> “El presidente Mauno Koivisto representaba, también, a través de su imagen la historia y las características de la clase obrera finlandesa con su patriotismo, dominación masculina, las características patriarcales y con el mito del hombre honesto y trabajador”. PEKONEN, Kyösti. *Charismatic*

significado, por una parte, la reafirmación de los valores nacionales en la búsqueda de la propia identidad<sup>4</sup> y subsecuentemente la mayor adhesión a un líder que represente la defensa de los valores tradicionales y nacionales. Sin embargo, a su vez, el liderazgo político carismático de un país puede trascender sus fronteras, e incluso puede ser vivido como propio, como es el caso de los líderes norteamericanos como J.F. Kennedy y Bill Clinton, debido a su gran influencia en Occidente; o en líderes políticos del Tercer Mundo idealizados por su ideología y tenacidad, como es el caso de Gandhi y de Fidel Castro en los años setenta.

No podemos pretender que el carisma se manifieste de igual manera sino que las formas en como se presenta varían a lo largo de la historia. En un doble sentido se readapta a los valores e idealizaciones de la sociedad en cada momento y es también sensible al contexto histórico, especialmente, como veremos más adelante en los momentos de transición o cambio histórico. El modelo de líder político carismático predominante varía a lo largo de la historia y es extremadamente sensible a las diferencias étnicas y sociales.

Con el proceso de mundialización de la cultura y la aparición de las superestructuras políticas se tiende a que el carisma sobrepase las fronteras nacionales. La inmediatez que proporcionan los medios de comunicación acerca los actores políticos y los acontecimientos de distintas zonas del planeta con las que podemos sentirnos identificados por solidaridad, por pasado común o simplemente por admiración.

Así pues el liderazgo político carismático tiende a reflejar las distintas identidades que se desarrollan en la sociedad; desde la identificación con grupos

---

*Leadership and the role of image in modern politics. Charismatic effects and the Problem of Political Presence: The case of Finland in the 1980s.* Jyväskylä: University of Jyväskylä, 1989, p. 41.

<sup>4</sup>GUIBERNAU, Montserrat. *Los nacionalismos*. Barcelona: Ariel, 1996. (Ariel Ciencia Política).

marginales, profesionales, étnicos, femeninos, hasta un ámbito estrictamente nacional, donde se perfilan corrientes progresistas, tradicionales, pero también reaccionarias, unidas a los valores de defensa del nacionalismo a ultranza; hasta la posible defensa en un futuro de las superestructuras políticas, como Europa, o la identificación con líderes que defiendan valores universales como los Derechos Humanos más allá de las propias fronteras.

El carisma político puede ser revolucionario y la adhesión se produce por un acercamiento irracional o racional que permite identificar los postulados del líder como propios y, a su vez, entrar a formar parte de una identidad compartida. Se comparte la defensa de unos objetivos políticos situados territorialmente en un ámbito nacional, supranacional o mundial. De hecho, el carisma puede producirse tan solo por una identificación del líder político con símbolos próximos a los seguidores, desde su lenguaje, identificación con héroes del pasado, referentes históricos o mesiánicos, una imagen que se considere correcta pero a la vez próxima y representativa de un estilo de vida o de un sector de la población. Debemos añadir que el propio líder creará con su genuinidad unas nuevas características que se convertirán en características carismáticas.

Además, el líder político carismático es considerado por sus seguidores la persona más capaz de liderar un país o una revolución y con esta finalidad se le otorga su apoyo incondicional. El liderazgo ayuda a configurar, a través de las ideas que expone el líder político, la síntesis de valores e ideales que la sociedad representa. El líder político actúa como catalizador, como espejo corrector de la realidad.<sup>5</sup> Los valores individuales, la comprensión que cada cual hace de las cosas es homogeneizada con las actuaciones de los líderes políticos. El líder político puede ser creador de conciencias

---

<sup>5</sup> BOURDIEU, Pierre.

“La représentation politique. Eléments pour une théorie du champ politique”. En: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. Febrero-1981, vol. 2, núm. 36-37.

colectivas a través de la *síntesis* de las conciencias particulares. Al igual que en la religión el líder político comparte proyectos, ideas y creencias con sus seguidores.

La pregunta que nos hacemos a continuación es si una vez consideramos al dirigente político como un líder político carismático, también, está sujeto a la misma variabilidad. En el caso del líder político carismático vemos como el carisma puede aparecer y desaparecer, es fluctuante según el contexto socio-político de manera que en aquella persona que ha aparecido puede siempre volver a surgir. Es por tanto una cualidad permanente de un líder político con fluctuaciones, la pérdida de carisma, puede venir ocasionada por el fracaso político, la corrupción y el descrédito que ella comporta. Pero siempre el líder político carismático mantiene un sustrato a través de cuya base puede volver a resurgir.

Pero aún tenemos que destacar otro factor de la actuación del **carisma político en democracia**. El carisma hay que buscarlo, también, en lo cotidiano, al líder político se le deben reconocer unas características accesibles a todos, unas características humanas, es un aspecto, por lo tanto, contrario a la visión histórica de Weber.

Por último, a mayor secularización de la sociedad también irá desapareciendo la importancia del ritual político, el *culto* variará su forma a lo largo de la historia, si bien se mantiene pues una forma intrínseca del carisma político, éste no puede darse sin un mínimo ritual previo ya sea real o mediático. Se produce pues una sacramentalización de la actividad política formas rituales de la religión se transportan, con modificaciones en la forma y en el espacio, al ámbito político. Por ejemplo, la intervención de un Secretario General en el congreso de su partido, no está tan lejos del sermón del capellán a sus feligreses ; los recordatorios al final de una intervención o varias para

---

“Penser la politique”. En: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. Marzo-1988, vol. 3, núm. 71-72.

organizar el encuentro, es la misma fórmula que utiliza el sacerdote antes de finalizar la misa.

## 4. EL CARISMA POLÍTICO EN RUDOLF OTTO Y MAX SCHELER

### 4.1. Rudolf Otto

Rudolf Otto intenta discernir lo irracional y lo racional en la idea de Dios para llegar a ello define la esencia de lo santo como categoría explicativa y valorativa que nace en la esfera religiosa. En primer lugar, descarta utilizar explicaciones simplistas como pensar que lo irracional es creer en el milagro y lo racional no. Asimismo, rehúsa la acepción kantiana de “voluntad” y su contenido moral que lleva a significar simplemente lo bueno. El autor lo que pretende es encontrar una palabra que defina el *excedente de significación* de lo santo, ese *algo más* que es indefinible y que la propia palabra ha perdido en significado por su estrecha relación con la idea de la moral. Ello le lleva a crear el neologismo y una nueva categoría lo *numinoso*.<sup>1</sup>

Lo *numinoso* viene etimológicamente de la palabra latina *numen*. Al llenar de significado el vocablo, éste, por un lado, presenta la forma del *tremendum* del misterio que distancia con su *majestad*, pero, por otro lado atrae, embarga y fascina. Los conceptos que lo describen son el amor, la misericordia, la compasión, la piedad.<sup>2</sup> La idea de *mysterium tremendum* y de *orgé*, la cólera de Jahveh, son formas arcaicas de la religión que Otto las califica de formas más primarias o primitivas. El cristianismo al hablar de la idea de ira de Dios transmite un carácter de espanto que no siente el hombre actual. Con respecto al sentimiento de “numinosos” cita a Schleiermacher quien lo considera un sentimiento de dependencia, un “sentimiento de criatura”. Este sentimiento para Otto es el previo, es concomitante al sentimiento que él llama *numinoso*.

---

<sup>1</sup> Expresa la dificultad de definir lo numinoso, ese contacto con Dios. No se puede poderse traducir, tal vez lo más cercano sea “lo enorme”, lo “sublime”, lo inesperado lo “heteróclito, que sorprende”. OTTO, Rudolf. *Lo Santo. Lo racional y lo irracional en la idea de Dios*. Madrid: Alianza Editorial, 1998 [1917], p. 15.

El sentimiento religioso de *mysterium tremendum* puede ser sentido de diversas maneras más o menos dramáticamente. El misterio no significa nada más que lo oculto, lo secreto, lo tremendo se acerca a expresiones que hacen referencia al terror. El sentimiento “numinoso” se distancia del pavor, pero son términos cercanos (temblor, estremecimiento, terror). Un segundo elemento que configura lo numinoso es el concepto de *majestad* que designa lo poderoso, la omnipotencia. Junto a los conceptos de *tremendo* y *majestad* hay también el de *energía*. Esta “energía” comporta, actividad, movimiento. La idea de “energía”, en Fichte, de lo absoluto como gigantesco como afán de acción, para Schopenhauer es la voluntad demoníaca. Goethe subraya el carácter del *numen* en sus descripciones de lo que él llama “demoníaco”. También, destaca la utilización de los griegos de la palabra *eusebia* que hace referencia a “la relación de emoción y de servidumbre respecto a lo divino”. Así, los tres caracteres del numen son lo tremendo, la majestad y la energía. Otro atributo que destaca en la idea de Dios es lo misterioso, lo desconocido, es la idea de lo incomprensible y lo inaprehensible, algo que es inconmensurable hasta provocar el espanto.

Conseguir un pleno conocimiento de lo *numinoso* es imposible por su carácter inefable, esto lleva a Otto a invitar al lector a que indague en la propia experiencia religiosa, en su capacidad de estremecerse, de sentir la emoción religiosa, el momento de solemnidad. Nos advierte que no se podrá entender su análisis sino se ha tenido previamente una experiencia religiosa. De todas formas lo *numinoso* buscado es apetecido, no sólo en virtud de los auxilios y beneficios, también, fuera de lo racional.

Una forma de entrar en contacto con lo numinoso es a través de los ritos, las formas de comunión, los sacramentos. Con multitud de prácticas (ceremonias,

---

<sup>2</sup> Ibid., p. 52.

bendiciones, conjuros, prácticas *chamanísticas*).<sup>3</sup> Uno intenta apoderarse de lo sagrado hasta identificarse con el *numen*. Los Cánticos al Señor le demuestran *algo más* a lo que llama lo *fascinante*. Pero el elemento fascinante no alimenta tan solo el sentimiento religioso del anhelo; también, se da en el sentimiento de lo “solemne”, la solemnidad que llena el espíritu de manera inefable. El elemento irracional fascinante conduce al *hesychia* (estado místico de profunda quietud del espíritu) y al arrobamiento en que se llenan el volumen del alma. Todo ello nos demuestra que bajo nuestra esencia racional yace oculto algo que el consumo, o que nuestros impulsos no sacian, lo que los místicos han llamado *el fondo del alma*. Lo *fascinante* por exaltación se convierte en lo *excesivo* (en latín *super-abindas*), en todo sentimiento de beatitud religiosa por muy contenido que sea manifiesta este sentimiento de exceso, “esta emoción de reboso”. El misticismo<sup>4</sup> es la identificación con Dios, con ese *algo superior*.<sup>5</sup>

Otro elemento que destaca en su análisis y que es de enorme interés para nuestro estudio es la noción de *gracia*. Expone que la *gracia* hay que entenderla en el sentido de los místicos, como *clemencia* pero nos dice que al mismo tiempo es *algo más* que eso. Las emociones de regeneración y gracia del cristianismo tienen su correspondencia en otras religiones, por ejemplo, en el budismo con el Nirvana.

Quien se acerca al numen se torna numinoso por su contacto, las formas de consagración los medios de gracia son a su vez derivados e instituidos por el numen, el mismo confiere algo de su propia naturaleza para permitir el trato con él. Este contagio

---

<sup>3</sup> La magia incluye una técnica de prácticas que son comparables con la religión, en las sociedades primitivas magia y religión se entremezclan. Además, los chamanes no son tan solo los magos y los “sacerdotes”, son también los sabios y los únicos “científicos” que tienen tiempo para contemplar y conocer la naturaleza. Mauss afirma que las prácticas mágicas son hechos sociales del mismo tipo que los ritos religiosos. MAUSS, Marcel. *Sociología y Antropología*. Madrid: Editorial Tecnos, 1979 [1971], pp. 148-152. (Colección de Ciencias Sociales. Serie de Sociología).

<sup>4</sup> Leon Schlamm destaca la tendencia interpretativa a identificar la experiencia mística con la experiencia numinosa, a su vez, destaca la necesidad de observar lo que une la mística y las formas de devoción de la experiencia religiosa. SCHLAMM, Leon. “Rudolf Otto and Mystical Experience”. En: *Religious Studies*. 1991, pp. 389-398.



de lo sagrado a través de entrar en relación con ello se encuentra en el concepto de *mana* de los melanesios quienes lo adquieren al estar en contacto con todo lo considerado *mana*.<sup>6</sup> El sentimiento numinoso no se enseña ni se aprende no existe “transmisión”. Solamente puede ser sugerido y despertado, lo numinoso gravita en la actitud grave, en el tono de voz, en la importancia del acto, en lo solemne, en el recogimiento y devoción de la comunidad orante.<sup>7</sup> Lo *santo* no se *enseña* a sí mismo como tal sino que es *sentido* de estas emociones a veces groseras pero sentidas nacen las comunidades religiosas. El autor ha distinguido lo santo como categoría *a priori* del espíritu racional. Estos conocimientos no son los que tiene todo ser pues sino serían innatos, sino los que *puede tener*. No se despiertan por si solos en la experiencia sino que son despertados por otros mejor dotados para ello. Así, destaca la frase de Lutero *solo quien es verbo entiende el verbo*.

Otto habla de la impresión numinosa por ejemplo que emana de Jesús, un sentimiento de temor y admiración que lleva a la entrega, a seguir sus pasos. Si podemos experimentar la emoción de ver lo santo a través de la contemplación, el alma se abre de par en par y se entrega a la pura impresión. Allí donde ha habido una verdadera percepción de “lo santo” se presenta un elemento que podría designarse como *signo concomitante*, se refiere a esa fuerza espiritual exaltada que se desprende de la imagen histórica de Cristo. La pasión y la muerte de Cristo también están cargadas de una valoración sentimental.<sup>8</sup>

Por otra parte, el medio más eficaz de que dispone el arte para representar lo numinosos es lo sublime, sobre todo la arquitectura. Este sentimiento empezó ya en la

---

<sup>5</sup> OTTO, Rudolf. *Lo Santo. Lo racional y lo irracional en la idea de Dios*. Madrid: Alianza Editorial, 1998 [1917].

<sup>6</sup> Para más información véase el libro de: MAUSS, Marcel. *Sociología y Antropología*. Madrid: Editorial Tecnos, 1979 [1971], pp.122-133. (Colección de Ciencias Sociales. Serie de Sociología).

<sup>7</sup> OTTO, Rudolf. *Lo Santo. Lo racional y lo irracional en la idea de Dios*. Madrid: Alianza Editorial, 1998 [1917], pp. 83-91.

<sup>8</sup> *Ibid.*, pp. 218-222.

prehistoria en la época paleolítica con las pinturas rupestres. El sentimiento de grandeza solemne, de gestos pomposos y sublimes es un sentimiento bastante primitivo. Lo mágico no es más que una forma encubierta y velada de lo numinoso, que el gran arte presenta ennoblecido y transfigurado. Frazer destaca la función de los Reyes en las sociedades simples, además de su carácter de sacerdotes, en su relación con los dioses, poseen la dimensión de hechiceros; es más, pueden obtener su cargo por su habilidad con la magia blanca o negra.<sup>9</sup>

Malinowski, por su parte, establece la relación entre lo mítico, lo mágico y la tradición. Las montañas, las palabras, tienen un poder mágico. En los mitos *kula* se cuenta que la magia da poderes de belleza, fuerza e inmunidad frente al peligro. Por otra parte, el mito tiene una influencia normativa de fijar las costumbres y sancionar los comportamientos atípicos. La magia ocupa un papel muy importante en la vida de los indígenas de la Trobiand, estudiados por Malinowski, pues en ella se basa el éxito o el fracaso, la magia es un intento por gobernar las fuerzas de la naturaleza; tiene pues un componente racional.<sup>10</sup>

En las religiones, por ejemplo, en el Tao lo sublime es el paisaje y las esfinges, en lo cristiano es la arquitectura gótica, las grandes catedrales. Sin embargo, lo mágico no es lo numinoso, el arte no es más que un medio indirecto de representación de lo sublime. El silencio y la oscuridad, especialmente lo primero, producen el efecto de la presencia del numen. El vacío del desierto y de las estepas, también, produce el alejamiento de la conciencia del aquí y ahora y hace presente lo “absolutamente heterogéneo”. La música no tiene tampoco una manera de expresar lo santo. El instante más santo de la misa, la consagración, se expresa con el silencio. El estado inferior del

---

<sup>9</sup> FRAZER, J.G. *La rama dorada*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1998 [1921]

<sup>10</sup> MALINOWSKI, Bronislaw. *Los argonautas del pacífico occidental. Comercio y aventura entre los indígenas de la Nueva Guinea melanésica*. Barcelona: Península, 2000 [1922].

sentimiento numinoso es el pavor demoníaco y está superado desde los profetas y salmistas.

En ninguna religión se ha llegado al anhelo penitencial con tan intensa y profunda expresión como en el cristianismo esto demuestra la superioridad del cristianismo frente a otras religiones.<sup>11</sup> Por fines pedagógicos no suele presentarse más que el aspecto racional de las religiones. El Dios del Nuevo Testamento es más santo, Jesucristo se convierte en persona que acoge, da refugio para que la persona ya consagrada y desprofanizada pueda acercarse a la misma santidad. Otro aspecto a destacar del cristianismo es la comunión, la fraternidad, que rodea a Jesús junto a sus discípulos quienes creen en sus palabras y en que es el redentor.

En el Nuevo Testamento todo queda mistificado, todo se hace numinoso, el ejemplo lo tenemos en los apóstoles, se les denomina “los santos”. La última cena de Jesús no se trata del miedo a la muerte sino el espanto hacia el misterio tremendo. También, hay pasajes que muestran la cólera de Dios contra la injusticia; recuerda al Jahveh colérico y rabioso del antiguo testamento sólo que ahora se ve en forma de Dios grandioso. La idea de predestinación debería dividirse entre *elección*, la idea de haber sido elegido por Dios y propuesto para la *salvación*: el tocado por la gracia, y la idea de la *predestinación* de todos los hombres a salvarse o a perderse. El hombre con sus decisiones libres queda marcado por un poder eterno.

Con respecto a Lutero el autor destaca su frase *Tener un Dios no es nada más que confiar en él de todo corazón*.<sup>12</sup> Dios es para él pura bondad, pero conoce también lo temeroso de su Dios. Lutero lo designa el lado irracional de Dios. Aspecto criticado por Otto quien considera que no se puede separar el lado racional y el irracional de Dios. Es una relación semejante a la asociación de ideas, cuando se da X se da Y, es la

---

<sup>11</sup> OTTO, Rudolf. *Lo Santo. Lo racional y lo irracional en la idea de Dios*. Madrid: Alianza Editorial, 1998 [1917], p. 82.

relación entre lo racional y lo irracional en la idea de lo santo. La íntima relación de lo sublime con lo santo en todas las religiones elevadas muestra que también lo sublime es un esquema de lo santo.

La frase *Tu solus Sanctus* pretende conocer y ponderar algo valioso por encima de todos los conceptos. El autor entiende que *qadosch* o *santus* es una categoría moral se suele traducir por *supracósmico* pero esto no hace referencia al aspecto numinoso para ello propone introducir los términos *Augustus* lo mismo que *sebastos* mayestático, venerable y *semnos* lo que infunde respeto. Solo cuando se convierte en pecado se siente esa terrible pesantez de conciencia.

De pensadores clásicos destaca las ideas de Platón acerca de la racionalización de Dios. Platón, según el autor, incidió en racionalizar la religión, según su filosofía la divinidad era igual que la idea de *bien* por tanto era algo racional y concebible. Platón no tiene en realidad una filosofía de la religión sino que capta y aprende lo religioso no por conceptos sino por otros medios: por los ideogramas de los mitos, por el entusiasmo, por el Eros. Se niega a encerrar en un mismo sistema religión y razón. Otto reconoce que ningún autor del pensamiento ha expresado mejor la idea que *Dios está por encima de toda razón no solamente por incomprendible sino también por inaprehensible*.<sup>13</sup>

#### 4.1.1. Evaluación

Su definición de lo **numinoso**, esta idea de *algo más* espiritual que es inefable, nos sirve plenamente para intentar definir el carisma y la acepción religiosa y sagrada del término. Es pues de especial interés para nuestro análisis su concepto de lo

---

<sup>12</sup> Ibid., p. 137.

<sup>13</sup> Ibid., p. 133.

*numinoso* puesto que se encuentra muy cercano al concepto de carisma, ambos se funden en el campo religioso. El término *majestad* conserva el aspecto de numinoso y podemos aplicarlo tanto a dioses como a reyes. El intento de acercarlo a lo numinoso es el intento de llenar el vacío del alma, la vacuidad<sup>14</sup> que se da en las sociedades modernas occidentales a causa de su tendencia a la anomia y el posible aislamiento en las grandes ciudades y en las pequeñas comunidades.

En las sociedades simples existían ya ciertos conceptos que participaban del numen como: puro, impuro, creencia, culto a los muertos, animismo, hechizos, mitos y adoración de objetos naturales. Estos aspectos han sido estudiados por antropólogos como Frazer y Malinowski de quienes hemos destacado, sucintamente, su análisis sobre la magia en las sociedades simples. Un concepto que queremos ilustrar por estar impregnado de lo sagrado y su característica de inefable es el concepto de *mana* que el mismo Otto cita. Es difícil de definir por ser una característica que poseen objetos, personas y que impregna sus relaciones. Es una categoría que poseen solo algunos espíritus, como las almas de los jefes y los lugares sagrados. Se configura un mundo interno donde lo único que está en juego es el *mana*. La noción de *mana* forma parte de lo sagrado incluso se confunde con ello.<sup>15</sup> El *mana* es un atributo que hace referencia a lo extraordinario que al igual que el carisma reciben personas, objetos y relaciones. La existencia de estas relaciones inefables y cercanas a lo mágico, a lo extraordinario y a lo superior en sociedades simples plantea poder considerar el carisma como un arcaísmo de las sociedades que si bien se configura en la esfera religiosa persiste en la actualidad tanto en la esfera religiosa, como en la política y la artística adoptando formas más acordes con los nuevos tiempos. Favoreciendo la cohesión social y, a la vez, la manipulación de las masas.

---

<sup>14</sup> LINDHOLM, Charles *Carisma* Barcelona: Gedisa, 1992.

Otto da importancia a que el sentimiento religioso no se desvíe de antemano hacia cosas terrenales tomándolas erróneamente por numinosas. Este tema preocupa a distintos autores pero lo impuro, lo vulgar, nunca llega a convertirse en numinoso, simplemente se convierte en un sucedáneo de lo divino.<sup>16</sup> La importancia de la relación entre el profeta y los creyentes queda mitigada por la influencia de su moral, en definitiva, sus ideas. Lo numinoso en la experiencia de la relación carismática se encuentra en la emoción, el estremecimiento.<sup>17</sup> Será después de la relación carismática que las acciones del líder político o religioso influyen, por un lado, las ideas y las actuaciones de los colectivos que lo secundan y, por otro lado, las acciones del líder carismático se convierten en trascendentes para la historia, por su dinamismo y potencialidad de cambio.

Con respecto a su definición de lo numinoso considero que efectúa un análisis sincrónico del término, no contempla el proceso diacrónico, las variaciones de su significado en función de los cambios sociales e históricos. Otto aporta un análisis riguroso y con detenimiento del término pero olvida su posible transformación, especialmente, con el proceso de secularización y de modernización de la sociedad, por ejemplo, se deja en el tintero cuál es el papel del estado ante la figura sagrada de Dios. Por otra parte su obra no hace ninguna referencia al Dios justiciero medieval encarnado por la figura de Jesucristo en la cruz sus referencias al cristianismo se basan en los orígenes de la doctrina.

En su definición de lo numinoso, como gracia, solemnidad divina, en la fascinación y la devoción que suscita nos está describiendo las características que

---

<sup>15</sup> MAUSS, Marcel *Sociología y Antropología*. Madrid: Editorial Tecnos, 1979 [1971] (Colección de Ciencias Sociales. Serie de Sociología), pp. 122-133.

<sup>16</sup> GINER, Salvador. "Religión civil". En: *Claves de razón práctica*. Abril-1991, núm. 11.

<sup>17</sup> Rudolf Otto considera que el *mysterium tremendum* es el elemento central de la experiencia religiosa, lo sagrado solo se puede conocer a través del sentimiento. Este aspecto ha sido considerado por Donald López no válido para el budismo pues para Tsong-Ka-Pa el razonamiento y análisis es básico en la

configuran el carisma, sobre todo, el religioso. El carisma político participa de estos elementos propios de la religión puesto que son trasladados a la esfera civil convirtiéndose en una *religión civil*. Las características de estado puro del numen se atribuyen a su forma arcaica, la sociedad moderna ya será capaz de fabricarlo, imitarlo y manipularlo.

En la actualidad, hay una necesidad de búsqueda de la trascendencia, así como de la propia expresividad y gestualidad de los individuos. Se observa un anhelo por recuperar las formas más primitivas de expresión del cuerpo. Por una parte, encontramos una influencia de culturas tradicionales africanas y caribeñas como formas más cercanas a lo terrenal, a la movilidad, al baile y a los instintos; alejadas de los elementos asociados al mundo laboral, al autocontrol y que han comportado la racionalidad en la modernidad. Por otra parte, relacionado con la idea del numen hay una búsqueda de la paz a través de las religiones orientales, la naturaleza y el silencio todo ello alejado de los cambios ambientales y laborales a los que nos ha conducido el siglo XX.

#### **4.2. Max Scheler**

Los aspectos que destacaré de este autor son sus aportaciones sobre la reflexión de la figura de los “hombres” excepcionales, los líderes de la historia que Scheler sintetiza en su disertación sobre las figuras del santo, el héroe y el genio o sabio. En su obra contempla explícitamente la importancia del carisma como factor de legitimidad fundamentado por los lazos de amor al líder. La influencia del cristianismo en su

---

experiencia de la realidad. LÓPEZ, Donald. “Approaching the numinous: Rudolf Otto and Tibetan Tantra”. En: *Philosophy-East-and-West*. 1979, núm. 29, pp. 467-476.

enfoque lo lleva a la idea de que la actuación por amor es un elemento importante que revaloriza a las acciones de los personajes descritos.

Con respecto al liderazgo afirma que en todas partes existe una ansia de caudillo, la prueba son la cantidad de nuevas comunidades, círculos, órdenes, sectas, escuelas que surgieron en Alemania para satisfacer intereses vitales, cada uno con su propio “salvador”, su propio “profeta” o “reformador”. En las comunidades o naciones se plantea el problema de cómo hay que elegir el jefe y quién hay que elegir como tal.

Describe distintas clases de lazos que unen la comunidad con los jefes: utilitaristas, tradicionales, legales disciplinarias, naturales (padres e hijos), hereditarios y lazos afectivos. La autoridad carismática descrita por Sohm y Weber consiste en la fe en la persona, la confianza, el amor (erótico, no-erótico), la entrega y la fidelidad, pero también temor, respeto y terror que destacará Edward Shils. Asimismo, destaca cómo la autoridad carismática tiende a surgir en períodos de cambio histórico, de revoluciones.

Su definición es la siguiente:

*La autoridad más auténtica, y también la más poderosa, la que interviene más profundamente en la vida es siempre la autoridad carismática personal, y se puede decir que también la autoridad carismática profesional (por ejemplo, el sacerdocio católico-romano) y la carismática hereditaria, luego tradicional, la legal y la del vínculo consanguíneo, en última instancia se remontan a esta forma suprema de autoridad. En épocas revolucionarias, en épocas de cambios en la mentalidad colectiva, la autoridad carismática vuelve a adquirir preponderancia.<sup>18</sup>*

Además del liderazgo se preocupa por la idea de modelo cuya imagen se sigue a veces de forma inconsciente, sin saberlo la propia persona. Siempre hay un elemento en el mundo interior de las personas que predomina sobre otros, éste es el modelo a seguir. A veces, en el caso de líderes carismáticos, los jefes se convierten en el modelo, en todos los demás casos no lo son. Los modelos eficaces son los que influyen en la elección del líder y sobre todo en las características del líder.<sup>19</sup> Por eso el concepto de modelo es tan importante pues es el eco de los valores y preferencias; “los dioses” a los

---

<sup>18</sup> SCHELER, Max. *El Santo, el Genio, el Héroe*. Buenos Aires: Editorial Nova, 1961, p. 11.



que se sirve son los modelos que a su vez deciden los jefes elegidos. Nos matiza que mientras un jefe debe saber y creer que lo es, una persona puede ejercer de modelo sin saberlo. La relación entre modelo e imitador no tiene porque ser real ni depender del espacio, tiempo, presencia real, puede ser una persona que ha vivido en cualquier época (César, Sócrates, Jesús, Buda) o personajes creados por la literatura, en cambio, el jefe debe estar presente. Finalmente, los modelos suelen transfigurarse en los mitos y las leyendas de los pueblos.

Scheler denomina "jefatura" al grupo reducido de personas que ejerce el dominio y "subordinados" al grupo grande de dominados. Los investigadores franceses e italianos, Pareto y Mosca, hablan de una circulación de élites que constituyen la trama de la historia. El concepto de jefe que expone Scheler, a pesar que éste pueda ser de muchos tipos, demagogo, seductor, conductor..., es el siguiente:

*En la medida que quiere conducir y tiene cualquier número de seguidores, es 'jefe' en el sentido sociológico... Modelo implica, en su sentido inmanente, siempre también un "concepto de valor". Todos consideran a su modelo, en la medida en que lo tienen y lo siguen, como lo bueno, lo perfecto, lo que debe ser<sup>20</sup>.*

El concepto de genio lo utiliza en el sentido de sabio. En todo modelo hay una parte empírica y una parte apriorística, un ser y un deber ser, un elemento real y otro estimativo. Podemos decir que hay muchos tipos de modelos y estos abarcan muchos aspectos. La importancia de los modelos sobre la acción de los hombres, es muy importante; la acción de los modelos no incide sobre la voluntad sino sobre la consciencia de los valores que poseen las personas y sobre el amor y el odio de éstas. De ahí la importancia que Scheler otorga a la historia de las ideas en su capacidad de plasmar los ideales, las normas, los sistemas de valores y discernir entre lo que ha sido y lo que pudo haber sido.

---

<sup>19</sup> Ibid., p. 19.

<sup>20</sup> Ibid., p. 17.

Las posibles formas de modelo o tipos de modelo son: el santo, el genio, el conductor espiritual de la civilización, el artista en el arte de vivir. Éstos participan de la naturaleza espiritual de los seres humanos.<sup>21</sup> El hombre ha traído por sus modelos superiores, indicados por Dios mismo, consigue superarse. Un aspecto curioso a destacar, y no por ello poco importante, es la labor del cómico. El comediante elabora modelos, categorías cómicas sobre la forma de vida que se convierten en espejo de la realidad, una forma de crítica saludable sobre la propia sociedad. Repasa los aspectos del cristianismo primitivo dejando al margen las características religiosas de las sociedades simples con la figura del hechicero o chamán, el mago y el curandero. En Occidente, en el cristianismo primitivo hay “hombres de gracia”. La idea de gracia y libertad después aparecerá con Lutero, Calvino y Cromwell con la Reforma.

El prototipo para todos los modelos religiosos se presenta como carismático, debido a la importancia del factor personal, siempre es la idea de Dios y su contenido "igualdad con Dios", "parecido con Dios"; es la norma suprema por la que se rige el fundador. Todo el resto de modelos, el genio, el héroe, hasta el conductor de la vida económica dependen directa o indirectamente de los modelos religiosos vigentes.

En la comunidad religiosa, el santo a diferencia del sabio, o del genio, se apoya en una fuente de conocimiento que trasciende, la razón natural (*Revelación, gracia, iluminación*), se apoya en una comunidad de vida con un ser sagrado y absoluto. Los jefes religiosos como Confucio (maestro de salvación) o Jesucristo apelaban a una comunicación divina de la “sustancia” de Dios o del saber divino (Profetas). El Santo, originario de la religión, es siempre único para sus creyentes. Por otra parte, los grandes genios no se excluyen unos a otros. En cambio, un santo desplaza a otro lo describe la frase: “el que no está conmigo está contra mí”. Se debe creer en su verdad, él es la

---

<sup>21</sup> Ibid., p. 27.

verdad, es el caso de Jesús: “Yo soy el camino, la verdad y la vida”.<sup>22</sup> Él encarna la verdad, el cristianismo se fundamenta en la fe en Cristo. El genio está en sus obras, el héroe en sus acciones, el santo en la Historia Universal. El mundo griego coloca al sabio por encima del santo, Sócrates es quien más se acerca a la santidad. Un santo nos deja a “el mismo” pero el mismo es todo. El santo está por encima de la “gloria” es el que aporta la salvación. El santo no está condicionado a su obra, él mismo es *el ser, la obra y la acción*. El santo fundador es el que tiene una gran influencia sobre las gentes, “impregna con su ser todo ordenamiento jurídico, todos los valores espirituales” abarca amigos y enemigos. Paradójicamente, el santo solo puede existir en personas reales, tiene que tener realidad histórica.

El genio es el portador de valores materiales y se presenta en tres formas: el artista, el filósofo y sabio, el legislador y juez. La influencia del genio se ejerce a través de su obra donde lo individual de su personalidad espiritual está presente y visible. Lo que quiere el genio es el amor apasionado hacia la idea. Es una influencia menor a la del santo. En la obra del genio se representa su individualidad, su genuidad u originalidad. Hay un aspecto en su obra que es fácil de identificar, y nos remite a el genio (Es aquello que nos dirá que tal pintura es un Velázquez o un Goya). Su obra atestigua por si sola el autor, el origen. Para entender al genio de una época, por ejemplo a Platón, se debe tener la comprensión de totalidad a través de la visión de Platón. Es importante volver a estudiar históricamente los distintos modos de captar la Antigüedad clásica, la filosofía y el arte griego, para purificar la mirada con que contemplamos las obras. Hay períodos de la historia que han perdido la visión, por ejemplo, en el siglo XVIII la ética de Spinoza. Kant destacó que es posible conocer más al filósofo que el mismo, lo mismo sucede en las obras de arte. La realización de la obra de arte a veces supera en mucho la intención del artista. Destaca la profundidad creadora a la que llega el genio es

---

<sup>22</sup> Ibid., p. 45.

lo que levanta su obra de lo puramente azaroso o casual y lo transporta a lo eterno, el plano de la duración.

La palabra crear se debería aplicar solo al genio. La obra del genio se puede trasladar a mundos distintos. De hecho, la obra del genio es universal porque se centra en los aspectos básicos de la vida, comunes en toda cultura. “*El genio, como ya vio Kant, es un ser que crea una obra modelo ‘sin regla’.*”<sup>23</sup> Si en un elemento de fabricación puede ser suplantada una persona por otra, ese no es el caso de las obras de los genios o los sabios. Por ejemplo, la obra de Platón no podría haberla realizado otro por él. En cambio, si los descubrimientos no los hubiera hecho uno, los podría hacer otro. La diferencia entre filosofía y ciencia. Filosofía es conocimiento absoluto. Parece pues extraño que el conocimiento subjetivo (científico) sea impersonal y el conocimiento de hechos puros no sea transferible. Esto se debe a que no existe una verdad absoluta, todo pueblo toda persona tiene su propia verdad. La verdad científica es subjetiva es “subjetiva con validez universal” mientras la verdad filosófica es absoluta es “personal” pero no es universalmente válida sólo existe para la persona y es válida únicamente para ella. La filosofía siempre produce crecimiento porque se parte del saber reconocido y se le añaden nuevas obras consiguiendo un conocimiento más allá de lo hasta el momento escrito. Distinto es el progreso que pretende criticar o desutilizar la ciencia o la técnica anterior. Se establecen correlaciones entre genios, es una forma de apropiarse de un conocimiento y a partir de allí crear el propio pensamiento lo que supone un *crecimiento infinito e intensivo de los contenidos culturales espirituales.*<sup>24</sup> El genio es para el mundo lo que el santo es para Dios amplia la concepción del mundo.

Destaca, como comentábamos en un principio, el acto de amor como vehículo creador en el santo, el amor a Dios; en el genio, el amor al mundo; el desinterés

---

<sup>23</sup> Ibid., p. 74.

<sup>24</sup> Ibid., p. 82.

conduciría al fracaso. La civilización moderna se apoya mucho más en el odio al mundo que en el amor a éste. Este odio a la negación del mundo en el pragmatismo moderno que deja al lado todos los aspectos no referidos al trabajo, el mundo fuera de éste no tiene sentido. Existía más amor al mundo en la Edad Media que en el mundo tecnificado de los tiempos modernos.

El Héroe, al igual que el genio, tiene que mostrar su excepcionalidad en alguna función espiritual. Es un hombre de voluntad y de poder. Debe mantener una armonía entre instinto y voluntad espiritual. Al héroe el mundo le ofrece resistencia. Es un hombre de acción pero, para no obrar a ciegas, debe estar respaldado de una cultura espiritual superior.<sup>25</sup> Es audaz, intrépido, ama la lucha, el riesgo, tiene capacidad de sufrimiento y de resistencia. Es un hombre bondadoso dispuesto al sacrificio por los amigos y por la comunidad. Es el representante del ideal heroico, no solamente es el hombre ideal para la mujer sino que él mismo como el héroe de Cervantes, crea el ideal de mujer. El estadista, el militar, el colonizador, son los principales tipos de héroes. El estadista y el militar pueden darse en una misma persona es el caso de César, Alejandro, Napoleón. Nos encontramos frente al modelo de héroe. Los héroes no se dejan llevar por la libre voluntad responden a una disciplina. Los valores superiores no pueden ser queridos no se debe querer el reino de los cielos sino el paraíso terrenal.

Los cambios de modelo determinan los cambios de orientación de la historia posible. Las ideas derivan del modelo cómo se aplican al arte, la filosofía o la economía. Se pasa de las ideas como conceptos abstractos a estructuras eficaces entre sí. *En el sentido estricto sólo el 'amor' es creador.*<sup>26</sup> El fin y la razón están por encima de la acción puramente instintiva por eso en el hombre hablamos de elección. En el santo el amor a Dios es creador. Todo genio es impulsado por algo, este algo es un

---

<sup>25</sup> Ibid., p. 95.

<sup>26</sup> Ibid., p. 108.

amor espiritual, convertido en pasión. El filósofo está impulsado por el eros filosófico o el amor al conocimiento; el artista lo está por amor al conocimiento a la esencia de las cosas. Es una pasión de espíritu que hace posible la “objetividad” supranormal de la conducta. Lo que separa al genio del héroe, en tanto político, estadista, general, es su realismo. El genio es uno de los tipos humanos que más libera en su creación su espiritualidad, sus instintos y necesidades. Distingue los genios como “el sabio o el genio del corazón”. Todos los tipos de genio están fundados en la sabiduría.

La sabiduría del filósofo se encuentra tan arraigada en el amor al mundo como el sentido del artista por la belleza del mundo. El arte no es evasión del mundo como pretendió hacer creer el romanticismo. El arte es volver un poco hacia tras para repensar mejor la realidad, hacerla más bella.<sup>27</sup> La canción de amor, el canto amoroso como esperanza y alegría de unirse con la amada constituye la primera forma de la práctica del arte. El héroe sigue viviendo en sus hechos, en sus hazañas como autor de los mismos, en la imagen de la fantasía, del mito, del canto, de la poesía. El héroe solo lo es en su pueblo, entre naciones.

*Héroe es el tipo ideal de la persona que carga con el valor de lo noble, el portador de la suma de todas las excelencias vitales. Pero su raíz última es el coraje, que está referido a los hechos y que, sumergido en el vuelo de un espíritu grande y activo, se llama intrepidez...El héroe vive y está en el hecho, y no como el santo, que lo es por su ser, ni como el genio, que lo es por su obra; el héroe está en sus hechos. Pero el hecho es otra cosa que la acción. En él se resume la totalidad de una vida afanosa.<sup>28</sup>*

El héroe es el intrépido que tiende hacia lo desconocido, el primero en conocer, en actuar. Lo que conforma el destino trágico del héroe es “caer en falta”, errar. El héroe puede ser a su vez estadista o estar a las órdenes de éste. A diferencia del jefe de partido que aplica su programa el estadista debe adaptarse al día a día. El estadista está por encima de los partidos y no se deja gobernar por ninguno. El estadista debe defender

---

<sup>27</sup> Ibid., p. 120.

<sup>28</sup> Ibid., p. 135.

el primado de la política sobre la economía y la independencia de la alta política respecto a los intereses de las grandes organizaciones económicas.<sup>29</sup>

#### 4.2.1. Evaluación

Scheler destaca la importancia de estos ídolos estén presentes entre sus seguidores. Los ídolos los modelos deben estar cercanos, convertirse casi en familiares, ser el modelo social a seguir. Esta observación de Scheler goza de una gran actualidad, las actuaciones de los personajes carismáticos se convierten en modélicas no sólo con respecto a su profesión sino en todos los ámbitos de la cotidianidad. La vida privada del político, en la mayoría de los casos se muestra como un modelo de virtud, como un modelo ideal a seguir o admirar. Tampoco podemos olvidar que el líder carismático aporta gloria y gozo en sus intervenciones, en su relación con la comunidad ya sea de creyentes o de afiliados a un partido político, aporta comprensión y facilita el compartir las ideas.

Scheler describe, al igual que Carlyle el héroe, decimonónico. Sin embargo la visión del héroe como un hombre guerrero permanece, pensemos en el actual Presidente de EE.UU. preocupado por reforzar las estrategias armamentísticas del país. Sin embargo, desde los años cincuenta del s. XX con la figura de Gandhi nos encontramos con el héroe que defiende sus ideas y sus posiciones desde una postura pacifista, un héroe o heroína que defienden la desaparición de las minas antipersona de los campos africanos. El héroe o la heroína actuales defienden valores de paz y de derechos humanos. No obstante, también existen los presidentes cercanos a los valores militares, por no mencionar aquellos que son militares, y que siguen la continuidad el

---

<sup>29</sup> Ibid., p. 140.

modelo del héroe decimonónico, un hombre de guerra que se enfrenta a la muerte sin temor.

Por otro lado, Scheler habla de los prototipos de ídolos como el héroe, el santo y el genio. Los describe, intentando afinar en su naturaleza, y establece las relaciones independientes que cada uno entabla con sus seguidores. Sin embargo, no tiene en cuenta la relación de los líderes con sus seguidores que se produce entre los tres tipos una superposición de las esferas. Es decir, los seguidores a veces atribuyen valores de la religión en la figura del héroe o del genio. Se puede interpretar o percibir un héroe como un salvador y el genio como un santo, y viceversa. Si bien cada personaje puede ser descrito singularmente. Su individualidad se difumina en relación con los otros quienes perciben elementos de otras esferas en estos personajes.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> El aspecto de la singularidad como un elemento fundamental para comprender las personas humanas ha sido un aspecto abordado en la obra de Max Scheler. La singularidad debe ser descubierta a través del amor y desarrollada a lo largo de la vida. VACEK, Edward. "Personal Growth and the Ordo Amoris". En: *Listening*. 1986, núm. 21, pp. 197-209. Añadiremos que el conocimiento personal debe ir precedido de un tipo de amor: *amor de soi*, amor por uno mismo. Amor hacia las cosas, hacia el conocimiento y hacia los otros. *Qui connaît l'ordo amoris d'un homme, connaît cet homme* (Quien conoce el *ordo amoris* de un hombre conoce a este hombre). SCHELER, Max. *Six essais de philosophie et de religion*. Friburg: Editions Universitaires Friburg Suisse, 1996.



## 5. LOS PSICÓLOGOS DE LAS MASAS Y LA DIMENSIÓN CARISMÁTICA

Después de la Primera Guerra Mundial se consolidan un grupo de psicólogos y sociólogos llamados los “psicólogos de las turbas” los más influyentes son Gustave Le Bon con su libro *Psychologie des foules* y Ortega y Gasset con *La Rebelión de las masas*.<sup>1</sup> Estos psicólogos serán muy influyentes para Freud, tanto es así, que incorpora a la teoría del psicoanálisis las aportaciones de Gustave Le Bon que aparecerán incluidas en su libro: *Psicología de las masas y análisis del yo*. En cuanto al carisma político aportan una nueva dimensión, tanto en el estudio de las cualidades del líder político como en el tipo de relación que se establece entre el líder y sus seguidores.

### 5.1. Gustave Le Bon: La psicología de las masas

Gustave Le Bon es el primer autor que desde la psicología social trata el problema de la relación que se establece entre el líder y una multitud de seguidores. Su análisis se centra en las actitudes que desarrollan las masas y como es posible clasificarlas.

En el contexto socio-histórico que está escrito el libro (1895) destaca la importancia que van adquiriendo las masas, con la aplicación de la democracia (sufragio universal, sindicatos, reivindicaciones laborales), lo que lleva al autor a afirmar que la nueva era será la *era de las masas*. Esta afirmación se hace con un tono despectivo, más si tenemos en cuenta que considera a las masas como no hábiles para el razonamiento solamente para la acción.

Considera que el advenimiento del dominio de las masas llevará la civilización hacia la anarquía. Las masas solamente tienen capacidad de destrucción, quien ha creado las civilizaciones ha sido una élite. Como si de una catástrofe se tratara el advenimiento del dominio de las masas se produce porque no se ha vigilado bien, no se han controlado. Justifica el estudio de la psicología de las masas para conocer períodos históricos que sin ella no se podrían comprender

Establece una diferenciación entre masas homogéneas y masas heterogéneas. Las primeras que no entraremos a analizar, se dividen en sectas (unidas por creencias); castas (grupos profesionales: casta militar, casta sacerdotal) y clases (los mismos hábitos de vida y de producción: clase burguesa, agrícola). Las segundas, las más estudiadas, por Le Bon, están configuradas por individuos de diferentes procedencias sociales e incluso de origen distinto, unidos por un mismo líder político. Distingue entre las masas anónimas (multitudes) y las no anónimas (jurados, asambleas deliberativas), estas últimas se diferencian de las primeras porque actúan con responsabilidad frente a la indiferencia de las anteriores.

Considera que el individuo se transforma plenamente cuando está sumergido en la masa, el inconsciente es el que domina y hace que los individuos actúen bajo el efecto de la hipnosis de la sugestión, estos se dejarán dirigir por el líder, casi como hipnotizados. En un estado casi hipnótico la mente se deja llevar alegremente sin producirse un razonamiento crítico, en este sentido los individuos son menos inteligentes porque no pone todos sus sentidos alerta. La transformación puede ser total, del mundo de la consciencia que rige al individuo, al mundo de lo inconsciente que rige la masa: el avaro se puede convertir en pródigo y el pacífico en violento.

---

<sup>1</sup>GINER, Salvador. *Sociedad Masa: Crítica del pensamiento conservador*. Barcelona: Editorial Península, 1979.

El alma puede ser dotada de una alma colectiva que hace que los individuos puedan actuar de manera diferente de como lo harían como individualidades. Los individuos se asemejan por los elementos inconscientes y se diferencian por los elementos conscientes. Esta masa o turba puede ser peligrosa, pues a ella siempre van asociados elementos de violencia, además, como hemos expuesto anteriormente, se transforma en un grupo de individuos fácilmente sugestionables y capaces de hacer todo aquello a lo que no se atreverían individualmente. Así, los culpables de las revoluciones o de los crímenes revolucionarios no son en ningún caso los dirigentes políticos sino las masas por su propia naturaleza. Estas pueden sobrepasar los límites de las acciones ordenadas por sus líderes políticos de ello se desprende que no siempre son los reyes, ni fue Robespierre el culpable del terror, pueden serlo las masas

Las características que rigen las masas anónimas, en líneas generales, es al actuar como colectividad, lo que hace que pierden la responsabilidad y tienen más valentía que actuando individualmente. El contagio mental que se produce lleva incluso a sacrificar el interés individual, hay una mayor sugestibilidad de las masas a las órdenes de un líder. Esta relación, como hemos comentado, es parecida a la del hipnotizado. Le Bon destaca el autoritarismo del líder y el servilismo de las masas. Otras características que definen a las masas es el hecho de ser impulsivas, en la masa el individuo no controla sus impulsos. Su movilidad hace que pase de un estado de crítica a un estado generoso o heroico; desaparece para un individuo en masa la noción de imposibilidad. Los deseos deben verse cumplidos; los grados de impulsividad e irritabilidad varían según la raza - Le Bon utiliza el concepto de raza para dirigirse a una cultura (latina, anglosajona). La intolerancia de las masas a aceptar el error, estas prefieren el autoritarismo al paternalismo, paradójicamente, la masa es capaz de

cometer crímenes pero también es capaz de mostrar una cierta moralidad, no queriendo, por ejemplo, robar a sus víctimas.

Las ideas en las masas quedan “almacenadas”, al ser ideas-imágenes pueden desencadenarse en cualquier momento, sin tener ningún nexo común y en consecuencia pueden cometer actos muy dispares. Los razonamientos teóricos deben simplificarse para que las masas, según la raza, los entiendan más o menos. Des del punto de vista de las ideas, las masas llevan unas cuantas generaciones de retraso. Los discursos muy simples son precisamente los que son seguidos por las masas. Las opiniones se generalizan por la dificultad de las masas para razonar. Al no reflexionar no son capaces de discernir lo inverosímil y son fácilmente impresionadas y arrastradas por imágenes. Los aspectos maravillosos y legendarios son los que más atraen a las masas. Igualmente, las grandes catástrofes, sobre todo, la forma en que estas se han producido, es lo que más impresiona. También, las masas se ven afectadas por el teatro que sugestiona su imaginación, a la masa le será difícil discernir entre lo real y lo imaginario. Así, conocer *el arte de impresionar la imaginación de las masas equivale a conocer el arte de gobernarlas*.<sup>2</sup>

Las masas actúan movidas por una religión o expresiones comparables a las religiones. Claramente, ello se observa al adorar a los héroes que los convierten en mitos, en dioses. En la época romana se construían templos en honor de Cesar o, posteriormente, se han construido monumentos para ensalzar a los héroes, aunque no quisiesen oír hablar de religiones. Para poder comprender los acontecimientos históricos que tienen como protagonistas las masas, hay que tener en cuenta la actitud religiosa de las mismas.

---

<sup>2</sup> LE BON, Gustave. *Psicología de las masas*. Madrid: Ediciones Morata, 1995 [1896], p. 57.

Pero el aspecto más importante para nuestro análisis es la descripción de Le Bon de las características que se establece entre el líder y las masas. Las masas se caracterizan por un simplismo que hace que el orador se deba dirigir a ellas sin ningún tipo de razonamiento, limitándose a exagerar, afirmar y repetir. Recomienda al líder político, para poder controlar y dirigir las masas, evitar cualquier tipo de razonamiento y utilizar las afirmaciones simples y reiterativas. Las masas no son guiadas por la razón sino por los sentimientos por tanto para controlarlas hay que tener presente los sentimientos que las animan y después intentar substituirlos por asociaciones simples e imágenes sugestivas. Pueden someterse dócilmente a la autoridad de un tirano, pues prefieren obedecer.

El líder, también, padece un proceso de hipnosis. El líder es hipnotizado por cuya idea va a convertirse en apóstol. Si en una masa desaparece el líder esta tiende a desaparecer, pierde su cohesión. Distingue dos categorías de líderes :

- a) Los líderes con una fuerte voluntad, aunque momentánea (Napoleón, Murat)
- b) Los líderes con una voluntad fuerte, persistente. Son pocos en la historia pero han estado al frente de los acontecimientos más importantes. (Mahoma, Cristóbal Colón)

Otra característica relacionada con el liderato es el **prestigio**. El prestigio es una fascinación que una persona, obra o doctrina ejercen sobre nosotros invalidándonos el espíritu crítico y colmándonos de asombro. Distingue dos tipos de prestigio: el prestigio adquirido y el prestigio personal.

- a) El ***prestigio adquirido*** es el más difundido se adquiere por ocupar una posición, por poseer una fortuna, sin necesidad de habérselo ganado personalmente.

b) El ***prestigio personal*** lo poseen muy pocas personas, no está relacionado con aspectos materiales. Es una atracción o magnetismo, una fascinación que ejerce el individuo sobre sus iguales los cuales le obedecen dócilmente. Nos cita el ejemplo de Napoleón que a pesar de la mala predisposición en sus acciones cuando se le conocía se quedaba fascinado uno al instante por su autoridad. Sin este prestigio es incomprensible la génesis de las grandes religiones, las grandes doctrinas e imperios. El prestigio puede crecer y desaparecer, de una forma más lenta, ante un fracaso y también ante la discusión del mismo. Hay que tener en cuenta que si se discute respecto al prestigio éste ya no existe.

Esta es la definición que da Le Bon del ***prestigio personal*** :

*De índole muy diferente al prestigio artificial o adquirido, constituye una facultad independiente de todo título, de toda autoridad. El reducido número de personas que lo poseen ejercen fascinación auténticamente magnética sobre los que lo rodean, incluidos sus iguales, y se les obedece como la bestia feroz se somete al domador, al cual podría tan fácilmente devorar.<sup>3</sup>*

Por lo que se refiere a las creencias las clasifica en dos tipos las permanentes que duran siglos y las momentáneas. Las primeras son estructurales y perduran largo tiempo, son pocas y además se imponen con dificultad, no pueden ser cambiadas sino es con revoluciones. La imposición de una creencia comporta dificultades pero una vez se ha establecido dura durante siglos. Destaca que la mayor tiranía es la que se ejerce sobre las almas de forma inconsciente, los tiranos más difíciles de combatir son los que establecen influencia en las ideas, incluso después de su muerte (Mahoma o Jesús)

Observa como durante el s. XIX las opiniones eran dirigidas y difundidas a través de un par de periódicos, pero a finales de siglo estos, al igual que los estadistas, seguían las opiniones de las masas, cada vez más escépticas. En la época en que fue escrito el libro (1895) ya se producían corrientes de opinión que se difundían por

---

<sup>3</sup> Ibid., p. 98.

contagio formándose una masa no necesariamente en el mismo lugar sino por coincidencias de ideas.

Por último nos habla del fin de cualquier civilización y de cualquier liderato, esta senectud viene marcada por la pérdida del ideal con cuyo desvanecimiento la “raza” va perdiendo su cohesión y su fuerza.

### **5.1.1. Evaluación.**

En primer lugar, hay que destacar los avances en el análisis del liderazgo y del carisma político que suponen las ideas de Le Bon que hemos comentado. Freud recoge sus ideas y las incorpora a sus teorías. Le Bon describe la relación de dominación que se produce entre el líder o conductor político y la masa; no se produce un reconocimiento del líder por parte de la masa sino una actitud de total abnegación y servilismo. El inconsciente es el que rige las actuaciones de las masas movidas por un “alma colectiva” que iguala al intelectual y al carpintero en sus actuaciones y deseos. Esta característica de la hipnosis de las masas frente al líder y el avance en el conocimiento de las leyes que rigen la multitud permite ampliar el concepto de dominación de Weber, dándole una nueva dimensión, la incorporación de las actitudes inconscientes e irracionales.

Hay que destacar la noción de *prestigio*. Es interesante el término en dos aspectos. Por un lado, es prácticamente sinónimo del carisma, en algún aspecto, pues nos remite a que el líder posee cualidades extraordinarias. Por otro lado, su doble significado, los atributos derivados del cargo y el prestigio como no accesible a todos

los individuos, nos remite a Weber y nos permite una doble interpretación de un carisma institucional u oficial y un carisma innato. La utilización del término, “magnetismo”, es confuso porque este magnetismo puede referirse a un tipo de sentimiento parecido a la atracción amorosa. Sin duda, el sujeto puede intentar ejercitar formas de atracción hacia su persona, como pueden ser el diálogo, formas más o menos autoritarias o más o menos convincentes; acompañarse de una gesticulación armónica, pero en ningún caso simplemente con la presencia se puede ejercer un *prestigio personal* en el sentido que apuntó Le Bon. Sí, en cambio, una atracción o fascinación, pero en ese caso no estamos hablando de carisma sino de belleza, de sensualidad.

Por otro lado, hay varios aspectos para reflexionar en el pensamiento conservador de Le Bon. En primer lugar, su determinismo respecto a las actitudes violentas en que desencadenan las masas. Entendemos que el anonimato de las masas les facilita el poder actuar libremente y cometer crímenes de los que sin un apoyo colectivo, seguramente, no se realizarían. Ahora bien, las actitudes violentas de las masas se corresponden al contexto histórico socio-cultural, o en última instancia al líder que las dirige. En otras palabras, en una sociedad o colectivo que defienda valores pacifistas, difícilmente actuará de forma violenta, se resistirá a la utilización de cualquier tipo de violencia. Por el hecho que se produzca un movimiento en masa no podemos establecer la relación directa que éste vaya a ser violento. Los movimientos violentos están más condicionados por problemas estructurales de pobreza, que conllevan sublevaciones violentas, que por la propia naturaleza de las masas.

Le Bon utiliza el término raza para referirse a una cultura. Término que en la actualidad rechazan las ciencias sociales, no solamente por sus connotaciones, sino también porque no podemos hablar genéticamente de la existencia de razas sino de características fenotípicas. Le Bon pretende diferenciar de raíz, y de una forma



determinante, las diferencias culturales entre la Europa industrial y moderna del Norte y el Sur predominantemente agrícola y pre-industrial. No profundiza en conceptos como el de identidad. No nos muestra la identificación que se produce entre líder y seguidores. Estos deben reconocer en el líder elementos propios, características culturales, sociales próximas a ellos para que se pueda producir una cohesión entorno a la figura del líder. A la vez que se establece una relación, un *feed-back*, con la incorporación de los objetos personales que utiliza el líder, los rituales, a la propia cultura. Por otro lado, el autor demuestra un posicionamiento claramente evolucionista y etnocéntrico al referirse a los “primitivos. Estos se reafirman se refugian en las tradiciones pues es su cultura, su forma de encontrar y construir la identidad.

La idea de entender que las masas no aceptan paternalismos y se inclinan hacia una autoridad fuerte puede ser fruto del contexto histórico. La imagen de los líderes decimonónicos está mucho más próxima a la autoridad militar y todo lo que de rígida, autoritaria e inflexible conllevaba, esta influencia continuará hasta los fascismos surgidos en la Segunda Guerra mundial, algunos de ellos, como en el caso de España y Portugal, se prolongan hasta los años setenta. Pero a pesar de ello, creemos que podemos diferenciar un cambio en las características de los líderes políticos en Occidente a partir de la Segunda Guerra Mundial ya que el talante autoritario empieza a disminuir para surgir una imagen más eficaz, astuta y negociadora como líderes democráticos garantes de la paz como John Fitzgerald Kennedy. La docilidad que describe como característica de las masas respecto al líder no responde a una actitud autoritaria sino al carisma descrito por Weber, la entrega sin condiciones.

## **5.2. Sigmund Freud: La relación entre el yo y la muchedumbre**

El interés de la obra de Freud en este estudio se centra en su análisis de la relación entre el individuo y la masa. Freud en su obra expone los razonamientos de Le Bon que ya hemos expuesto en el apartado 5.1. Critica de Le Bon dos aspectos: por una parte, dos de las características que atribuye a la masa, la sugestibilidad y el contagio, ya que no efectúa una diferenciación suficientemente clara entre ambas. Estas dos características -a las que Freud menciona como causas de la transformación del individuo en masa- son especificadas por Freud. Describe su significado al exponer en que consiste el contagio. Éste se basa en la acción recíproca entre los miembros de una multitud; la sugestión, en cambio, es la identificación con la influencia hipnótica. También, critica a Le Bon que no mencione o hable abiertamente de la persona que debe sustituir al hipnotizador.

Freud añade al concepto del *alma primitiva*, descrita por Le Bon, su capacidad de actuar según instintos inconscientes; la capacidad del individuo de deprimirse en la masa. Otro aspecto que también rectifica es la necesidad de establecer una distinción sobre el tipo de masa; tanto Le Bon como Sighele se refieren a “masas de existencia pasajera”, mientras que hay acontecimientos como la Revolución Francesa de gran trascendencia y que influirán enormemente en el futuro.

Destaca algunos fenómenos fundamentales de la psicología colectiva que encontramos también en Le Bon aunque Freud los detalla de la siguiente manera :

1. Para que los individuos formen una masa es necesario que exista un nexo común, que un mismo interés los una a un objeto, experimentar los mismos sentimientos en una situación determinada que de alguna manera les permita influir los unos sobre los otros.

2. A mayor homogeneidad mental más fácilmente los individuos formarán una masa psicológica.
3. Los sentimientos alcanzan una gran intensidad en la multitud. Estos individuos en multitud experimentan una sensación de fundirse en la masa y de perder los límites individuales.
4. En la multitud se produce el contagio que consiste en provocar en el observador los mismos sentimientos, la misma afección emocional que el individuo o individuos que está observando, el individuo imita a los demás. Entonces, el individuo deja de mantener una actitud crítica y se deja invadir por la misma emoción. Cuanto más simples y burdas son las emociones más fácilmente se propagan. La intensidad afectiva de la masa da la sensación que el individuo tiene un “poder ilimitado” y que no hay un “peligro invencible”, la masa sustituye por un momento la autoridad, encarna la sociedad.

En conclusión, el individuo inmerso en una multitud experimenta un aumento de su afectividad y una limitación de su actividad intelectual. Pero su siguiente preocupación será dar con los motivos de esta modificación psíquica del individuo en la masa. El líder de Freud es, básicamente, un hipnotizador una persona capaz de generar sugestión. El prestigio personal del que habla Le Bon, Freud considera que no se exterioriza, sino es con la capacidad de provocar sugestión. Al igual que Bernheim, considera que la sugestión es un hecho primario de la vida anímica humana.

Un nuevo concepto que incluye Freud dentro de la psicología de las masas es el concepto de libido. Se trata de la energía de los instintos relacionados con todo aquello susceptible de ser considerado bajo el concepto de amor. Distingue dos acepciones en el concepto de amor la de amor sexual y la del amor sin esta finalidad (amor paterno y filial, amistad, amor a la humanidad), aunque en la teoría del psicoanálisis todos los

tipos de amor tienen la tendencia a constituir una unión sexual. Por lo tanto parte de la hipótesis que en la esencia del alma colectiva existen relaciones amorosas. Así, la unión de la masa derivaría del eros que mantiene la cohesión, al igual que lo confirma el hecho de que se produzca la pérdida del beneficio individual, en favor de la colectividad (“amor a los demás”).

El observar que en la creación de una masa heterogénea, las personas no presentan aversiones y limitan su egoísmo demuestra que las relaciones que se producen en las masas se establecen lazos libidinosos que hacen superar el narcisismo y egoísmo por el “amor a los demás”. La existencia de estos lazos afectivos revela un nuevo proceso psicológico: las identificaciones. Esta consiste en el enlace afectivo a otra persona. La identificación más primitiva, en el sentido de primera, es la que influye en el complejo de Edipo. Primero se produce una identificación con el padre y luego cuando se quiere el objeto, la madre, hay un rechazo al padre porque es la figura que no le permite llegar sexualmente a la madre.

Por lo que se refiere a la identificación en los procesos colectivos, se produce un enlace recíproco entre los individuos. Se crea una amplia comunidad afectiva que es enlazada con el caudillo o líder que la dirige. Distingue en el Yo una instancia crítica que se encierra en él a la que llama “ideal del Yo” y en la que se inscribe la conciencia moral, la auto-evaluación, la censura onírica y es, a la vez, la principal influencia en la represión. En las masas pasajeras, que especifica Freud, en estas multitudes se observa la renuncia del individuo al *ideal del Yo* para pasar a adoptar el ideal de la masa encarnado por el caudillo o líder.

Se detiene en el análisis de la hipnosis cuyas características escapan de la comprensión racional. Tiene un carácter místico, se produce un enamoramiento sin

tendencias sexuales. Es la influencia de una persona omnipotente frente a otra de indefensa. Para Freud el hombre en la masa es un “animal de horda”, todos los individuos quieren ser iguales identificándose entre si, mientras existe uno de distinto, de superior que se convierte en el jefe. Corresponde a la misma representación que la “horda primitiva”.

Por último, quiero destacar el interés demostrado por el concepto y origen del tabú. Éste tiene una doble significación, la de prohibición y la de sagrado. En el idioma original, en polinesio, el término se opone al concepto de “noa” que significa lo ordinario, lo accesible a todo el mundo. Se encuentran entre los reyes y los más importantes hacen referencia al movimiento y a la alimentación.

### **5.2.1. Evaluación**

Freud da un paso más en la investigación que Le Bon, al incorporar la relación individuo-masa a la teoría psicoanalítica. Incluye la dimensión afectiva y de identificación en la relación de la masa y el líder. Además, concibe siempre la multitud de individuos en relación con un líder o un guía. Entiende la actitud de las masas en función de las relaciones que se establecen entre el individuo, el colectivo y el líder, no como entes separados, sino interrelacionados.

Freud se centra en la relación líder-masa y no nos describe como debe ser el líder, que actitudes debe fomentar, si es igual o no en todos los contextos. Nos describe los procesos de identificación y sustitución pero no nos describe como es este líder si varía en función del tipo de colectivo, o si por el contrario, sus características consisten en estereotipos de la sociedad.

Las teorías de Freud son ilustrativas del proceso emocional que se produce cuando entran en relación el líder y la masa. Éste puede ser vivido con más o menos intensidad, con más o menos represión. Sin embargo, no describe el líder de forma detallada, ni nos da luz respecto a si pueden haber fuertes resistencias a querer integrarse en un alma colectiva. En que casos esto se produce, o como esta integración varía según las características socio-económicas y culturales de los adeptos.

En cuanto a la relación líder-masa creemos que está demasiado determinada por el eros. Éste no tiene porque ser el único factor determinante, se produce sin duda una identificación con el ideal del yo, sin embargo puede haber otros factores que configuren esta relación, las ansias o deseos de poder y de control de la vida pública, el interés puramente material. La relación descrita por Freud está plenamente basada en motivaciones ideales, altruistas y no tienen porque ser exclusivas. Pueden intervenir una compleja trama de factores que hagan intervenir motivaciones de cariz materialistas.

El concepto de tabú está en cierta medida relacionado con el del carisma, pues el tabú como prohibición es una característica también asociada a Emperadores, reyes y jefes.<sup>4</sup> Tocar o utilizar objetos de la propiedad de reyes o jefes puede ser un tabú y comportar enfermedades. Es el caso de Fidji o de Tonga descritos por Frazer; o incluso puede existir la creencia de que produce la muerte como entre los maorís. Así, por una parte, esta práctica es una forma de distanciar y proteger a los soberanos y máximos dirigentes del contacto con la multitud y, por otro lado, acerca la figura del líder político al mundo de lo sagrado y lo divino. El contacto con el monarca o el líder, simplemente, el hecho de tocarle una extremidad, puede incluso comportar efectos curativos. El tabú asociado al mundo de los gobernantes les confiere esa aura de divinidad, extraordinariedad, en definitiva, de distinción como élite y, a la vez, es una forma de

regular el acceso a los cargos gobernantes y de proteger a estos de la proximidad de la población.

### 5.3. Weber y Freud: síntesis de sus concepciones carismáticas

El análisis desde una perspectiva comparada de las teorías de Weber y Freud responde, en primer lugar, a la existencia de estudios en esta dirección. En segundo lugar, la perspectiva social de Weber y la psicológica de Freud se complementan y nos permiten entender más holísticamente el fenómeno carismático. Creemos, además, que ambos autores configuran las bases teóricas para poder desarrollar un acercamiento al objeto de estudio en condiciones de modernidad avanzada.

Según Donald McIntosh<sup>5</sup> para Weber el carisma es más una experiencia que transmite una extraña e irresistible fuerza que una cualidad. Desde una perspectiva psicoanalítica el carisma significa una extraña fuerza que exterioriza el inconsciente que se transforma en consciente como fuerza externa. En cada etapa de desarrollo de la evolución de la religión en Weber (preanimismo, magia, religión y profeta) le corresponde una fase en la teoría psicoanalítica, concretamente, de maduración de la psique (En el Preanimismo el consciente y el inconsciente no se distinguen separadamente; la magia está en un estado preedipal). En el tratamiento de la legitimidad como deber indica que se está tratando con aspectos y funciones del superego.

La deidad es una imagen del padre que ha sido idealizada, interiorizada, representada y finalmente desplazada fuera (superego). Pero no solamente la deidad

---

<sup>4</sup> FRAZER, J.G. *La rama dorada*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1998 [1890], pp. 244-247.

<sup>5</sup> McINTOSH, Donald. "Weber and Freud: On the Nature and Sources of Authority". En: *American Sociological Review*. Octubre-1970, vol. 35, núm. 5, pp. 901-911

puede ser investida con carisma. Cualquier figura que se parezca o pueda ser asociada con la representación del padre puede ser revestida del aura del poder carismático. Así, la autoridad tradicional del monarca puede comportar no solo el carisma de la persona sino el carisma del Dios de la religión oficial.

La autoridad profética es vista por Weber como revolucionaria. Destruye las formas institucionales existentes y mueve la sociedad hacia nuevos caminos y nuevas direcciones. Si en el caso de la autoridad tradicional implicaba un divorcio entre el ego y el superego, al reprimirse importantes elementos del superego. Psicológicamente, el factor decisivo de la religión profética es que reintegra estos elementos separados. Según Freud es una “reconciliación con el padre”.

El superego se vuelve menos duro los sentimientos de culpabilidad disminuyen y pueden transformarse en conscientes, estos forman parte del proceso de salvación. Está liberación de las fuerzas del inconsciente es lo que explica el enorme dinamismo del carisma profético. Tanto el poder beneficioso de Gandhi, como el maléfico de Hitler nacen del mismo proceso, solamente es el contenido el que difiere. Para los seguidores el líder toma la forma del hermano mayor, el sustituto del padre, es el objeto de identificación del superego, y un hermano es el igual con el que el ego se identifica.

Weber pone el énfasis en la dificultad de mantener con la rutinización la fe carismática en su forma inicial. Psicológicamente es también muy difícil el pasar de un grupo revolucionario a un grupo responsable. Así muchas veces el líder carismático deja la tarea para un sucesor. McIntosh critica las afirmaciones de varios autores acerca de que Weber en su análisis no distingue suficientemente entre la autoridad personal y la institucional. El autor nos destaca la dicotomía en Weber entre carisma y razón, es la distinción tradicional entre fe y razón, y la diferenciación entre burocracia y carisma profético. Es un trabajo sobre la distinción tradicional entre fe y razón. La



institucionalización del carisma puede adoptar multitud de formas, pero en la sociedad occidental es característica la autoridad burocrática moderna.

La identificación con las instituciones puede ser tanto paterna (corporaciones de negocios, armas) como materna (Iglesias, Universidades, hospitales). Sin embargo, podemos decir que si una institución a menudo tiene una identificación materna, el liderazgo de la institución tiene una identificación paterna. De hecho una institución puede ofrecer una amplia gama de identificaciones desarrolladas en una familia. Desde una perspectiva de la teoría freudiana, la razón de las intensas emociones de lealtad y rebelión que las instituciones pueden evocar hay que encontrarla en su identificación con las relaciones familiares.

El siglo XX ha mostrado que la modernización económica y política se ha producido a expensas de la legitimación de las instituciones religiosas. Pero si el estado moderno está legitimado por el carisma secular, la oposición weberiana entre carisma y razón tiende a desaparecer. Este carisma secular puede aplicarse también a las empresas que han avanzado hacia formas racionales de organización.

Freud define los grupos sociales en función de dos tipos de identificación: la identificación con ego, entre los miembros, y con el superego con el líder (o con una institución personificada).

Paul Shapiro<sup>6</sup> destaca que Weber sugiere que el carisma es un excedente de energía social. En la modernidad actuaría como un excedente de energía de la modernidad. Esta idea de Weber es paralela a la idea de Freud del deseo como energía. Shapiro destaca los desplazamientos de energía que movilizan las acciones del grupo hacia mecanismos de carisma y de fraternización. A diferencia de la razón que actúa en

---

<sup>6</sup> SHAPIRO, Paul. *Weber and Freud: Comparison and Synthesis*. Michigan: U.M.I. Dissertation Services. A Bell & Howell Company, 1996. (Microfilm, 9608622).

el dominio de la objetividad cognitiva, el carisma lo hace en la intensificación de las emociones, tiene afinidad con lo irracional.

### 5.3.1. Evaluación.

La interpretación psicológica del carisma es sin duda una ampliación y complemento para llegar a una mayor comprensión del fenómeno carismático, pero no podemos reducir la simple interpretación del carisma a un excedente de energía social, pues no nos permite comprender la totalidad de los mecanismos y los aspectos que convierten a un individuo en un líder carismático.

Otro elemento a destacar en la obra de McIntosh y Shapiro es que parten del carisma solamente como un elemento atemporal y no lo condicionan al proceso histórico. No relaboran el análisis de Weber y Freud situando el carisma en la modernidad avanzada. Por ejemplo, no tienen en cuenta ideas de autores como Gabriel Tarde<sup>7</sup> para quien los medios de comunicación de masas -los periódicos, en su época- habían ocasionado que una población dispersa; Un público que compartiese ideas, sentimientos, valores sin entrar en contacto físico. Creía en la persuasión que ejercitaba la prensa diaria sobre los lectores. Se había terminado con la era de las *muchedumbres* y se estaba entrando en la era de las *multitudes dispersas y mentalmente unidas* cuyo nombre que otorgaba era *públicos*. Los *públicos* eran de tamaño ilimitado. Otro aspecto omitido es como puede afectar a una mayor aparición del carisma la pérdida de lazos comunales y cómo se produce su mayor difusión en respuesta a la sociedad-masa.

Por último, consideramos que el paso del carisma puro a la rutinización del carisma tanto por Weber como por los autores posteriores mencionados es analizado

como dos fases claramente diferenciadas sin establecer un claro nexo entre ellas. En el proceso de rutinización del carisma perduran residuos y elementos del carisma genuino, no podemos olvidar que se trata de la misma persona.

#### **5.4. *La rebelión de las masas según Ortega y Gasset***

En primer lugar, Ortega y Gasset define la creación del hombre-masa. Un tipo de hombre *hecho deprisa* que tiene presente sólo algunas abstracciones. Un hombre vacío de historia y de intimidad, sin profundidad, sin reflexión ni fondo, carente de *yo*. Su ignorancia de la sabiduría histórica hace que surja como un hombre simple y primitivo que actúa sin tener en cuenta la experiencia histórica. Por otra parte, es un hombre que sólo ansía poseer las cosas, no tiene proyectos y eso hace que a pesar de sus posibilidades *no construye nada*. Un hombre que es igual de un extremo al otro de Europa. Sin embargo, el hombre-masa es vanidoso, se cree perfecto y con derecho a la vulgaridad. Cree estar en posesión de la verdad, por lo tanto no se deja dirigir por una élite especializada. Este hombre se siente satisfecho con cualquier cosa, no tiene inquietudes ni se exige. Ortega diferencia entre el hombre-masa y lo que llama *minoría selecta* que correspondería a las personas con inquietudes y exigentes consigo mismas. Esta ausencia de normas, creer tener derechos y no obligaciones, así como, el olvido de la experiencia histórica lleva al regreso de la barbarie.

Ortega plantea que no reservar ciertas cuestiones delicadas a las habilidades y dotes de una minoría, por ejemplo, las funciones de gobierno como podría ser el liderazgo, es un error, pues puede empobrecer la actuación social. Asimismo, habla de los demagogos quienes se caracterizan por su irresponsabilidad frente a las ideas que

---

<sup>7</sup> GINER, Salvador. *Sociedad Masa: Crítica del pensamiento conservador*. Barcelona: Editorial

manejan. Éstos entienden la manera de solucionar los problemas por medio de la revolución. Ortega es totalmente crítico con la ruptura histórica, se muestra en contra de romper la continuidad con el pasado. El ser humano aprende de sus propios errores y eso le permite no volverlos a cometer. La actitud de las masas es ir en contra de la civilización que las mantiene.

El autor alerta del peligro de la manipulación de los colectivos por los demagogos y también de los peligros que comporta una sociedad con superabundancia. Para una clase social como la burguesía, donde no hay una obligación personal acerca de las tareas que se deben realizar, se crea la figura del *señorito satisfecho* quien no contempla el esfuerzo y la superación. Este tipo de hombre vive en la abundancia, no escucha la voz de la sabiduría, se encuentra autocomplacido y seguro pues no es consciente de sus limitaciones, encuentra la vida fácil y tiene la sensación de triunfo y dominio. El *señorito satisfecho* ignora las dificultades para conseguir el bienestar, cree tener derecho de hacer lo que le apetezca en cualquier lugar y sin pensar en las consecuencias. No es consciente del sentido del deber o de la obligación, del propio destino.

## **6. EDWARD SHILS: LA AMPLIACIÓN DEL CONCEPTO DE CARISMA POLÍTICO DE MAX WEBER**

### **6.1. Edward Shils**

Weber se centró en describir los mecanismos en que se producía la emergencia del liderazgo carismático y su posterior rutinización y, a veces, su coexistencia con la autoridad tradicional y burocrática. El propósito de Shils es concebir el carisma en una perspectiva más global. En primer lugar, intentar examinar los mecanismos del fenómeno carismático en una sociedad secularizada. Su interés se centra, no solo en averiguar las condiciones en que las cualidades carismáticas se concentran en los individuos, sino las condiciones en que se hallan focos más dispersos de carisma en instituciones, estrados y en los roles personales.

Shils constata que Weber no solo usó el término para hablar de manifestaciones divinas. El usó el término para referirse a individualidades extraordinarias (poderosas, expresivas, fluidas, profundas, enérgicas) que no necesariamente creían estar bajo la influencia de la “gracia divina”. Weber usaba el término para referirse a políticos, artistas, científicos, soldados que no tienen ninguna relación con lo divino. También, usaba el término en un sentido psicológico para referirse a una constelación de cualidades personales.

Estas cualidades extraordinarias de Weber, Shils las emplazará como cualidades de profesiones centrales en la sociedad, por desempeñar una labor vital en ésta y por la intensidad de las mismas. La centralidad junto a la intensidad las convertirán en características extraordinarias. En esta tendencia, que observa Shils de las sociedades a elaborar centros, lo carismático o lo sagrado se sitúan en este núcleo social.

La centralidad está constituida por su poder formativo en iniciar, crear, gobernar, transformar, mantener o destruir lo que es vital en la vida del hombre. Este poder central es el que rige la sociedad (“ley de leyes”). Todas las características consideradas dones, genialidades y que están más en contacto con lo divino se transmiten a lo terrenal a través de personas carismáticas. Estas personas muestran sabiduría (artistas, científicos) y a través de prácticas artísticas, de disciplina científica o de sensibilidad son capaces de conectar con lo divino. Es decir, lo central para la existencia de los humanos. Este elemento central de Shils corresponde al atributo de lo “serio” en Durkheim. Así, lo central es lo carismático, lo que tiene la capacidad de ordenar la sociedad desde el núcleo a lo más periférico. Se atribuye el calificativo de carismático a lo que, o a quien, detenta el poder en la sociedad y como tal es tratado con deferencia. Para Shils el carisma está íntimamente relacionado con la ordenación de la sociedad:

*La disposición para atribuir carisma está íntimamente relacionada con la necesidad de orden. La atribución de cualidades carismáticas sucede en la presencia de creación de orden, revelación de orden, en el descubrimiento del orden como poder; es una respuesta a un gran poder ordenador. La eficacia o el éxito de un ejercicio de poder a gran escala, en una escala macro-social, evoca a una actitud legitimadora. Cada actitud legitimadora. Cada legitimación de poder efectivo a gran escala contiene un elemento carismático.<sup>1</sup>*

El generador o autor de orden hace crecer la sensibilidad carismática. Los hombres necesitan un orden en que poder localizarse, un orden que de coherencia, continuidad y justicia. La mayoría de la gente siente la necesidad de situarse ellos mismos dentro de una estructura más profunda y amplia de las cosas (nacimiento, muerte, matrimonio). Es en el contexto de estos órdenes que la vida del individuo en sociedad se hace comprensible.

---

<sup>1</sup> The disposition to attribute charisma is intimately related to the need for order. The attribution of charismatic qualities occurs in the presence of order-creating, order-disclosing, order-discovering power as such; it is a response to a great ordering power. The effectiveness or successful exercise of power on large scale, on a macro-social scale, evokes a legitimating attitude. Every legitimization of effective large-

La percepción de lo central y de la seriedad de la mente nace acompañada de un atributo de sacralidad a los poderes trascendentes, o terrenales, que gobiernan las vidas de las gentes. Estos atributos en contacto con las personas se convierten en los objetos de atribución de carisma. Esta sacralidad se muestra en, por ejemplo, la deferencia respeto a las más altas autoridades, o en el ritual que rodea lo oficial, en el temor del lugar donde se sienta el gobernante. La atribución de carisma a aquellos que ejercen el poder y a sus objetos. La característica de atribuir carisma forma parte de la constitución neuronal del ser humano, la motivación, la intensidad, dependen también de aspectos culturales. El origen del término carisma deriva de la referencia de *II Corintios* donde se describe las formas como aparecen los dones de la gracia divina.

Shils critica de Weber que tiene la tendencia de ver el carisma en su forma más intensa y no contempla la posibilidad de su existencia en una forma más dispersa y atenuada, a la vez que en su análisis segrega, aísla, el objeto al cual se le atribuye el carisma. Shils considera que el carisma se *manifiesta intensamente* en cualidades, palabras y acciones individuales, pero también aparece en su forma residual en distintos *grados de intensidad* en instituciones, categorías o estratos de la sociedad.

Shils establece categorías de profesiones que van de lo más central de la sociedad a lo más periférico. Reyes, presidentes, primeros ministros, gobernadores, la corte suprema y los principios constitucionales formarían parte del centro de la sociedad junto con los valores de la justicia referentes a los principios constitucionales, científicos, físicos nucleares, profesores universitarios. Todos ellos son los que reciben una mayor deferencia. En segundo lugar, pero todavía con un alto estatus estarían los abogados y directores de grandes compañías. Algunas de estas actividades tienen un fuerte poder coercitivo y afectan a multitud de personas, otras, por el contrario, como

---

scale power contains a charismatic element. SHILS, Edward. "Charisma, Order, and Status". En: **American Sociological Review**. 1965, núm. 2, p. 204.

profesores o científicos tienen una actividad central pero no ejercen ni un poder coercitivo ni un poder sobre muchas personas. Conectados con el orden central carismático encontramos, artistas, legisladores de principios legales, como los derechos humanos, que se dedican a relacionar el orden racional con el orden carismático.

Ya en un término más difuso, nos encontramos profesiones que tienen un cierto contacto con las instituciones y el sistema de valores y un atenuado papel en la creación de “orden” de las cosas como son: maestros, trabajadores sociales, trabajadores manuales. Por último, estarían las ocupaciones de obreros o trabajadores no cualificados que desarrollan sin duda labores indispensables pero que no forman parte de los órdenes creadores de carisma.

La dispersión del carisma no puede ir tan lejos hasta engendrar una sociedad totalmente igualitaria. La autoridad es crucial para la creación y el mantenimiento del orden. Hay una tendencia a un reconocimiento consensual del carisma en aquellos que están en posesión de la más alta autoridad. Si la autoridad es visible esta se legitima a sí sola. La consecuencia de la distancia del centro carismático es un sentimiento de inferioridad y por tanto se suele negar la distribución o el orden carismático donde ellos están tan mal situados. Hay una capacidad, un impulso carismático en cada persona pero éste se puede ver mitigado. Una forma de dispersión del carisma ha sido el crecimiento del estado-nación cuyo seno engloba una autoridad central y visible.

En esta dispersión del carisma hacia la periferia la sociedad se mueve hacia una sociedad civil. Una amplia dispersión del carisma es una condición indispensable para la civilización. La civilización implica no solamente atribuir carisma a la masa, a la población, sino, también, que la élite distribuya cierto carisma para el resto de la sociedad. La distribución del carisma en central o disperso depende de las sociedades.



carisma es atribuido a personalidades con una fuerza de liderazgo o por un estado interior ejemplar que es expresado en un comportamiento de serenidad.

Distingue tres tipos de carisma, los dos primeros forman un fenómeno común, son el carisma del pueblo y el carisma de la más alta autoridad y, el tercero, es el carisma “institucional”. El primero se referiría a la legitimidad otorgada por el pueblo en la relación carismática y el segundo al carisma que desprende la propia autoridad. Por lo que se refiere al carisma “institucional”, no es un carisma que se desprenda de la creatividad individual sino de los mandatos que el poseedor de un cargo ha efectuado como miembro de una institución.

Weber niega la posibilidad que el carisma pueda ser un elemento integral en el proceso de secularización institucional y subraya que lo trascendente ocupa un dominio más reducido en la modernidad como resultado del proceso de racionalización y burocratización. Shils, en cambio, cree que en todas las sociedades existe una identidad fundamental y uno de los elementos de esta identidad es la presencia del elemento carismático a través del cual se produce una identificación del grupo.

La necesidad de orden y la fascinación por el desorden persisten y la propensión carismática es una función de la necesidad de orden. Las más altas autoridades de la sociedad, presidentes, reyes, primeros ministros, gobernadores, jueces son los gobernantes del más completo orden existente en la tierra. El gran poder terrenal tiene múltiples afinidades con los poderes relacionados con el orden trascendente. Aquellos que creen en un orden divino trascendente también creen que los poderes terrenales tienen que tener alguna relación con el poder celestial. Los gobernantes necesariamente están relacionados con el orden esencial de las cosas. La persona que se puede calificar de carismática es un creador de un nuevo orden, a la vez, que rompe con el antiguo orden. Este nuevo orden busca generar algo nuevo inspirado en los poderes

trascendentes. Las características de aquellos que son carismáticos serán la inteligencia, la sensibilidad moral y tener inclinaciones metafísicas.

Si la centralidad y lo sagrado están estrechamente unidos podemos decir que el carisma de una institución o de un cuerpo corporativo no depende en su fundación por una persona carismática. Los cuerpos corporativos seculares, económicos, gubernamentales, militares, y políticos tienen cualidades carismáticas simplemente por la virtud del tremendo poder concentrado en ellos. El orden social no solamente tiene que dar la impresión de ser coherente y continuo, tiene también que aparecer integrado con una moral trascendente.

Hay otras conexiones con lo carismático además del poder, por ejemplo los científicos, los médicos, el heroísmo físico. Los poseedores de este carisma no tienen que estar necesariamente en armonía con las élites de las esferas, donde están otras actividades conectadas de orden. Sin embargo, diferentes sectores de la élite tienden a estar en consenso y soportarse mutuamente. Las diferencias en su relación con lo cósmico y el orden social, sus diferencias de intensidad en relación con ello producen un cierto grado de disensión, de desacuerdo. Esta disensión, o desacuerdo dentro de la élite (intra-élite) se expande a otros sectores de la sociedad y encuentra acogida entre los estrados y grupos ya poco dispuestos a reconocer las demandas de los poderosos. A pesar de la disensión, el centro de la sociedad se impone por sí solo y abundan las muestras de este reconocimiento. El reconocimiento toma forma en un espontáneo respeto a las leyes. Se confirma la superioridad del centro del cual el orden es sostenido y controlado y representa un consentimiento de la desigual forma en que están repartidas las recompensas y las facilidades.

Las consecuencias son que en las sociedades modernas, más que en las antiguas, están enredadas en una tensión perpetua de competición de conceptos acerca el último

locus/lugar del carisma. La élite terrestre está bajo presión por el carisma del orden trascendente y por el carisma encarnado en la población. La élite no puede evitar el carisma por su posición central pero tampoco puede evitar la presión y las críticas de los otros portadores de cualidades carismáticas.

Otras propiedades que aparecen relevantes son la riqueza, la ocupación, el mando, la prohibición y control de los recursos, el nivel de vida, la educación, la parentela con personas que poseen estas características, el poder de proteger y beneficiar la comunidad o la vida. La distribución de estas propiedades también distribuye la distancia frente al carisma. Las características personales, las cualidades como el humor, la generosidad, la belleza, la educación, la fuerza física y la belleza son importantes en las relaciones personales pero no interfieren en la atribución de carisma.

Hay un amplio consenso en la sociedad acerca de quienes tienen propiedades carismáticas. A pesar de ello hay un cierto grado de disensión. Las causas de ello son múltiples algunas de ellas son:

- La proximidad a las fuentes del carisma distorsiona la mente de los que viven en tal proximidad.
- Diferente sensibilidad: algunas personas son más sensibles que otras al orden trascendente.

Estas son dos formas de disensión de la élite. Aquellos que están más lejos del centro del carisma son más hostiles hacia aquellos que dominan el orden social. Todo carisma inspira no solo temor y deferencia sino también hostilidad.

El contenido del orden trascendente no puede especificarse, es ambiguo y puede sostener distintas interpretaciones, especialmente entre aquellos que son muy sensibles a lo trascendente. El consenso sobre la localización de lo carismático en una sociedad no se produce. Sin embargo, los viejos portadores de carisma son las principales

colectividades, parientes y grupos localizados territorialmente y agregados étnicos. Las cualidades primordiales todavía funcionan poderosamente como cualidades carismáticas y su conflicto con las reivindicaciones carismáticas de ordenar la autoridad es una característica constante de las sociedades humanas.

Otra variante de dispersión del carisma es el carisma de la nación o del pueblo. Los beneficiarios o autores de esta dispersión atribuyen cualidades carismáticas a los sectores de la sociedad que son periféricos. Cuando se atribuye el carisma a este estrado la diferencia entre centro y periferia disminuye.

### **6.1.1. Evaluación**

En primer lugar hay que destacar las aportaciones de Shils para poder realizar un análisis holístico sobre el carisma y, en nuestro caso, del carisma político. Destaca de su definición de carisma, como elemento generador de orden. Un orden que es percibido mentalmente por los seguidores para poder comprender y clarificar la sociedad en que viven.

La relación que se establece con los líderes carismáticos, según Shils, es de temor y deferencia, este aspecto creemos que atiende más a características temporales que a valores permanentes, es un elemento sincrónico sin continuidad en el tiempo. Así, en la actualidad la autoridad carismática lejos de despertar valores autoritarios es más propensa a suscitar admiración, respeto, confianza, seguridad. Elementos todos ellos que responden a una mayor democratización e igualdad de las sociedades y a la desaparición de vestigios autoritarios.

Shils destaca los valores intelectuales y morales como elementos decisivos para encarnar una personalidad carismática pero deja al margen de la relación carismática

aspectos como la propia imagen, la belleza, la juventud, la simpatía, la cordialidad, la franqueza o la sencillez, atributos que consideramos importantes en las relaciones carismáticas de la modernidad avanzada, sobre todo, como consecuencia de la sociedad de la imagen, los mass media, y en función de la modificación de lo considerado como carismático. Así, los medios de comunicación aproximan a un ámbito familiar y cotidiano el líder político, la democracia permite mecanismos de discusión con la autoridad -la libertad de expresión-. Además de las distintas sensibilidades respecto al carisma que expone Shils, también intervienen las características culturales de la sociedad que convierten a sus ciudadanos en más o menos expresivos de la emotividad carismática. La autoridad, en la modernidad avanzada, está mucho más próxima, cercana, es igual a todos y por tanto también cuestionable en los aspectos personales. Por lo tanto todo tipo de características personales o de aspectos del ámbito privado están también relacionadas con el orden carismático.

Por otra parte, aquellos que están más lejos del centro de poder y control social son, no menos, sino más fácilmente manipulables por el carisma porque puede ser su forma de acercarse al centro social ya sea directamente a través de la propia autoridad carismática, o como alternativa al orden establecido, a través de formas de carisma puro.

Será importante analizar cuales son las características que adquiere el carisma en sociedades democráticas. De momento siguiendo el análisis de Shils podemos avanzar que se encuentra más disperso en democracia al aparecer relacionado con actividades de la sociedad civil que generan movimientos carismáticos y que sitúan lo trascendente y lo moral no solo en la autoridad política sino también en actuaciones de colectivos.

Respecto a la posición periférica en la sociedad de maestros y familias y, por tanto, respecto, también, al poder carismático nos parece que las familias y los maestros tienen un papel influyente en la formación de las futuras personas, sus valores, sus

capacidades intelectuales. A pesar de situarse lejos de los centros de poder poseen un poder difuso, una influencia directa sobre los actores que puede ser altamente decisiva en la futura configuración de la sociedad.

Por último, consideramos que Shils considera excesiva la influencia del carisma en los actores sociales. Muestra demasiada confianza en la imposición del orden a través del centro de la autoridad carismática. Los actores pueden dejarse llevar por intereses colectivos, altruistas, trascendentales pero también por el mero interés personal, los motivos individuales los que también mueven sus impulsos. Por ejemplo, por el hecho de ser carismáticas las leyes no siempre se cumplen.

Shils destaca la importancia del carisma y su institucionalización, en su esfuerzo por delimitar el carisma fuerza su propia dinámica. La naturaleza del carisma político es en la modernidad avanzada mucho más dispersa y sorprendente.

## **6.2. La continuidad de la obra de Shils: S.N. Eisenstadt.**

### **La institucionalización del carisma**

Eisenstadt se fija en la importancia de superar la dicotomía entre aspectos carismáticos y aspectos rutinarios, así pues, propone utilizar el término *institucionalización del carisma*, para la rutinización del carisma propuesta por Weber. Sugiere este término para enfatizar el hecho que los objetivos del líder carismático se adopten por la sociedad en cuestión. El líder carismático puede surgir de la oposición al sistema establecido y son las élites gubernamentales quienes tienen que dar soluciones en términos institucionales.

La institucionalización es por tanto la respuesta de grupos y clases a distintos problemas que se presentan y que tienen que solucionarse. Si bien todo proceso de institucionalización lleva consigo, inherente, la posibilidad de cambio. Destaca de la

obra de Weber su análisis de la tensión entre el potencial creativo del carisma y, a su vez, su capacidad destructiva. El carisma es, al mismo tiempo, creador y destructor de orden social. Es por ello por lo que Eisenstadt afirma que todo sistema social lleva implícito, la posibilidad de cambio. Para Weber el gran mérito de un líder carismático no recae solamente en su habilidad de crear un gran acontecimiento, sino también en su capacidad de crear un impacto estable en una institución.

El carisma nace ante situaciones extremas que precisan un cambio social. La mayoría de análisis destacan los efectos transformadores del carisma y su contribución a la destrucción de las instituciones existentes. Se observa la importancia de los símbolos políticos y culturales, así como, de las acciones de personalidades carismáticas en situaciones sociales anormales, por ejemplo, en países que experimenta situaciones de crisis y tensión.

Eisenstadt, al igual que Shils, considera que el carisma se encuentra cerca de las áreas que configuran los distintos centros de la sociedad (lo político, lo económico, lo cultural). El prestigio está, también, estrechamente relacionado con estos centros de poder. Así, no solamente la detentación del poder político y económico otorgan prestigio, también, la participación en lo central de la sociedad lo confiere.

Un elemento que preocupa a Eisenstadt, y cuya información al respecto es escasa, es cómo se produce gente carismática. Para Eisenstadt no es tan solo cuestión de una personalidad, pues el mero hecho de una personalidad fuerte no nos explica el proceso de rutinización descrito por Weber. Nos demuestra que no todos los líderes carismáticos responden a un mismo modelo, podemos encontrar líderes carismáticos legitimados con tendencia al dispendio y al lujo personal, a pesar de la pobreza en que está sumido su país. Eisenstadt, distingue, pues, entre el líder carismático de países asiáticos o africanos que hacen gala de su enriquecimiento personal, mientras sus

súbditos están inmersos en una vergonzosa pobreza; de aquellos líderes carismáticos, más cercanos al modelo maquiavélico, es decir, aquellos gobernantes que procuran el bienestar común, actúan en favor de sus súbditos y no solamente en el interés propio. Maquiavelo, también reconoce en su tratado la importancia de las instituciones como consejeras y como instrumentos garantes de los límites de poder de los Príncipes.

Eisenstadt en su análisis destaca la figura del profeta, un individuo portador de carisma que en virtud de una revelación divina atrae y llama a sus seguidores. Así, los profetas, al igual que los magos, ejercen su poder en virtud de sus dones personales, mientras que los sacerdotes se limitan a ejecutar su doctrina siguiendo la tradición. No obstante, el profeta proclama revelaciones divinas y su misión es ante todo difundir su doctrina, mientras que el mago simplemente se remite a demostrar o utilizar sus dones.

Otra apreciación de Eisenstadt remite a su separación entre una democracia donde la autoridad está legitimada por plebiscito y una democracia donde la autoridad intenta distribuirse o administrarse junto al liderazgo. Esto, según el autor, es característico de aquellas democracias que muestran una gran devoción y confianza en el líder.<sup>2</sup> Devoción y confianza son dos características inherentes al liderazgo carismático, que nos destaca este autor. Respecto a la relación entre carisma y democracia, Eisenstadt utiliza el término *democracia dirigida* para referirse a un sucedáneo democrático más cercano al “populismo” o “presidencialismo” que a una democracia occidental. Describe un régimen inmerso en la aceptación de valores tradicionales, como es el caso indio o asiático, en cuyos países se ha basado su análisis, y donde el calificativo de regímenes democráticos presenta aspectos tenues y por lo tanto dudosos.

---

<sup>2</sup>EISENSTADT, S.N. *On charisma and Institution building*. Chicago: University of Chicago Press, 1968 pp. 64-65.



En el caso del protestantismo, éste tuvo la habilidad de influir en el comportamiento humano debido a su independencia respecto a los centros de poder políticos y religiosos. Esto supuso que no hubiese una fuerte identificación social con ellos. En los países protestantes se produjo un nuevo tipo de identidad personal que generó el convencimiento de que era necesario hacer algo para la comunidad. Eisenstadt, también destaca la idea de Weber de la presión carismática o *charismatic push* contra la organización estructural. **La Ética Protestante** es un intento, por parte de Weber, de explicar la transformación de todo un sistema social o cultural en las relaciones individuales y las identidades colectivas y entre algunas instituciones. A su vez, la transformación simbólica es la que facilita la emergencia de un nuevo desarrollo institucional. Con la *institucionalización del carisma* a pesar que el líder carismático muera, sus metas y sus concepciones sobre el orden social prevalecen. A todo ello, Eisenstadt destaca la importancia de transmitir una imagen de modernidad, más que la propia modernidad en sí, para conseguir el aura carismática.

Sin embargo, también nos habla del concepto místico del cristianismo antiguo, el cristianismo oriental. Donde existía una fuerte convicción que el amor, cuando era puro y fuerte, tendería a liderar la unidad de todas las cosas. El místico necesita apartarse de la presión que le supone la sociedad sólo así consigue su estado de gracia. Si bien el camino hacia el ascetismo lleva hacia lo racional, al enfatizar lo metódico en la conducta externa, por ejemplo, la organización de las comunidades monásticas. Asimismo, hay que hacer notar que la secularización de la vida actual, la rutina del día a día, tiende a competir con la religión, sobre todo, con la búsqueda del orden y la perfección en las distintas actitudes, al igual que la vida ascética de los monasterios.

### 6.2.1. Evaluación

Eisenstadt sitúa el liderazgo carismático y el carisma en general más próximo a la sociedad tradicional que a la moderna. Observa la importancia de la relación de devoción y de la confianza que se establece entre el líder y sus seguidores. A su vez, no pone límites culturales, sociales, económicos o políticos al carisma, presupone la universalidad del mismo. En su intento de superación de la dicotomía *Gemeinschaft* (Sociedad tradicional) y *Gesellschaft* (Sociedad moderna) propuesta por Tönnies, nos expone que la modernización en muchos países se produce a través de valores tradicionales y observa como perduran estos aún y la evidente modernización de países como el Japón o el Reino Unido. Así pues, uno de estos elementos perennes a lo largo del tiempo sería el propio carisma.

La adquisición de carisma de *charis* o gracia divina en los sistemas democráticos se produce, como más adelante analizaremos, al aparentar o ofrecer una imagen de modernidad, la posesión de una *aura carismática*, que en la sociedad mediática se produce a través de la aparición en los medios; por el cuidado de la imagen más que por los propios valores de cambio social y modernidad. Sin duda este tipo de carisma es representativo de aquellos ciudadanos-votantes que están situados en el centro del espectro político. Es un carisma, como veremos, manufacturado, que se inserta dentro de la legalidad democrática y de los límites del orden político y económico.

A pesar de ello, en condiciones de crisis estructurales del sistema, situaciones de alarma social o indignación pueden surgir con mayor fuerza líderes carismáticos, al margen del sistema de partidos. Este potencial carismático que genera una situación de crisis social puede intentar ser canalizado por líderes del propio sistema de partidos, con las dificultades que comporta defender intereses y posiciones extremas, sin defraudar a

unos ni a otros, mediar soluciones factibles y suficientemente consensuadas. El líder político en estos casos debe hacer alarde de una gran ambigüedad siendo en ocasiones inevitable la fractura social o el propio deterioro del cargo político. El político, en ocasiones, debe mostrarse crítico y en otras apoyar las acciones de su propio gobierno, además de intentar convencer al electorado.

### 6.3. Peter Berger

Berger analiza en su estudio<sup>3</sup> la teoría de Weber sobre el carisma y su comprensión sobre la profecía israelí. Sitúa su análisis en el contexto histórico del Antiguo Testamento y describe el debate académico que ha suscitado la interpretación de los profetas de éste período. El autor centra su estudio en las aportaciones de Weber y las concepciones historicistas de la época. Considera necesaria la relación entre la teoría sociológica y el contexto histórico esa es una de las aportaciones de Weber. Una de las bases del trabajo de Weber es la sociología del antiguo Israel. Concretamente, el rol del movimiento profético después del exilio babilónico.

Es erróneo interpretar los profetas como individuos aislados que se oponen a la religión oficial, puesto que estuvieron relacionadas con ciertos cultos de cargo. La interpretación de Weber de la profecía israelí se basa en el trabajo histórico intelectual de ese tiempo, la clásica profecía del fenómeno temprano del *Nabiism*, proviene de *Nabi* un término hebreo para profeta. La monarquía que se consolidó bajo el reinado de Salomón desmilitarizó los campesinos y creó un ejército bajo la autoridad del Rey, con lo cual la guerra de los profetas quedó obsoleta y se institucionalizó como un simple

---

<sup>3</sup> BERGER, Peter. "Charisma and Religious Innovation: The Social Location of Israelite Prophecy". En: *American Sociological Review*, 1963, vol. XXXVIII, núm. 6.

“negocio de magos”. Las mismas cortes institucionalizaron una corte profética para proclamar la buena fortuna de los reyes y rendir servicios a la realeza circundante.

En el siglo IX emerge una nueva profecía se caracteriza en un no énfasis (*de-emphasis*) en el éxtasis, su actividad consiste en proclamar la buena fortuna en vez de juzgar y predestinar. El carácter social y la localización de estos profetas ha cambiado enormemente ya no son militares ni terapeutas del éxtasis ni portadores de la lluvia pero sí un estrato literario y de ideología política. Weber rechaza la idea que estos profetas deban analizarse como portavoces de movimientos sociales no privilegiados. La preocupación de los profetas es la religión y están implicados en ella, social y éticamente. Los profetas no pertenecen al esoterismo sino que están en medio de su gente y están interesados en la ética no en el culto, aportan una racionalización.

Berger hace un recorrido a través de la intelectualidad protestante del s. XIX. Considera un estereotipo la imagen de los profetas opuestos al *establishment*, a los sacerdotes desafiantes con las autoridades de la época. Wellhausen<sup>4</sup> que dominaba la escuela del Antiguo Testamento entendía a los profetas como los portavoces de un movimiento social en contra de la paganización de la religión de Israel, el paganismo tenía su centro en el culto. Otro intelectual como Duhm veía los profetas como el clímax de la evolución de la religión de Israel, antes de ellos había un período de preparación, después venía el declive. Los profetas son entendidos como escritores de panfletos independientes y oradores públicos. Su contribución en el esquema evolutivo es la moralización y la desritualización de la religión. En el mundo anglosajón destaca George Adam Smith.<sup>5</sup> El carácter del profeta es entendido como un “genio religioso”, en esta corriente se enfatiza la obstinación individual.

---

<sup>4</sup> WELLHAUSEN, Julius. *Prolegomena zur Geschichte Israels*. Berlin: Reimer, 1883.

<sup>5</sup> SMITH, George Adam. *The Book of the Twelve Prophets*. Armstrong & Son, 1898.

Por otra parte, Jepsen<sup>6</sup> intentó escribir una historia social del *Nabiism* que entendía como extra-israelí en origen, ajeno al nomadismo israelí, pero adquirido en la cultura “Canaanite” o cananita después del asentamiento de las tribus Palestinas. Destaca que mientras los curas utilizaban medios “técnicos” leer los oráculos, los *Nabis* pronunciaban los oráculos estando en éxtasis. En el norte del reino el *Nabiismo* era sobre todo popular entre los pobres y los estratos no privilegiados de la sociedad, mientras en el sur se encontraba entre los sectores de la alta sociedad. Según Jepsen la localización social de estos profetas se deduce del contenido de sus mensajes. Para resumir, esta visión protestante de los profetas canónicos distintos de los cura y *Nabis* cita el autor el libro de Volz<sup>7</sup> quien considera que la religión de los profetas es una religión de la palabra, acerca la voz de Dios a los hombres, de hecho continúa con el clásico esquema de oposición entre sacerdotes y profetas.

Mowinckel<sup>8</sup> sostiene que la inspiración profética es la pronunciación de las palabras de inspiración divina para los detentores del culto. Respecto al culto distingue entre el *sacrificio* y los elementos *sacramentales*. Hay ciertos grados de *domesticación* del elemento profético en el propio culto. Éste autor también cree que el *Nabiism* fue adoptado por Israel después del asentamiento en Palestina. Originariamente los Nabi no estaban afiliados al sacerdocio, el autor piensa que ellos procedieron del laicismo, siendo individuos carismáticos legitimados ellos mismos por su virtuosidad en el éxtasis, razón por la cual estaban junto a los santuarios y fueron institucionalizados bajo la supervisión del sacerdocio. Esta relación con el sacerdocio llevará a la domesticación litúrgica del carisma extático. Según Berger el mejor estudio sobre el tema es el de A. R. Johnson (1944) quien demostró que el Nabi al igual que el sacerdote tenía funciones

---

<sup>6</sup> GUILLAUME, Alfred. *Profecy and Divination among the Hebrews and other Semites*. London: Hodder & Stoughton, 1938.

<sup>7</sup> VOLZ, Paul. *Prophetengestalten des Alten Testaments*. Stuttgart: Calwer Verlag, 1949 [1938].

<sup>8</sup> MOWINCKEL, Sigmund. *Psalmenstudien*. Kristiana, 1923.

*sacramentales* y de *sacrificio*. La función del Nabi tiene que ver con el bienestar (*shalom*) de la gente, éste era su trabajo *por excelencia*. En el Antiguo Testamento, durante la Monarquía, el profeta era una figura importante en el personal de los cultos especialmente en el Templo de Jerusalén. Su función era proporcionar el *shalom* o el bienestar a la gente. Tenía un rol dual no era solamente el portavoz de Jahveh, también, era el representante de la gente.

Otro estudio que rebatió a Johson fue el del sueco Haldar.<sup>9</sup> Éste se basa en un análisis comparativo entre varias culturas semíticas alrededor de Palestina y destacó la importancia de la transmisión oral en contra de la tradición escrita en la tradición religiosa. Establece dos funciones sacerdotales principales: los sacerdotes *Baru* que usan métodos “técnicos” para los oráculos y los sacerdotes *mahhu* que leían los oráculos con métodos extáticos. Los dos tipos de curas eran organizados en *corporaciones* distintas en los santuarios. El liderazgo del ritual de ambos grupos era frecuentemente tomado por el rey. El mismo fenómeno se encontró en Israel. El sacerdote israelí (*kohen*) es identificado con el tipo *Baru* y el profeta (*nabi*) con el tipo *mahhu*. El Nabiismo israelita, también, se organizó en “corporaciones” alrededor de los santuarios, formando parte y siendo parcela del culto oficial. La identificación de la profecía canónica con el Nabiismo y el énfasis en la tradición oral fueron en un principio criticados por los investigadores y por lo tanto las conclusiones de Haldar basadas en estos aspectos se vieron debilitadas. Posteriormente, el artículo de Wuerthwein sobre el Libro de Amos plasmó ya un cambio en la tendencia académica.

Wuerthwein cree que Amos funcionaba como santuario de un Nabi convencional. Las bases de la proclamación del destino de Amos no son una nueva concepción de la ética, sino la herencia legal y moral de Israel que fue encontrada en el

---

<sup>9</sup> HALDAR, Alfred. *Associations of Cult Prophets among the Ancient Semites*. Uppsala: Almqvist & Wicksells, 1945.

Pentateuco. Jahveh se aparta de la gente porque habían roto el contrato cuyas demandas eran conocidas por todos a través del culto. El posicionamiento de Haldar llega a la conclusión que existían fuertes afinidades entre los sacerdotes y los profetas, a pesar de ello rehúsan una identificación completa de los profetas canónicos con el Nabiismo profesional.

Hentschke<sup>10</sup> critica la interpretación protestante conservadora, que los profetas canónicos ataquen el culto y que estos no puedan ser identificados como personas de culto. Sin embargo, Berger puntualiza que se ha llegado en los últimos años a un cierto consenso del que no participa Hentschke. Antonius Gunneweg critica a Hentschke y la posición protestante conservadora por su anticuada visión que el culto excluye todo elemento o elementos carismáticos. Considera también una falacia creer que, porque los profetas canónicos atacan el culto, ellos no han podido tener una posición al respecto. Asimismo, considera que la distinción entre elementos éticos y del culto en la religión es un concepto moderno que se aplica al Viejo Testamento. El intento de encontrar criterios externos entre profetas canónicos y Nabis ha fracasado. Según Gunneweg los profetas canónicos empezaron sus carreras como Nabis, pero su mensaje 4les lleva más allá de las definiciones de culto de sus funciones (*Nabis no-longer Nabis*). La radicalización reside en la idea que Jahveh debe abandonar Israel, la radicalización de la proclama empuja estos profetas más allá de sus propias funciones de su culto oficial. Gunneweg termina con el intento tradicional de establecer los profetas canónicos dentro de una categoría sociológica especial. El mensaje de los profetas se basó en las viejas tradiciones de Israel y fue transmitido por el culto, posteriormente se radicalizó y esto transformó el cargo ocupado por los profetas. Berger dirá que siempre es delicado hablar de un consenso académico respecto al Viejo

---

<sup>10</sup> HENTSCHE, Richard. *Die Stellung der vorexilischen Schriftpropheten zum Kultus*. Berlín: Toepelmann, 1957.

Testamento, la posición que describe representa por lo menos una fuerte tendencia hacia el consenso en esta cuestión.

Berger, por su parte, destaca el carácter no-institucional y anti-institucional del carisma de Weber donde la concepción de la profecía israelí juega un papel importante. El profeta como figura socio-religiosa es visto por Weber como la figura ideal opuesta a la institucionalización hierocrática. Esto es la oposición entre profeta y sacerdote. Las demandas de los profetas están basadas en revelación personal y carisma. En otras palabras, el cargo es lo que diferencia al sacerdote del profeta. La actividad del profeta no es profesional por lo tanto es económicamente gratuita. Los profetas practican la adivinación como curaciones mágicas y consejos.

Weber estaba preocupado por demostrar que las ideas religiosas tenían una eficacia histórica por ellas mismas y no podían simplemente ser entendidas como un “reflejo” o una “función” de procesos sociales. Por esta razón, intentó demostrar los factores religiosos en la génesis de lo que él consideraba las dos grandes fuerzas innovadoras de la historia: el carisma y la racionalización. Respecto al carisma su preocupación es evidente. El carisma representa la irrupción de nuevas fuerzas a menudo unidas a nuevas ideas. Esto no quiere decir que considere dichas religiones innovadoras, ello huye de todo idealismo. La comprensión de Weber de la relación de las ideas con la historia puede ser más claramente entendido en su concepto de “elección de afinidades” (*elective affinity*, *Wahlverwandtschaft*) esta es la manera como ciertas ideas y ciertos procesos, en la historia, se buscan unos a otros. Es consciente que el pensamiento siempre ocurre en un contexto social e incluso lo más importante: el pensamiento, debe encontrar un grupo social para que cumplir su objetivo y para ser históricamente eficaz.



Volviendo a la cuestión de la profecía israelita, Weber rechazó la idea que el profeta canónico refleja intereses del campo contra la ciudad, o de las clases bajas en contra sus dirigentes pues consideraba que sus mensajes y sus motivos eran religiosos. El profeta en Weber es percibido como un individuo solitario que no representa a nadie más, excepto Jahveh, oponiéndose él solo al orden religioso establecido. Berger considera que como ha intentado demostrar esta comprensión individual es difícil de sostener después de las recientes investigaciones del Antiguo Testamento. Así pues, entiende que el profeta emerge de un cargo tradicional, ejerciendo su actividad carismática desde el propio cargo pero llevando más allá su definición con su mensaje religioso. Esta teoría apoya más la insistencia de Weber en la independencia de las ideas religiosas más que la concepción del profeta individual previa. La nueva interpretación de los profetas acerca de las instituciones religiosas del antiguo Israel no debilita la noción weberiana del poder innovador del carisma, bien al contrario. El carisma puede ser una característica de individuos sociales marginales, pero el carisma puede también ser una característica de los individuos situados en el centro de las instituciones, fabricándose desde dentro un poder de “radicalización”. Finalmente, considera de suma importancia que la teoría sociológica haga atención a las líneas históricas para sustentar sus investigaciones

### **6.3.1. Evaluación**

La insistencia de Berger en distinguir como carismáticos tanto aquellos individuos que se sitúan en la marginalidad, como los líderes que sustentan el sistema, en este caso religioso, es imprescindible para el análisis y la comprensión del carisma político en la modernidad. A mi juicio, además de reformista el carisma de cargo posee

dotes carismáticas y puede por tanto incidir en la cohesión social. Asimismo, permite controlar a la población, dirigiendo sus actitudes y apaciguando los ánimos. Por consiguiente, el elemento revolucionario de cambio que aporta el profeta no necesariamente se opone al orden político y económico establecido, pues puede desde producir transformaciones hasta evitarlas. Las armas del carisma para controlar los grupos son sus discursos, las apariciones en público, la utilización de los medios, la propia imagen.

Las aportaciones de Berger acerca de la fe Baha'i y el análisis entre la transformación de sectas en Iglesias no las he analizado por su trabajo específico ni por ser objeto de nuestro estudio sino por su importancia teórica. Este aspecto es destacado en un artículo de Peter Smith donde se expone la importancia de las aportaciones de Berger, tanto para el análisis de la Fe Baha'i como para aspectos teóricos de la sociología de las religiones.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> SMITH, Peter. "The routinization of Charisma? Some Comments on "Motif Messianique et Proecessus Social dans le Bahaisme". En: *Babi and Baha'i Studies*. 1998, vol. 2, núm. 6.

## 7. LA EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE CARISMA POLÍTICO

El término carisma en su origen griego significa: encanto, gracia, favor, don, mérito, veneración y, también, gozo y festividad. En latín *Charisma*, *-atis* significa: don, gracia divina y está estrechamente relacionado con el concepto de sagrado, entendido como cualidad extraordinaria de personas y objetos.<sup>1</sup>

El antropólogo J.G. Frazer abordó en cierta manera el tema al analizar las funciones del sacerdote-mago-rey que comportaba la institucionalización del carisma. Rudolf Sohm analizó la noción de *gracia divina* al establecer la contradicción entre el carisma y el derecho canónico. Troeltsch fue otro autor que desde la perspectiva religiosa analizó el carisma en la transformación de las sectas religiosas en iglesias.

Pero, sin duda, el autor de la teoría social clásica que más ha influido en la definición del concepto es Max Weber. Weber hizo hincapié en dos aspectos, la naturaleza revolucionaria del carisma y cómo éste se construye a través del líder y sus adeptos. La legitimidad del liderazgo carismático la otorgan los seguidores del líder. Weber daba un sentido, también, religioso a la legitimidad al considerarla una creencia que establece la relación entre la sociología del Estado y la sociología de la religión.<sup>2</sup> En los años sesenta Edward Shils revisó el concepto de Weber y aportó una nueva dimensión al término. El carisma de la mano de Shils se convirtió en un elemento creador y ordenador de la sociedad que, a su vez, daba un sentido a la misma, como hemos expuesto en el capítulo 6.

Todos los autores, clásicos y modernos, parecen coincidir en el origen religioso del término. Las distintas matizaciones en el análisis aparecen con la evolución del

---

<sup>1</sup> FERRAROTTI, F. *Una fe sin dogmas*. Barcelona: Ediciones Península, 1993, p. 227.

<sup>2</sup> ALONSO, Ignacio. "La persistencia de la religión en el mundo moderno". En: DÍAZ-SALAZAR, Rafael; GINER, Salvador. *Formas modernas de religión*. Madrid: Alianza Editorial, 1996.

concepto a medida que avanzamos en la modernidad. Si bien la base del concepto de que parten todos los autores continúan siendo las aportaciones de Weber su análisis del término parece insuficiente, no inadecuado, para explicar el carisma en la modernidad.

Por una parte, la aparición de los nuevos medios de comunicación de masas: la radio, a partir de los años veinte, y la televisión, en los años sesenta, han proporcionado nuevas herramientas con que elaborarse el carisma y nuevos espacios donde desarrollarse. La utilización de los medios en la política no sólo ha servido para difundir el carisma sino también para manipular y filtrar la imagen de los candidatos. Primero, tan solo con la fotografía, y sobre todo a través de la pequeña pantalla, donde imagen, expresión y movimiento tienen cabida. Donde, además, a diferencia del cine, su difusión es inmediata y extensiva al corazón de cada hogar.

Por imperativo biológico, Weber no pudo plasmar las transformaciones que comportaría al concepto de carisma en los medios de comunicación de masas, y es debido a este nuevo escenario que aparece una nueva dimensión del concepto en la modernidad avanzada y sobre cuyas características han trabajado algunos autores contemporáneos como: David Aberbach, Joseph Bensman, Luciano Cavalli, Ronald M. Glassman, Salvador Giner, Michael Givant, William H. Swatos y cuyos resultados abordaremos en el próximo apartado.

Autores como, Salvador Giner, Karl Loewenstein, inscriben el carisma en el mundo de la religión otros, como señala Glassman, en el caso de Wolfgang Mommsen, conciben el carisma como una energía espiritual. Autores como Swatos, citando a S.N. Eisenstadt, hablan de la tendencia en el mundo actual a la desmitificación y secularización y por tanto de la atenuación del carisma y al surgir de una clase de neutralismo carismático.

Alan Berger por su parte destaca la pérdida de trascendencia de la sociedad occidental actual como consecuencia de los cambios en la vida espiritual del s. XX. El hombre desde la Ilustración habita en un mundo desacralizado donde se ve a si mismo como sujeto y agente de la historia. La trascendencia esta asociada con la tradición y esto ha hecho que fuese relegada. Los líderes carismáticos son propensos a aparecer en una situación de anomia, que vendría a ser lo mismo que afirmar que un líder carismático aparece en una situación de crisis o de cambio social.

Podemos afirmar que en la sociedad actual se produce una ambivalencia: la tendencia a la secularización de la sociedad produce a su vez una necesidad de trascendencia, que es encarnada por el líder carismático y por todo aquello que podemos considerar carismático (lugares, cosas y personas). Sin duda la aparición del carisma no responde solamente a una necesidad humana. También, ayuda a discernir como señaló Shils, la complejidad humana y social al ofrecer un núcleo “reordenador” del teatro social.

Salvador Giner destaca la secularización del pensamiento filosófico y sociológico occidental, como éste influye en la separación entre fe y razón. Propone una revisión de los fundamentos de la racionalidad de la teoría de Weber. Así, entiende que el carisma debe verse no necesariamente como irracional, sino como algo esencialmente metaracional. El carisma pues no estaría sujeto a la dicotomía racional o irracional. Forma un tercer núcleo de cosas que “pueden seguir (o no) la senda de lo racional”.<sup>3</sup> Para este autor el carisma enlaza con lo *santo* y lo *sagrado* en su valor de ser o significar más de lo que empíricamente es, en su valor de trascendencia.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> GINER, Salvador. “La Iluminación Carismática de la Razón”. En: *International Review of Sociology*. 1997, vol. 7, núm. 3.

<sup>4</sup> La trascendencia de la figura del líder político carismático, especialmente en momentos de crisis, ha sido también subrayada por Kyösti Pekonen en su estudio del presidente finlandés de la década de los ochenta Mauno Koivisto. Esta trascendencia estaría unida a un elemento de identidad. Al identificar el presidente con la clase social trabajadora finlandesa y con los valores tradicionales e históricos del país.

Un segundo elemento crucial que señala Salvador Giner es la aparición de la *religión civil*.<sup>5</sup> Con el proceso de secularización de la sociedad, los valores trascendentales, las prácticas rituales se trasladan al mundo de lo profano se produce una “sacralización o consagración de lo profano”.

Sin duda, podemos afirmar que se ha producido una transformación en el concepto de carisma, en primer lugar, como consecuencia del proceso de secularización de la sociedad que ha reducido el ámbito de lo religioso y ha construido en su lugar lo que podemos llamar *religión civil* como manifestación de lo trascendente en un mundo donde lo propiamente religioso está limitado a pequeños grupos.

En segundo lugar, el carisma como elemento básicamente de comunicación entre el líder político carismático y sus seguidores o su audiencia se ha visto profundamente alterado, transformado en su morfología con la aparición y gran difusión de los medios de comunicación de masas como la radio y muy, especialmente, la televisión, como hemos mencionado anteriormente. En este contexto socio-histórico cambiante el carisma adquiere nuevas formas de plasmación y de configuración, básicamente, como consecuencia de la aparición de los media.

## 7.1. Evaluación

---

PEKONEN, Kyösti. *Charismatic Leadership and the Role of Image in Modern Politics. Charismatic Effects and the Problem of Political Presence: The Case of Finland in the 1980s*. Jyväskylä: University of Jyväskylä, 1989.

<sup>5</sup> El concepto de religión civil fue utilizado por primera vez por Rousseau, Salvador Giner define el término *religión civil*, que consiste en la sacralización de ciertos rasgos de la vida comunitaria, a los que se atribuye trascendencia por su simbología, su carga histórica. Esto se plasma a través de rituales y liturgias. Este proceso tiende a reforzar la identidad y el orden en una sociedad heterogénea GINER, Salvador. “Religión civil”. En: *Claves de razón práctica*. Abril-1991, núm. 11.

Las argumentaciones teóricas de William Swatos no permiten dar luz a aquellos aspectos en que se muestra el carisma político en la modernidad, ni prever sus posibles tendencias futuras. Sin duda, hay una secularización de la sociedad, una pérdida del ritual y la liturgia religiosa, pero paradójicamente la sociedad no ha olvidado completamente la tradición, ni la necesidad de mantener elementos religiosos que aparecen en distintas manifestaciones de la vida civil, una de ellas es el liderazgo político carismático.

Las sociedades, por una parte, no son lo suficientemente adultas democráticamente para concebir y utilizar unos mecanismos que canalicen la participación democrática individual desde la crítica y la expresión de la voluntad. La utilización de unos mecanismos que, a su vez, eduquen en democracia. Por otra parte, la complejidad social y su desconocimiento inducen a la población a optar por la solución rápida y simple del carisma político. Un carisma, que no lo olvidemos, da orden y significado a sus vidas. Ayuda a comprender la complejidad de la sociedad occidental y llena de significado y trascendencia sus vidas.

Nos parece mucho más sugerente y acertada la aproximación teórica de Salvador Giner quien prevé la aparición del carisma político a través de una forma que puede estar inmerso en un orden democrático, o incluso racionalizado y tendiente a la racionalidad, o bien, a un carisma basado en lo irracional y en la oposición al sistema político. Irónicamente, el carisma en los sistemas democráticos occidentales tiende a mostrarse bajo un aura de racionalidad, busca la imagen de racionalidad; cuando está incitando a una elección irracional y es en esencia revolucionario.

---

“La religión civil”. En: *Formas modernas de religión*. Madrid: Alianza Editorial, 1996.

## **7.2. El carisma y el elemento religioso: Sohm, Weber, Ferrarotti, Pizzorno y Giner**

El carisma que podemos encontrar en las sociedades occidentales actuales proviene de una evolución del carisma cristiano, de la tradición cristiana del carisma profético. Sin duda, la ética protestante estableció unos valores de trabajo, utilización del tiempo, racionalización de la labor y de la riqueza; y lo que es más importante concibió el trabajo como vocación como el medio óptimo para conseguir el estado de gracia, el trabajo, es por lo tanto, lo que concede este estado de gracia, es lo que otorga carisma.<sup>6</sup> Por lo tanto, como señaló S.N. Eisenstadt, la ética protestante estableció nuevos valores carismáticos en el camino hacia la modernidad. El líder político moderno debe encarnar los valores de la sociedad occidental que otorgan carisma: el trabajo, la beneficencia, el pragmatismo, la astucia, la sociabilidad, entre otros, y que provienen de una nueva moral cristiana y de la herencia del proceso industrialización.

Según Wiliam Swatos, Calvino fue visto en su tiempo como un líder carismático y el calvinismo como una forma de dominación carismática. Irónicamente, hoy en día Calvino aparece como un personaje desmesurado y profundamente aburrido mientras la sencillez y el valor intelectual de Lutero lo convierten en un personaje interesante y profundo.

En las sociedades actuales donde encontramos una “religión tibia” el portador del carisma puede ser un personaje laico, no es necesario que esté ungido como Cristo, si bien, como comentaremos más adelante, debe habersele depositado la herencia de algún otro líder político en su persona, debe ser heredero de, o como mínimo hacer referencia a. El líder político carismático en la modernidad puede ser, y es en la mayoría de ocasiones en las sociedades occidentales, un individuo laico al cual se le



atribuye el don de la política y por tanto la capacidad de transformar, mejorar la sociedad y los problemas individuales, además de elevar la propia nacionalidad, la comunidad.

Tampoco es necesario que el líder político carismático siga todos los rituales políticos, en cierta medida se acepta su rebeldía, recordemos que tampoco Jesucristo era un personaje sumiso a su tiempo. Se acepta su coraje como fuerza transformadora de la sociedad al igual que se acepta en un hijo, o mejor aún, se tolera por reconocérsele el don de la política, al considerarse la persona mejor dotada del grupo para representarlo.

El líder carismático demuestra la necesidad de cumplir con una “misión divina”, una misión imprescindible para la comunidad. A pesar de gustarle o interesarle otros temas se ve obligado a cumplir con su misión. Los objetivos políticos se plantean como “misiones divinas” a cuya consecución el líder está llamado a realizar. El interés económico o personal queda mitigado bajo el aura sagrada del carisma.

Ferrarotti destaca la función legitimadora del poder del carisma. El autor describe la relación carismática entendiendo que el grupo o masa busca la relación con la potencia divina a través de la mediación del líder carismático. Esta relación entre el grupo, el líder y lo trascendente se plasma a través de la potencia del grupo, del elemento carismático, al reconocer en el líder el don especial otorgado por Dios.

Según Ferrarotti el carisma produce *metanoia*, una regeneración interior, una transformación del alma. Una mutación de las mentalidades. El líder aparece frente a la crisis como portador de nuevas ideas y valores. Pizzorno<sup>7</sup> nos hablara de la *conversione* o conversión, la acción a través de la cual una identidad personal se transforma, se renueva. Así, los valores en que se basaban las acciones de esta persona se convierten

---

<sup>6</sup>WEBER, Max *L'ètica protestant i l'esperit del capitalisme*. Barcelona: Edicions 62/Diputació de Barcelona, 1994.

en otros y sus fines coinciden con los del emisor del mensaje, en este caso el líder político. Metanoia es un término religioso que refleja que la política no puede solamente medirse por un cálculo material sino que tiene afinidad con lo emotivo, con los sentimientos religiosos. En definitiva, la conversión es una reconstrucción de la identidad, es la *reconstrucción de la estructura de la certeza* para hallarse en posesión de la verdad.

Concretamente Pizzorno habla de la “conversión” a la fe política por parte de los electores y de la “devoción” al líder, a las ideas, movimientos y partidos, un estado de entusiasmo y de disposición al sacrificio.<sup>8</sup> Podemos decir que el líder político carismático tiene la capacidad de convertir a los seguidores a sus ideas y a sus propósitos.<sup>9</sup> Pizzorno a su vez divide dos niveles de seguidores de la política, un sector de odores intelectuales que responden a un discurso teórico y que tienen un diálogo directo con los dirigentes políticos y un discurso dirigido a las masas de “ideología vulgar” donde, delante un auditorio convertido y que atiende las instrucciones, tiene lugar la conversión.

Salvador Giner, discípulo de Edward Shils, transmite sus apreciaciones sobre el orden creador de carisma va más allá de las conceptualizaciones al describir el juego entre lo racional e irracional que integra el carisma. Describe a éste como un elemento de perennidad que varía en las distintas culturas. El carisma proviene de la religión y como tal aporta elementos religiosos a la esfera pública donde se desarrolle. En esencia es irracional pero puede mostrarse racional según la lógica de la situación, por ejemplo en el liderazgo políticos de los sistemas democráticos. El carisma en las democracias

---

<sup>7</sup>PIZZORNO, Alessandro. *Le radici della politica assoluta, e altri assagi*. Milano: Feltrinelli, 1993, p. 143.

<sup>8</sup> Ibid., p. 13.

<sup>9</sup> La conversión de la que habla Pizzorno, usando una terminología que proveniente de la religión y del marxismo, sería lo que se ha llamado enamoramiento. Así, al conocer al líder político, oír sus palabras se produce un *enamoramiento*, una *conversión*.

occidentales tiende a mostrarse bajo una aura de racionalidad para luego despertar sentimientos irracionales, se sitúa en un espacio metarracional. El carisma político de la modernidad formaría parte de la *religión civil*, mejor dicho se nutre de la *religión civil* a través de la trascendencia que adquieren los actos políticos y la simbología que en ellos se representa.

Giner en su trabajo epistemológico sobre el término plantea la dualidad entre fe y razón y propone superar esta dicotomía demasiado simplista y fracturadora. Por ello, plantea superar este *maniqueísmo epistemológico* y encontrar una nueva senda más allá de la metarracionalidad. En su análisis son básicas las aportaciones de Tönnies sobre la distinción entre una doble voluntad: una voluntad racional y otra de esencialmente emocional e instintiva. Giner propone la revisión de los dos términos de racionalidad weberiana (racionalidad sustancial y racionalidad instrumental) y pasará a considerar el carisma no como únicamente irracional sino como algo *metarracional* que se basa en la utilización instrumental de la racionalidad, como herramienta que sostiene el carisma.

Destaca la afirmación de Weber acerca de que la entrega a un valor, por racional que éste sea, es un hecho en sí irracional.<sup>10</sup> Giner plantea que en la modernidad la senda de la religión y de la política clásica son insuficientes para entender las características del carisma en la modernidad avanzada, para dilucidar un carisma eminentemente mediático y de masas. Éste autor destaca en su definición de carisma no sólo la pérdida de carisma con la rutinización, como hizo Weber, sino también “la dispersión del carisma a través de ámbitos sociales más amplios”. Se produce una gradación del efecto carismático. El carisma se encontraría centrado en lugares, personas y cosas y se diluiría a su alrededor, hacia elementos menos carismáticos, menos dotados de esta luz escénica. Giner considera que los líderes carismáticos son percibidos como individuos

sobrehumanos que están en estrecha relación con lo trascendente y por lo tanto participan de ello. Están envueltos de un aura de trascendencia que los sitúa en un plano más elevado que el resto, entrando a formar parte de una mística que envuelve personas y lugares, situándolos por encima del plano terrenal y ocupando el calificativo de lo especial y verdaderamente auténtico, es decir, de lo carismático.

Giner plantea la racionalidad o irracionalidad del carisma según el contexto en que éste se halle inmerso. Se puede seguir un líder carismático desde la racionalidad que comporta asumir unas ideas y haber recibido una determinada formación, o simplemente dejarse llevar por elementos pasionales que fomenten la violencia, la explotación, las acciones irreflexivas. El carisma que se presenta como racional es el carisma democrático, si bien no podemos olvidar que suscita la irracionalidad y por lo tanto siempre puede estar cercano a lo irracional y a la fractura política.

Su manifestación aún en un contexto político laico no está exenta de elementos religiosos, es más la propia democracia exige para su respeto y mantenimiento un cierto grado de “fe en el sistema” y de solidaridad con todos los actores de la sociedad. Giner plantea en sus recientes trabajos que en esta sociedad globalizada surge la preocupación por la salvación y conservación del planeta generándose un nuevo tipo de carisma: el ecológico.<sup>11</sup> Para avanzar en la democracia es necesaria la secularización del carisma y

---

<sup>10</sup> GINER, Salvador. “La Iluminación Carismática de la Razón”. En: *International Review of Sociology*. 1997, vol. 7, núm. 3.

<sup>11</sup> Salvador Giner y David Tàbara hablan de una nueva *piEDAD cósmica* de las sociedades occidentales que pretenden unir de una manera pseudocientífica, la relación entre la existencia humana, la naturaleza y el universo. Plantean la aparición de la Ecoreligión con sus correspondientes lugares sagrados, sus lugares carismáticos. El nuevo carisma se ha convertido en el intento de conseguir un bien común. La ecoreligión ha comportado un componente ético en la transformación de algunas actitudes en las sociedades industriales y ha favorecido a la comprensión y explicación de los temas medioambientales. GINER, Salvador; TÀBARA, David. “Cosmic Piety and Ecological Rationality”. En: *International Sociology*. Marzo-1999, vol. 14, núm.1, pp. 59-82.

*la separación relativa de las piedades públicas de las sobrenaturales.*<sup>12</sup> Es decir, el carisma debe perder su elemento religioso.

En democracia el carisma, como analizaremos en el siguiente apartado, se ve limitado por el sistema político y se desarrolla siguiendo unos cauces marcados por los partidos políticos y las instituciones democráticas. En las democracias occidentales actuales nos encontramos delante de un carisma mediático e institucional. No obstante, pueden aparecer formas carismáticas antisistema: movimientos de protesta, reivindicaciones estructurales que están largamente desatendidas por los políticos. Por ejemplo, el caso de las protestas de los campesinos franceses lideradas por José Bové, o la manifestación antiterrorista del 23 de noviembre de 2000 en Barcelona, y como no, los movimientos fascistas.

Un elemento arcaico del carisma que permanece en éste y que tiene un origen religioso es la esperanza que suscita un líder político carismático; la fe depositada en su persona abre la esperanza a la solución de problemas y al cambio. El carisma aporta esa esperanza necesaria para continuar avanzando. Una esperanza que permite sentir que se está haciendo lo debido, se está en el camino adecuado. Se deposita la confianza en un líder político por emociones relacionadas con el eros, por admiración, o por el reconocimiento intelectual estricto. Por ejemplo, la identificación del líder político carismático con el Mesías redentor, tan próximo al imaginario colectivo de la cultura judeocristiana y musulmana.

Ann Ruth Willner<sup>13</sup> da ejemplos de la identificación popular de líderes carismáticos con un Mesías religioso. Observó no solo una actitud devota hacia Fidel Castro sino también su comparación con Jesucristo por parte de sus seguidores; o las

---

<sup>12</sup> GINER, Salvador. “ La Iluminación Carismática de la Razón”. En: *International Review of Sociology*. 1997, vol. 7, núm. 3, p. 507.

comparaciones de Lutero con Hitler. Asimismo, los inmigrantes italianos en Estados Unidos seguidores de Mussolini creían como verdadero todo aquello que éste dijo y ponían en entredicho lo que se enseñaba en las escuelas norteamericanas. Por otra parte Willner destaca la creencia del pueblo en los poderes sobrenaturales del líder, como las dotes curativas de Gandhi. Tocar al líder representa algo sagrado, o tener objetos de su pertenencia, o que simplemente han estado en sus manos. Por ejemplo, los niños turcos que Atatürk había cogido en brazos eran considerados benditos y los seguidores a quien tocaba no se les lavaban las manos en semanas. Fervores similares desataba Daniel Ortega en Nicaragua al querer ser tocado y besado por sus seguidores, o Felipe González durante los años ochenta en España.

¿Estas características religiosas del carisma político están desapareciendo en occidente? Sin duda el proceso de secularización atenúa la dimensión religiosa del carisma pero la permanencia de elementos religiosos responde a una tradición cultural. La identificación del líder político con un Mesías, con el redentor o con un padre espiritual se produce de forma inconsciente sin necesidad de explicitar la comparación del líder político con una figura religiosa. Se identifica el líder político con una figura mesiánica religiosa, se le puede atribuir la categoría de salvador y se establece una relación más de fieles y creyentes adeptos que de electores. Esta atribución de contenido religioso al líder político se produce en mayor o menor medida según el grado de religiosidad de los seguidores. A su vez, el líder político adopta rituales, ademanes y formas de discurso propias u originarias de un líder religioso. La idea de misión política tiene en sí un origen religioso.

### **7.3. La anomia como generadora de carisma**

---

<sup>13</sup> WILLNER, Ann Ruth. *Charismatic Political Leadership: a Theory*. Princeton: Princeton

La anomia es un término introducido en la sociología por Durkheim que expresa una situación de falta de referentes normativos por lo tanto del fracaso del sistema político y la inadecuación social del mismo.

Alan Berger y William Swatos destacan que los líderes carismáticos parecen bastantes prominentes en periodos de anomia. También, sugieren que el ritual hasídico en Estados Unidos es un remedio para la anomia contemporánea. Las razones del surgir del carisma las podemos encontrar en la Teoría del carisma de Shils. El carisma ordena la sociedad y por lo tanto establece los ejes a través de los cuales discurrir y con los que sostenerse. En un momento de crisis de las estructuras sociales, el carisma puede ser el asidero con el cual afrontar el presente, una forma de reivindicar e intentar transformar el futuro.<sup>14</sup>

Partiendo en el análisis del carisma de la perspectiva del líder político carismático Willner da razones psicológicas para entender las personalidades susceptibles de ser líderes carismáticos (heterogeneidad familiar en varias dimensiones: clase, religión, afiliación étnica; inestabilidad familiar durante la infancia y la juventud). David Aberbach<sup>15</sup> también destaca que el componente de crisis personal, problemas psicoanalíticos infantiles, desestructuración de la personalidad, conlleva la aparición de líderes carismáticos. Concretamente, el autor relaciona psicoanalíticamente los líderes carismáticos con su infancia, los traumas infantiles, como el suicidio de los padres de Hitler tuvo relación posteriormente con su desarrollo carismático.

---

University Press, 1968.

<sup>14</sup> Pascal Perrineau afirma que en las zonas de Francia donde hay una falta de integración social y política del individuo. Áreas con niveles altos de delincuencia e inmigración hay un mayor voto a la extrema derecha, es decir, al Frente Nacional francés de Jean Marie Le Pen. Así, afirma que el voto de extrema derecha es un síntoma de la anomia social. PERRINEAU, Pascal. *Le symptôme Le Pen. Radiographie des électeurs du Front National*. Francia: Fayard, 1997, p.137-138.

<sup>15</sup> ABERBACH, David. *Charisma in Politics, Religion and the Media. Private Trauma, Public Ideals*. London: McMillan Press LTD, 1996.

Aberbach, en sus estudios en clínicas infantiles de psicoterapia de Londres, llegó a la conclusión que los niños con un solo padre o madre resultaban más vulnerables a las relaciones carismáticas, tanto como seguidores como líderes, que los niños con ambos padres y con referentes muy claros. Para este autor, la relación carismática tiene lugar entre el mundo interior traumatizado del líder carismático y el exterior social, en crisis política. Lo público se convierte en un sustituto ideal de la unión familiar y la armonía, una realidad que puede subsistir la ruptura y la desilusión. El carismático, como el místico, crea una nueva identidad de las cenizas de un yo dañado o en ruinas. Así, podemos afirmar que el carisma está relacionado con el misticismo.

Mientras Aberbach analiza el carisma desde el punto de vista del carismático, Charles Lindholm evalúa el carisma desde el punto de vista de los seguidores, como éste es vivido por los seguidores carismáticos. Lindholm plantea los problemas sociales que acarrea la modernidad: aislamiento social, rápida movilidad, competitividad, ausencia de valores, la sensación de vacuidad, la pérdida de relaciones vecinales y de lazos familiares. Todo ello conlleva a la sobrevaloración de la nación como marco de participación comunitaria, en cuyo centro se encuentra el Presidente de la nación.

El carisma en esta sociedad occidental y más concretamente americana, descrita por Lindholm, se convierte en una válvula de escape de emociones y de transgresión de los límites del yo. Para Lindholm el carisma no se aprende ni se crea, simplemente existe, está por tanto hablando de una concepción más premoderna del carisma, recogiendo su esencia antropológica y basándose en el atractivo personal del líder carismático. Una personalidad que suscita un sentimiento de atracción cuya materialización pueden ser las ideas, si el líder consta de una misión, objetivos y discurso político, o simplemente relaciones emocionales.



### 7.3.1. Evaluación

Sin duda Lindholm se refiere a la expresión carismática referida a las multitudes y deja de reflejar en su análisis aquellos individuos que se adhieren a un líder, solamente a través de los medios de comunicación, por ser el líder un símbolo de todos los valores culturales, nacionales pero también por ser alguien extraordinario, considerado como capaz de gobernar el propio país de la mejor manera posible.

Lindholm entiende el carisma como una cualidad innata, se tiene o no se tiene carisma, no contempla la posibilidad de fabricar y manipular el carisma en la modernidad de las sociedades occidentales y eso limita su análisis. En la modernidad además de ser un líder político natural es necesario fabricar, o maquillar políticamente a los personajes para optimizar su proyección pública. Por lo tanto Lindholm circunscribe su estudio a un escenario donde se establece una relación directa entre el líder y las masas, más propio de sociedades agrícolas, indígenas o del líder político occidental decimonónico.

La descripción de la atracción que produce el líder carismático de Lindholm es plenamente irracional, el líder carismático viene a llenar un vacío emocional. La fascinación que siente el seguidor carismático no es discernible del atractivo amoroso, si bien el contexto social y la relación en grupo establecen una relación carismática que dista de la relación de pareja o de la atracción amorosa. El seguidor se deja llevar estrictamente por el vínculo carismático.

Hay otro factor importante que es olvidado por Lindholm en su análisis: la dificultad de discernir y comprender la realidad social en la cual estamos inmersos. La complejidad social de la modernidad, expresada en la diversidad de relaciones sociales,

de sentimientos, emociones, identidades culturales, conocimientos, información conduce a la elección irracional frente a la dificultad que supone la racionalidad. Resulta más sencillo depositar la confianza en un líder político que sea considerado como miembro integrante del grupo o nacionalidad y a quien se vea intuitivamente capaz de representar y defender de forma óptima los intereses de la comunidad que la labor de fiscalizar la tarea política e influir en las instituciones del Estado desde la participación activa en democracia.

El concepto de carisma político de Lindholm merece una especial atención por su trabajo epistemológico, al intentar delimitar el concepto de carisma político desde una perspectiva social, antropológica e histórica. Sin embargo, define excesivamente las relaciones carismáticas a un sentimiento magnético de atracción hacia una persona que posee este don innato del carisma. Se centra en esta relación y en sus distintas manifestaciones en ámbitos marginales fuera del sistema político y social, olvidando aquello de carismático que se encuentra en el centro, en el ojo del huracán de las sociedades democráticas occidentales.

No solamente la anomia y la crisis social comportan la aparición de líderes carismáticos, también, la complejidad social a que están sometidos los ciudadanos y su incompreensión dificultan un acercamiento con “instrumentos racionales” a la solución de los problemas y, en definitiva, la toma de decisiones. Se opta por la pasividad y la delegación absoluta de responsabilidades en la solución de los problemas al líder político. Se crea una identidad común con el líder político, éste forma parte de todos los que representa. Para poder desempeñar este rol debe simbolizar y encarnar los atributos nacionales e identitarios propios de la comunidad o grupo que representa.

#### **7.4. El carisma político en la modernidad avanzada: la manufactura del carisma**

#### 7.4.1. La manufactura del carisma

Distintos autores han analizado las características del carisma político en la modernidad y con algunas diferencias conceptuales todos coinciden en que el carisma político en la modernidad avanzada es un carisma mediático, un *carisma manufacturado*. ¿Qué entendemos por el término *manufactura del carisma*? Basamos nuestro acercamiento en la extensión formulada por Salvador Giner y Manuel Pérea Yruela. Para estos autores la excelencia humana que se consigue a través del esfuerzo, la virtud y la vocación, es accesible a todo el mundo en la modernidad, pero solamente una minoría lo hace, es un bien escaso. Para los autores el líder carismático moderno no es genuino sino un sucedáneo, al igual que se fabrican productos en serie a través de los media se fabrica carisma. El carisma político ha dejado de ser un atributo personal que se compartía estrechamente con los seguidores, para elaborarse en un gabinete de expertos, escenificarse y proyectarse a través de los medios de comunicación.

Una de las características del carisma político contemporáneo es que se produce una reconstrucción del liderazgo carismático. A partir de las características personales de cada líder político se matizan aquellas que se consideran inadecuadas mientras que se potencian las susceptibles de ser consideradas extraordinarias, y propiamente genuinas. El proceso carismático deja de ser una comunicación directa entre el líder y un grupo de seguidores para pasar a establecerse un carisma político de masas donde el personaje carismático es reconstruido por los asesores de imagen.<sup>16</sup> El candidato se

---

<sup>16</sup> Hemos utilizado el término reconstrucción a pesar que la mayoría de asesores de imagen prefieren el término “reflejar” y no “crear” para describir su trabajo. El maquillaje político consiste en destacar las “virtudes” de los candidatos y mitigar los defectos de cada personaje. NIMMO, Dan. “Political Image Makers and the Mass Media”. En: *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, AAPSS. Septiembre-1976, 427, pp. 33-44.

proyecta a través de los media para alcanzar un gran número de seguidores. La comunicación se establece entre líder político, los media y los receptores, la audiencia.

Karl Loewenstein y Reinhard Bendix han reconocido la importancia de los media en el carisma político moderno, ambos ponen el énfasis en la falsedad que puede acarrear este carisma mediático. Concretamente, Loewenstein cree que el carisma genuino raramente existe en la era moderna. Así, Bendix y Loewenstein califican el carisma en la modernidad de *pseudocarisma*.<sup>17</sup> Para ellos esta es la forma más corriente como se manifiesta el carisma en la modernidad. Cuando utilizan este término referente a *la apariencia del carisma* suponen que la mayoría del carisma moderno no es genuino. El autor nos presenta el carisma como una máscara de personalidad que es la que gobierna en las relaciones por lo tanto los elementos proyectados en el carisma moderno han de ser vistos como fraudulentos.

La evocación del carisma se convierte en una labor calculada. Desde los órganos de decisión y de mando se selecciona un líder que encarna las características deseadas por la población.<sup>18</sup> Así, el líder carismático es el resultado de una decisión tomada formalmente por dirigentes políticos o por burócratas racionales. El desarrollo de las cualidades que proyectan imágenes personales a través de los media es el resultado de un producto planificado, de estrategias racionales y sistemáticas. La política moderna científica incluye la búsqueda de una estrella planificada, esto es, un líder carismático. La metodología política standard se basa en, tener en cuenta la opinión pública, pruebas de audiencia, símbolos, eslóganes y la habilidad de varios líderes carismáticos para encarnar o proyectar los temas seleccionados.

---

<sup>17</sup>BENSMAN, Joseph; GIVANT, Michael. "Charisma and Modernity: The Use and Abuse of the Concept". En: GLASSMAN, Ronald M.; SWATOS, William H.(coord.). *Charisma, History and Social Structure*. New York: Greenwood Press, 1986, pp.48-56.

<sup>18</sup> Dan Nimmo expone que la imagen de los candidatos no es aquello que los *image makers* (asesores de imagen) buscan o consiguen sino aquello que los electores están dispuestos a percibir. NIMMO, Dan

Los procedimientos utilizados para crear carisma no son distintos de aquellos utilizados en la creación de estrellas cinematográficas, teatrales o televisivas. La imagen de una estrella de cine es realizada, con las relaciones públicas, de prensa, con anécdotas personales, entrevistas televisivas, pósters fotográficos. Una característica común de todas estas técnicas es que están planificadas y representan la racionalidad formal.<sup>19</sup>

Sin embargo, a pesar de estas estrategias racionales y cuidadosamente preparadas el carisma no puede ser plenamente previsible ni planificable. Está continuamente en movimiento a la par que las transformaciones culturales y socioeconómicas de la sociedad. En el sentido weberiano, el líder carismático weberiano no se preocupa por su imagen, y esta realidad es un atributo de Dios. Sin embargo, hay una preocupación por la imagen de los reyes y dirigentes políticos institucionales desde antaño. El intento de manipular el carisma no es exclusivo de la modernidad.<sup>20</sup>

Ronald Glassman destaca que a pesar que las formas tradicionales de carisma manufacturado han probablemente desaparecido para siempre, las élites del liderazgo continuarán explotando nuevas técnicas de carisma manufacturado ambas para adquirir integración social y para legitimar su usurpación del poder. Glassman puntualiza que la televisión además de crear y aumentar el carisma, es también un medio descarismatizador, puede mitigar o incluso anular a los líderes con carisma puro. Por otro lado, la televisión puede ser un medio descarismatizador en tanto el líder con oratoria en otros medios no es capaz de adaptarse a las necesidades y recursos técnicos

---

“Political Image Makers and the Mass Media”. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, AAPSS, Septiembre-1976, 427, pp. 33-44.

<sup>19</sup> Este análisis corresponde a las aportaciones de Kyösti Pekonen en su libro: PEKONEN, Kyösti. *Charismatic Leadership and the Role of Image in Modern Politics. Charismatic Effects and the Problem of Political Presence: The Case of Finland in the 1980s*. Jyväskylä: University of Jyväskylä, 1989.

del propio medio. Nos da los ejemplos de John Fitzgerald Kennedy como líder con éxito mediático y el de Ronald Nixon con poca presencia televisiva.

Los locutores de televisión al dominar el medio ponen en evidencia a los políticos, menos habituados a éste. Debido a ello los políticos se ven obligados a aprender como presentarse ellos mismos en la televisión tanto en situaciones espontáneas como en situaciones preparadas. Además de tener que alquilar los servicios de relaciones públicas y asesores de imagen para optimizar su éxito. Los expertos mediáticos pueden hacer o romper un candidato. Un paquete de candidatos es presentado al público de forma regular. Todos estos procesos de asesoramiento de imagen representan los intentos de crear carisma y que podemos clasificar de mediático y manufacturado.

En conclusión, la televisión puede desde inhibir la proyección de carisma puro hasta incluso desacreditarlo cuando surge. A la vez, puede alentar estructuralmente la manufactura del carisma a través de las técnicas de los medios. Es decir, si bien desbanca el carisma puro de líderes políticos también produce por si sola figuras carismáticas. Glassman hace referencia a la burocracia como limitadora, no tan solo del liderato carismático, sino también de la efectividad política. Para él la organización democrática inhibe el liderazgo político carismático y el liderazgo democrático racional, dejando al individuo en un estado de alienación y de bajo estado moral.

#### **7.4.2. Evaluación**

---

<sup>20</sup> BURKE, Peter. *La fabricación de Luís XIV*. Barcelona: Crítica, 1995.

El factor que hace difícil la manufactura del carisma en la política moderna es que la sociedad moderna es un multigrupo, una sociedad de multiclases y muy heterogénea. Por lo tanto cualquier líder carismático puede fracasar al no conseguir llegar a amplios sectores de la población y solamente conseguir su liderazgo en subgrupos.

Uno de los aspectos interesantes del trabajo de Pekonen<sup>21</sup> es su valoración de los símbolos. Estos tienen que entenderse como una forma de discurso político que intenta explicar acerca de lo que no se dice pero existe, lo que uno no puede atender, que es difícil de expresar exhaustivamente pero a lo que uno está obligado a “intentar captar”. Los símbolos políticos y especialmente su potencial para manipular son más evidentes en periodos de crisis que en periodos de relativa paz. Estos periodos transicionales están politizados a través de la lucha entre símbolos que otra vez intentan explicar lo que la realidad verdaderamente es. El líder político *simboliza y captura la imaginación política de la gente*.

A mi entender, si bien no podemos continuar hablando de carisma genuino o puro, siguiendo la terminología de Weber, ya que el medio en que se manifiesta y la reconstrucción que sufre el carisma desvirtúan el término. Sí quiero destacar la permanencia de la genuinidad innata en cada líder político que se manifiesta a través de sus características personales. Lo propiamente genuino e innato en cada líder político se encuentra recubierto por toda la parafernalia mediática y simbólica cuyo tejido hace que permanezca escondida en el fondo del personaje y se proyecte hacia el exterior a través de nuevas estrategias y mecanismos de difusión. El maquillaje político también consiste en intentar destacar lo genuino de cada personaje, aunque no se sea consciente de ello.

---

<sup>21</sup> PEKONEN, Kyösti. *Charismatic Leadership and the Role of Image in Modern Politics. Charismatic Effects and the Problem of Political Presence: The Case of Finland in the 1980s*. Jyväskylä: University of Jyväskylä, 1989.

Por otro lado, hay que destacar las observaciones de Salvador Giner y Manuel Perea al afirmar que la consecución de una imagen honorable y excelsa es un logro que puede conseguirse sin ser verdaderamente cierto. Así, se puede estar entre las personalidades consideradas excelentes sin serlo. Se produce una falsificación del personaje. Los medios y el maquillaje político reconstruyen la imagen del político contribuyendo a elaborar esta máscara que cubre la realidad.

El liderazgo político carismático de los sistemas democráticos está sumamente racionalizado, analizado y reflexionado incluso por el propio líder político. La imagen pública que la élite política proyecta está en ocasiones milimétricamente estudiada; pero a veces el corsé impuesto puede ser contraproducente. La propia personalidad política debe emerger sino difícilmente se consigue la óptima aceptación por parte del electorado. La idea de la manufactura del carisma es clave para entender la creación del carisma político y, especialmente, el carisma mediático del s. XX.



## 8. TIPOLOGÍAS DEL CARISMA

El término carisma ha sido aplicado con multitud de matices y categorías afines. Hay una gran cantidad de términos relacionados con el concepto de carisma. Entre los distintos autores analizados he calculado más de treinta términos. Destacaré algunos de ellos, especialmente los utilizados por Weber y Shils. La enumeración pretende ser un primer paso hacia el intento de una tipología del carisma que permita una clasificación previa a un análisis en profundidad. Algunos autores, como Schweitzer, exponen una tipología que considero demasiado extensa y fragmentada lo que dificulta poder formar una visión global del fenómeno carismático.<sup>1</sup>

En primer lugar debemos distinguir los distintos tipos de carisma: carisma religioso, carisma político y carisma del artista. Mi análisis se centra en la definición del carisma político en la modernidad, si bien es necesario para su delimitación establecer referencias, especialmente, con el carisma religioso y, en menor medida, con el carisma del artístico.

### **Conceptos Weberianos:**

#### ***Carisma de la palabra***

Hace referencia a la capacidad retórica y oratoria de los líderes para poder conseguir adeptos. Weber también utiliza el término *Carisma retórico* para referirse a la preocupación del control de las masas. Es una retórica sin contenido, disimuladora y abiertamente emotiva.

### ***Carisma genuino o puro***

Esta condición permite ejercer una dominación sobre los actores que por *deber* siguen los mandatos del carismático produciéndose un *reconocimiento* que no es fundamento de legitimidad sino un deber fruto de la vocación y entrega al líder carismático. Esta relación se da en el carisma genuino donde se produce una entrega personal por las circunstancias de indigencia o simplemente por la esperanza y el entusiasmo en que se encuentra el dominado. Es una entrega con entusiasmo llena de esperanza.

El carisma puro aparece contrario a toda racionalización económica, en este sentido es antieconómico. Su vocación no está ligada a una tarea para el sustento económico. Sin embargo, no renuncia a otras formas lucrativas, o formas de conseguir ingresos como por ejemplo, la guerra. El carisma puro, en el sentido weberiano, se opone al orden social establecido hasta que es institucionalizado.<sup>2</sup>

### ***Carisma de cargo***

La legitimidad no reside en la persona sino que se produce con respecto al cargo. Se sustenta por las cualidades adquiridas y a la eficacia de sus actos que puede demostrar habiendo accedido al cargo. La persona adquiere el carisma no por revelación sino por sus cualidades en virtud de su cargo y de los actos hierúrgicos. Un ejemplo lo tenemos en el sacerdote que separa su persona de sus características en el cargo, o en el predicador de los cuáqueros que adquiere el carisma al desarrollar su misión, su *oficio*. Es el carisma objetivado. Asimismo, lo podemos aplicar a políticos, como Presidentes del gobierno o ministros.

---

<sup>1</sup> Schweitzer ha utilizado una tipología muy extensa referida mayoritariamente al carisma dictatorial y más concretamente al régimen fascista de Hitler. SCHWEITZER, Arthur. *The Age of Charisma*. Chicago: Nelson Hall, 1984.

<sup>2</sup> BENSMAN, Joseph; GIVANT, Michael. "Charisma and Modernity: The Use and Abuse of the Concept". En: GLASSMAN, Ronald M.; SWATOS, William H. (coord.). *Charisma, History and Social Structure*. New York: Greenwood Press, 1986, p. 38.

### ***Carisma indeleble***

En el cristianismo destaca este tipo de carisma con el que se accede a su reconocimiento mediante una ceremonia mágica, separándolo de lo que se merezca la persona, de su dignidad. Indeleble significa un carisma inalterable, fijo, duradero.

### ***Carisma de la razón***

Guenther Roth<sup>3</sup> destaca este término de Weber, y lo escribe como legitimación revolucionaria fundamentada en los derechos naturales.

### **Revisión del término por Edward Shils:**

#### ***Carisma institucional***

Es aquel que se desprende de las instituciones.

#### ***Carisma de la tradición***

Se basa en el carisma transmitido por herencia a un miembro de la misma familia o linaje. Es la autoridad tradicional de Weber.

#### ***La dispersión del carisma***

Shils estaba muy preocupado por la difusión del carisma en la sociedad, puesto que no estaba encarnada por el héroe carismático o por el cargo sino por la estructura de la sociedad. Éste se encuentra en la propia sociedad, en sus elites, en sus valores centrales, en su población y en los grupos de más alto prestigio. Se refiere a la calidad que evoca “temor y reverencia” (*awe and reverence*), allí donde aparezca dicha cualidad.

Los términos que propongo utilizar, además de los de Weber y Shils son los siguientes:

### ***Carisma extático*** ( Peter Berger)

Se refiere al carisma de los Nabis en Israel durante el medievo, desapareció por su “domesticación” litúrgica por el prelado.

### ***Pseudocarisma*** (Bensman & Givant)

En el carisma moderno su forma más corriente es el *pseudocarisma*: la fabricación del líder, su manufactura. Término que se opone a la idea de carisma genuino o puro de Weber. Bendix habla de *la apariencia del carisma*.

### ***Carisma mediático*** (Giner)

Es el carisma que se transmite por los *mass media*. El carisma mediático se ha convertido en una forma de carisma imprescindible tanto para la elite política como para la política municipal con la emergencia de las televisiones locales y de la prensa local.

### ***Manufactura del Carisma*** (Giner)

Término utilizado para la producción del carisma en la modernidad. Destaca la fabricación de líderes carismáticos a través de los asesores de imagen y como estos son sometidos a un *maquillaje político*.

### ***Carisma de guerra***

Se trataría de aquel que confiere un contexto histórico de guerra. Los líderes se convertirán en carismáticos en períodos de guerra.

---

<sup>3</sup> ROTH, Guenther. “Socio-historical model and developmental Theory. Charismatic Community, Charisma and Reason and Counterculture”. En: *American Sociological Review*. Abril-1975, vol. 40, núm. 2, pp. 148-157.

### *Carisma de transición*

Es aquel que surge en un momento de cambio político o de transición política.

Por último propongo una tipología que sirva como marco de referencia para el estudio y análisis del carisma en la modernidad.

<b>CARISMA ANTIDEMOCRÁTICO DICTATORIAL</b>	AUTORITARIO RUPTURISTA PERSONALISTA MEDIÁTICO POPULISTA DE MULTITUDES <sup>4</sup>
<b>CARISMA DEMOCRÁTICO</b>	RUPTURISTA PLURALISTA CONSENSUADO AUTORITARIO PERSONALISTA MEDIÁTICO MODERNIZADOR DE MULTITUDES

---

<sup>4</sup> Utilizo el término multitudes en vez de masas siguiendo el análisis efectuado por Salvador Giner (1979). Este autor pone en entredicho la utilización del término *masas* por no implicar una referencia ideológica o científica clara con respecto a la teoría social. Además, su significado obedece más al intento de expresar la angustia y el temor que han producido en los teóricos las nuevas formas de las sociedades modernas que a la descripción de la realidad social.

## 9. EL CARISMA POLÍTICO EN LAS SOCIEDADES OCCIDENTALES CONTEMPORÁNEAS

### 9.1. Carisma y Liderazgo político

A lo largo del trabajo de investigación delimitaremos el ámbito del carisma como característica del *Political Leadership* en la modernidad. Básicamente, considero que el carisma es una característica inherente al estudio del Liderazgo político cuyo análisis no puede obviarse, a fin de conseguir una visión holística del proceso y consolidación de los líderes políticos.<sup>1</sup> Todos los líderes políticos para desarrollar su cargo político deben gozar de carisma, bien sea éste una característica natural, es decir, que forme parte de la propia personalidad, bien sea una construcción carismática, un aprendizaje. Sin duda la *manufactura del carisma* en el liderato político de la modernidad es imprescindible, todos los líderes de la alta política cuentan con asesores de imagen, asesores técnicos para maquillar su imagen. En una sociedad mediatizada donde la imagen es un elemento de comunicación imprescindible para conseguir adeptos, el carisma se ha convertido en una estrategia para poder conseguir el máximo de votos posibles.<sup>2</sup> Podemos afirmar que todos los líderes políticos gozan de más o

---

<sup>1</sup> William Spinrad en su artículo expone que puede ser saludable la eliminación del término carisma en algunas discusiones, a la larga el término perjudica el análisis del *Political Leadership*. A mi juicio, esto se debe a la dificultad que supone la delimitación del término, sobre todo, después de la vulgarización del mismo, sin duda, el análisis del carisma no debe dejar al margen otros aspectos de la sociedad o no podemos caer en simplismos, debemos abordar en toda su complejidad el carisma político. Spinrad divide la legitimación carismática en líderes carismáticos de derechas, generalmente líderes fascistas; líderes de izquierdas, líderes comunistas, su ejemplo es el “culto a la personalidad” de Stalin y líderes nacionalistas, por ejemplo los movimientos anticoloniales de la década de 1960. SPINRAD, William. “Charisma: a Blighted Concept and an Alternative Formula”. En: *Political Science Quarterly*, 1991, vol. 16, núm. 2.

<sup>2</sup> De forma similar como las estrategias del mercado afectan al consumidor, el marketing político se apoya en dirigir a los votantes indecisos en un creciente mercado electoral volátil. La manera en que el producto político es anunciado y envuelto parece ser que afecta más al voto que las cualidades interiores del producto. El marketing político requiere de los políticos no solamente vender ideas sino venderse también ellos mismos. MIDTBØ\*, Tor. “The Electoral Effect of Party Leader Approval in Norway”. En: *Scandinavian Political Studies*, 1997, vol. 20, núm. 2.

menos carisma, según los sectores con los que logren identificarse. Una de las claves del triunfo electoral pasa por convertirse en una seña de identidad, un símbolo social, esto sin duda requerirá tiempo, confianza y conocimiento. El electorado deberá sentirse representado, identificado con el líder y por lo tanto confiar en él, debe pues poseer una imagen y unas actitudes con las que el electorado se sienta identificado y cuyos actos pueda comprender.<sup>3</sup>

Entre los estudios a destacar figura el análisis teórico y empírico de Alistair Cole sobre el liderazgo de François Mitterrand. Cole aporta elementos teóricos, a parte de aspectos puramente históricos, donde define las variables que condicionan el liderazgo del hombre de estado.<sup>4</sup> Consigue hacer comprensible el éxito i fracaso del liderato político al detallar sus aciertos, el aprovechamiento de sus oportunidades y sus fracasos. Muestra de forma amplia y comprensible la génesis y el desarrollo del liderazgo de François Mitterrand. Otro autor que ha analizado el liderazgo es Geoffrey Stern, al igual que Cole se pregunta por los límites del liderato político, destaca la movilidad de actuación que poseen los líderes políticos, los más dinámicos y expresivos son posiblemente más favorables a ser más aventureros que sus colegas más conservadores. Stern además de sus aportaciones teóricas hace un estudio comparativo de trece líderes políticos mundiales de la segunda mitad del s. XX que nos lleva a reflexionar sobre el bagaje cultural, la actuación política y las convicciones de estos líderes políticos.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Gardner destaca que un líder no solamente es importante que se confíe en él, también que se comprenda. La confianza además de comportar una mayor aceptación y por lo tanto unos mejores resultados electorales tiende a conseguir el consenso social de grupos en pugna. También, destaca la importancia de la identidad cultural con el líder que veremos en el siguiente apartado. Los medios de comunicación tienden a crear una ilusión acerca del líder que muchas personas prefieren creer a enfrentarse con la realidad, si bien hay que distinguir entre la seducción exitosa y ganar la confianza del electorado GARDNER, John W. *El liderazgo*. Buenos Aires: Grupo Editor Sudamericano, 1991, pp. 52-53. (Estudios Políticos y Sociales).

<sup>4</sup>Sus variables se dividen en características personales y características posicionales; constricciones internas y oportunidades internas; constricciones externas y oportunidades externas. Véase COLE, Alistair. *François Mitterrand a study in Political Leadership*. London: Routledge, 1994, p. 167.

<sup>5</sup> Para más información véase STERN, Geoffrey. *Leaders and Leadership*. London: London School of Economics, 1993.

Al igual que Cole, Stern menciona la relación del líder con el ambiente social y económico con el que debe operar. Por otra parte, según los países la constitución o el proceso de toma de decisiones limita o engrandece el poder del líder. Las alianzas, los tratados, la diplomacia en el ámbito internacional pueden limitar las acciones de los líderes de terceros países, sobre todo de los no democráticos. En general, las instituciones son elementos que limitan el papel del liderazgo, el poder del líder. Una mayor influencia de las instituciones es una garantía para la democracia.<sup>6</sup>

Es importante la afirmación de Stern respecto que el actor político, en el teatro de la política, no tiene que actuar según un texto dado, al igual que el actor en un drama improvisado trabaja en un subtexto o escenario derivado de la historia y la tradición. Esta afirmación me lleva a considerar que la habilidad para improvisar en el teatro de la política junto con la sobreactuación son actitudes que aportan carisma. Para Stern, los actores políticos deben evaluarse en términos de su contribución hacia la seguridad, bienestar y prestigio de sus respectivas sociedades, como esta contribución es entendida depende del grado en que el líder “juega” su papel en el ámbito de ceremonias, como presidente, jefe, demagogo o semidiós y, por su puesto, del sistema político (democracia parlamentaria o presidencialismo, dictadura). Giner destaca que el teatro político era un elemento importante en el poder<sup>7</sup> pero no el único como viene sucediendo. Así, la presidencia de un gobierno depende mucho más de una retransmisión de los candidatos por televisión que de los programas políticos.<sup>8</sup>

De todo ello deduzco que la percepción de la labor o acción política protagonizada por el líder y su partido o gobierno es percibida por los ciudadanos más

---

<sup>6</sup> CASTELLS, Manuel. *La era de la información. La sociedad red*. 3 vol. Madrid: Alianza Editorial, 2001 [1998].

<sup>7</sup> Friedrich habla del poder no solamente como una cosa o una posesión sino también como una relación, así, la relación carismática de dominio de un líder, bien sea por el consenso, como es el caso de los líderes democráticos es una forma de poder. FRIEDRICH, Carl J. “Political Leadership and the Problem of the Charismatic Power”. En: *Journal of Politics*. 1961, vol. 23, núm. 1.



por la relación carismática que establecen con el líder que por las políticas implementadas o por los logros políticos, sin querer por ello negar una cierta percepción de la labor hecha (reformas arquitectónicas, pensiones, mejora en la enseñanza). Ni Cole ni Stern mencionan los lobbies como poderes económicos condicionantes del liderazgo político, la presión que ejercen estos grupos junto con su poder económico hace que sea necesario tenerlos en cuenta para un análisis veraz y con detenimiento del liderato político en la modernidad. Giner reconoce la restricción que los *poderes fácticos* (grandes corporaciones multinacionales capitalistas, estamentos militares, fabricantes de armas, algunas asociaciones religiosas y profesionales) poseen sobre los gobiernos a los que influyen en su toma de decisiones. Esto tiene como consecuencia la necesidad de la ambigüedad política para intentar contentar tanto los grupos de presión, entre ellos, al electorado en un intento de conseguir y mantener el carisma. Giner además de su aportación acerca del carisma mediático, que hemos expuesto en apartados anteriores, analiza la relación entre liderazgo y democracia.<sup>9</sup>

Tanto Cole como Stern para su análisis se basan en estudios de caso, una de las afirmaciones de Stern es que a través del análisis con detenimiento de los líderes políticos se puede conocer mejor el liderazgo.<sup>10</sup> Otra autora, Helen Drake,<sup>11</sup> destaca en su análisis del liderazgo europeo de Jacques Delors la importancia que ha suscitado a mediados de los ochenta el liderato de una superestructura como la Comunidad Europea ello es un síntoma de la aceleración del proceso de unidad europea.

---

<sup>8</sup> GINER, Salvador. *Carta sobre la democracia*. Barcelona: Ariel, 1996, p.79. (Ariel, 145).

<sup>9</sup> Ibid.

<sup>10</sup> Un ejemplo es el estudio del liderazgo de Ben Gurion con los intelectuales de su tiempo, destaca su profundo saber tanto en el campo de la historia bíblica como de la filosofía moderna. Por encima de todo era un político mesiánico que calculaba todas sus ideas, su estudio es una contribución a la Historia de las ideas, sobretodo respecto a los dominios entre poder y conocimiento. KEREN, Michael. *Ben-Gurion and the intellectuals: Power, Knowledge, and charisma*. Dekalb: Northern Illinois Press, 1983. COSER, Lewis A. "Ben-Gurion and the intellectuals: Power, Knowledge, and charisma". En: *Contemporary Sociology*. Enero-1985, vol. 14, núm. 1, pp. 88-89.

<sup>11</sup> DRAKE, Helen. "Political Leadership and European Integration: The Case of Jacques Delors". En: *West European Politics*. Enero-1995, vol. 18, núm. 1, pp.140-160.

Edelman, muestra su escepticismo acerca del potencial revolucionario del liderazgo. En muchos casos los problemas no se resuelven nunca (crimen, pobreza e injusticia), mientras los nuevos problemas emergen. La presentación dramática de los líderes y sus éxitos o fracasos sirve solamente para personificar el sistema, disfrazando las fuerzas sociales para mantener el poder de las élites, en vez de imaginar el liderazgo como innovación. El poder político o económico es algo más que saber dibujar agendas; hay una base material desigual y un interés para la desigualdad de la riqueza, el poder y la autoridad que los grupos dominantes quieren mantener. Las élites definen la realidad, crean acontecimientos y dan presentaciones dramáticas que sirven ampliamente para mantener o incrementar su propio poder. Algunos temas se convierten en problemas sociales basándose en como grupos poderosos que definen, controlan y explican la realidad.<sup>12</sup>

Otros autores, que se han dedicado al estudio del liderazgo político son R.E. Neustadt.<sup>13</sup> Todos los autores coinciden en intentar discernir cual es el papel del líder frente a los acontecimientos históricos. El líder político efectúa su elección racional en función de las estructuras (instituciones, gobierno, poderes económicos) y del electorado. ¿Cambia el líder su decisión política en función del electorado? George Simmel, contemporáneo de Weber, sugirió que los seguidores tienen tanta influencia sobre sus líderes como estos sobre aquellos. El líder político y su gobierno pueden tomar medidas que sean altamente populares (subida de las pensiones, baja en las tasas de las autopistas) con la finalidad de incrementar el voto, a su vez que mantienen y aumentan el número de seguidores, en otras palabras, el carisma político. Martha

---

<sup>12</sup> EDELMAN. *Constructing the Political Spectacle*. Chicago: University of Chicago Press, 1988.  
LANGMAN, Lauren. "Constructing the Political Spectacle". En: *Contemporary Sociology*. 1989, vol. 18, núm. 3.

<sup>13</sup> NEUSTADT, R.E. *Presidential Power: The Politics of Leadership from Roosevelt to Reagan*. New York: John Wiley and Sons, 1990 [1960]. En su estudio intenta analizar la labor de los distintos presidentes con relación a cuatro grandes variables: los objetivos políticos con relación al contexto

Nussbaum destaca la importancia de la compasión del líder, la empatía hacia los ciudadanos o grupos que pretende liderar. Esta idea se enfrenta a la concepción del superhombre de Nietzsche y es crítica con los autores de la Ilustración como Rousseau; Nussbaum, en cambio, destaca que una actitud compasiva no tiene por qué renunciar a los objetivos de la Ilustración acerca de la razón.<sup>14</sup>

Con la mediatización de la política el líder se convierte en el elemento más visible de las decisiones políticas, capitaliza el éxito político, aunque también puede acusar el fracaso. No obstante, el líder político puede desdoblar sus decisiones y sus políticas del discurso ante el electorado, en los mítines o en sus apariciones en los medios, es decir, cuando se dirige directamente a los ciudadanos- votantes. Sin duda el carisma hace referencia a la relación entre el líder y las masas de seguidores, a la capacidad de conseguir adeptos y de transmitir valores políticos, argumentando las propias decisiones y objetivos políticos, en definitiva, ser capaz de comunicar e infundir confianza que puede incluso, a veces, convertirse en una fe ciega en el líder.<sup>15</sup> Sin embargo, por otro lado el carisma del líder político está constituido por el propio estilo político, lo genuino del líder político, más su legado político, sus referentes políticos. Éste suele ser un líder importante del pasado reciente o cercano con el que se identifica, imitando alguno de sus ademanes, ideas o estilo.<sup>16</sup> En este punto hay una difusión de campos entre el liderazgo político y el carisma político, éste se sitúa en las

---

histórico; su capacidad de adaptación al cargo político; su capacidad de reacción en situaciones de crisis y por último su legado o influencia sobre los que le sucedieron.

<sup>14</sup> NASSBAUM, Martha. "Compassion : The Basic Social Emotion". En: *Social Psychology and Policy*. Winter-1996, vol. 13, núm. 1, pp.27-58.

<sup>15</sup> Vanderoef destaca del libro de Willner que define el liderazgo carismático como la relación entre el líder y los seguidores. El líder es percibido por los seguidores como un superhombre; los seguidores creen ciegamente en los argumentos del líder, cumplen incondicionalmente con las directrices del líder para llevar a cabo sus acciones y dan al líder un respaldo con su compromiso emocional. VANDEROEF, John S. "The Spellbinders: Charismatic Political Leadership by Ann Ruth WILLNER". En: *Journal of Politics*. Mayo 1985, vol. 47, núm. 2, pp.761-763.

<sup>16</sup> WILLNER destaca en su libro que los líderes políticos buscan referentes históricos (líderes importantes del pasado) en cuya acción política poderse identificar WILLNER, Ann Ruth. *Charismatic Political Leadership: a Theory*. Princeton: Princeton University Press, 1968. Bulet Bulent Ecevit

características personales del líder y en sus dotes comunicativas y de atracción del electorado.

Carl Friedrich reconoce una dimensión psicológica en el carisma, éste inspira la confianza del electorado y afirma que el liderazgo carismático está mucho más cercano a la religión.<sup>17</sup> A mi juicio, el origen religioso nos ayuda a comprender su forma de manifestarse en la actualidad, los valores de trascendencia, el ritual y el consenso que comporta el carisma; sin embargo, su desarrollo en las democracias occidentales no se encuentra siempre vinculado a la religión y por lo tanto debemos hablar del desarrollo del carisma en la politeya democrática en el marco de la religión civil.<sup>18</sup> Como sustitutivo de las manifestaciones propiamente religiosas, los distintos autores se debaten entre la elección racional del líder político por parte del electorado y la elección irracional fundamentada por la emotividad. No obstante, mi propuesta se centra en que la propia razón histórica, la verdad histórica, comporta emoción, la emotividad puede estar presente en la elección racional; emoción no implica falta de racionalidad. Observamos una tendencia a la racionalización del carisma en el líder político, pero esta tampoco está inmune a la emoción. En cuanto al líder político, según Weber, la responsabilidad personal y la convicción pasional, es decir, la ética de la responsabilidad (*verantwortungsethik*) y la ética de la convicción (*gesinnungsethik*) pueden ser reconciliadas.<sup>19</sup> Giner afirma, como ya hemos expuesto, el intento de

---

reconoce haber tenido como referente : *Ataturk certainly was a great source of inspiration for me...* STERN, Geoffrey. *Leaders and Leadership*. London: London School of Economics, 1993, p.36.

<sup>17</sup> FRIEDRICH, Carl J. "Political Leadership and the Problem of the Charismatic Power". En: *Journal of Politics*, 1961, vol. 23, núm. 1.

<sup>18</sup> Además del nacimiento de nuevas formas de religión, como es el caso de la aparición de sectas, ha surgido un conjunto de expresiones de religiosidad que conllevan que algunos autores hablen de un retorno a lo sagrado.

*La religión civil consiste en la sacralización de ciertos rasgos de la vida comunitaria, que se plasma en un conjunto de rituales públicos, liturgias cívicas o políticas y devociones populares encaminadas a conferir poder y reforzar la identidad de una colectividad socialmente heterogénea, a la que se atribuye trascendencia*

GINER, Salvador. "Religión civil". En: *Claves de razón práctica*. Abril-1991, núm.11.

<sup>19</sup> GANE, Nicolas. "Max Weber on Ethical Irrationality of Political Leadership". En: *Sociology*. Agosto-1997, vol. 31, núm. 3.

superación de la disyuntiva entre razón y pasión, entre fe y razón, propone entender el carisma como algo necesariamente irracional sino *metarracional*.<sup>20</sup>

Los seguidores quieren ver mejorada su situación como colectivo.<sup>21</sup> Siguen al líder porque se identifican con él, creen en su bondad y astucia, en sus capacidades cuyo reconocimiento dependerá de la cultura política del electorado o de una entrega más o menos simbólica al líder (la representación del buen líder se fundamenta, a veces, sobre la base de modelos ejemplares de grandes líderes del pasado).<sup>22</sup> La psicología política ha demostrado que las razones de la gente para seguir a un líder en particular están a menudo lejos de lo racional.<sup>23</sup> El elector puede depositar en el líder su confianza sin necesariamente racionalizar sino por una entrega simbólica, por su entrega o conversión en los mítines o por ser líder de un determinado partido. La elección es, en este caso, una actitud más cercana a la punción que a la elección racional.<sup>24</sup> El acto irracional de la sumisión es el de la obediencia y el de la fe, el interés personal está definido por los parámetros de riesgo precedentemente aceptados. La elección del sometimiento a un poder más grande impersonal, a una figura carismática, es racional porque se busca una

---

<sup>20</sup> GINER, Salvador. "La Iluminación Carismática de la Razón". En: *International Review of Sociology*. 1997, vol. 7, núm. 3.

<sup>21</sup> SHAO GUANG, Wang. *Failure of Charisma: The Cultural Revolution in Wuhan*. Oxford: Oxford University Press, 1995. Se trata de un estudio sobre la Revolución cultural en China, pero desde una perspectiva local de la aldea de Wuhan. Shaoguang intenta probar que la revolución cultural China no se debió al Carisma de Mao sino que hubo elementos de racionalidad así la motivación de los participantes fueron al menos cálculos subconscientes de los riesgos y recompensas. Calhoun, contrariamente, afirma que el carisma no fue solo un atributo de Mao sino una estructura social en la cima de la cual estaba Mao y fue una fuerza potente en generar acción, incluso si Mao no podía controlarla. CALHOUN, Craig. "Failure of Charisma: The Cultural Revolution in Wuhan by Wang Shaoguang". En: *American Journal of Sociology*. Septiembre-96, vol. 102, núm. 2, pp. 609-611.

<sup>22</sup> TURNER, Stephen. "Carisma e obbedienza. Un approccio cognitivista". En: *Quaderni di Sociologia*. 1993, vol. 37, núm. 6, pp.63-88.

<sup>23</sup> Lindholm añade que el magnetismo personal es una cualidad admirada y envidiada que triunfa en el amor y en el trabajo LINDHOLM, Charles. "Lovers and Leaders: a comparison of social and psychological models of romance and charisma". En: *Social Science Information*. Marzo-1988, vol. 27, núm. 1, pp.3-45.

<sup>24</sup> José M<sup>a</sup> Colomer plantea que la Transición española fue un modelo de consenso entre las élites políticas, sin embargo lo que fue "una virtud en la Transición ha pasado a ser un vicio en la democracia" pues la población continua apartada de los centros de poder, hay poca participación política y cultura política. Su análisis se inserta en la teoría de la elección pública o teoría de la elección. COLOMER J.M *El arte de la manipulación política*. Barcelona: Anagrama, 1990.

elección para la mejora.<sup>25</sup> La proximidad de la esfera religiosa y política en el carisma nos permite reconocer la importancia del campo simbólico en lo político al igual que en el ámbito de la religión.<sup>26</sup> Así, el carisma esta envuelto de un elemento místico, aporta trascendencia al liderazgo político en mayor o menor medida según el cargo que se ocupe o el alcance del movimiento social, y sobre todo en el caso de las sectas el seguimiento de los mandatos del líder religioso puede llevar hasta la muerte.<sup>27</sup> Un elemento asociado al carisma es la mística que lo envuelve su aura de trascendencia. Así, los agentes políticos responden a la lógica de las estrategias simbólicas con su vestir, sus ademanes y sus relaciones, son tocados y venerados por los fieles votantes.

El líder político da, a su vez, coherencia a la vida cotidiana entre los ideales y la conducta, es pues el guía a seguir, o simplemente es quien nos reafirma la propia identidad, la coherencia entre nuestras ideas y nuestras acciones. Para Bourdieu el líder político debe cumplir la función de catalizador de las ideas de la multitud puesto que ésta es no es capaz de expresar su malestar, bien por desconocimiento, bien por la falta de canales donde se de cabida a su malestar. Esta idea del líder como catalizador la encontramos ya en Rousseau.<sup>28</sup> A un nivel más simple del electorado el líder puede incluso aparecer como algo mágico, o milagroso, inexplicable a los ojos de la población razón por la cual se magnifica su figura.

Un elemento muy importante para entender la relación carismática entre líderes y adeptos consiste en que los seguidores creen en la veracidad de las palabras del líder,

---

<sup>25</sup> TURNER, Stephen. "Carisma e obediencia. Un approccio cognitivista". En: *Quaderni di Sociologia*. 1993, vol. 37, núm. 6, pp.63-88.

<sup>26</sup> Bourdieu resalta la importancia del campo simbólico en el elemento religioso. BOURDIEU, Pierre. "Genèse et structure du champ religieux". En: *Revue Française de Sociologie*. 1971, vol. XII, núm. 3. GINER, Salvador. "La Iluminación Carismática de la Razón". En: *Review of Sociology*. 1997, vol. 7, núm. 3.

GINER, Salvador. "Religión civil". En: *Claves de razón práctica*. Abril-1991, núm. 11.

<sup>27</sup> Una muestra del carisma asociado a las sectas y que nos muestra el peligro que éste puede conllevar lo encontramos en el libro de Charles Lindholm donde nos describe la secta destructiva del Templo de Pueblo y su líder carismático Jim Jones que llevo al suicidio a sus miembros. LINDHOLM, Charles. *Charisma*. Barcelona: Gedisa, 1992 [1990].

el carisma está constituido por la confianza depositada en el líder, se efectúa una entrega sin paliativos. Por esto el carisma se puede convertir en un elemento peligroso y empobrecedor de la cultura política y en consecuencia de la democracia.

Por otro lado, el carisma político es un atributo del liderazgo político en democracia. El carisma se convierte en imprescindible para que una formación política pueda conseguir el máximo de votos posibles. Sin la legitimación del líder político por parte de los ciudadanos-votantes una formación política no puede mantener el techo electoral. El líder político es un factor determinante para poder conseguir el voto volátil y el voto del electorado de centro. Dicho de otra manera, por el momento, para conseguir el triunfo electoral es imprescindible contar con un líder político carismático. Los estudios electorales de Europa Occidental han señalado la importancia del carisma del líder. La popularidad del líder no se distingue de la popularidad del partido, incluso el partido eclipsa al líder en la competencia por los votos. Sin embargo, con la manifiesta “personalización” de la política hay muchos ejemplos en que los líderes pueden ayudar en el éxito o fortuna de sus partidos. Algunos estudios recientes concluyen que la evaluación por parte de los votantes de los líderes de partidos afecta significativamente la elección de partido, el *party choice*.<sup>29</sup>

Esto nos lleva a intentar delimitar lo propiamente carismático del líder político en democracia. En un intento de ampliar el concepto de carisma definido por Weber consideramos, como apuntábamos anteriormente, que algunos de los atributos o características personales propias del líder político contribuyen a la construcción y atribución de carisma, como por ejemplo: realismo y pragmatismo político; elocuencia

---

<sup>28</sup> “Para Rousseau el legislador era un mero catalizador” (*For Rousseau’s legislator was a merely a catalyst*). BLONDEL, Jean. *Political Leadership*. California: Sage, 1987, p. 198.

<sup>29</sup> MIDTBØ\*, Tor. “The Electoral Effect of Party Leader Approval in Norway”. En: *Scandinavian Political Studies*. 1997, vol. 20, núm. 2.

y retórica;<sup>30</sup> la reivindicación política; la proyección de una imagen moderna y modélica a través de los medios, capaz de crear identidad y inspirar confianza; el reconocimiento de la labor política. En cuanto a los aspectos propios de la lógica situacional que condicionan el mantenimiento del carisma, al contrario que el momento de emergencia del líder, en la rutinización del carisma destaca la estabilidad política, el control de los medios de comunicación y la proyección internacional. Sin duda la aparición en los medios será decisiva para configurar un *aura carismática* en el líder político que lo elevará a un nivel de trascendencia y de “santidad”. Burke y Brinkerhiff en su análisis intentan medir la intensidad o el grado del carisma a través de adjetivos semánticos opuestos, como por ejemplo, valiente/cobarde; emotivo/frió; amable/avaro; sano/enfermizo; atractivo/feo; especial/anodino; fuerte/débil; astuto/infantil. Parten de la idea que cada persona tiene su propio carisma y no tiene que ser reconocida como carismática de igual forma que otra. Así, el carisma es multidimensional y pueden, por lo tanto, variar las características de los individuos.<sup>31</sup> En un estudio basado en que la cualidad del liderazgo según los rasgos de personalidad se llegó a la conclusión que mientras los votantes reconocen diferencias fundamentales en la personalidad de los candidatos, algunas características eran más importantes electoralmente que otras, por ejemplo, la efectividad y la capacidad de escuchar.<sup>32</sup>

Queda por destacar la relación entre el liderazgo político con relación con el sistema de partidos y su papel en el seno del partido político. Helmut Schmitdt considera

---

<sup>30</sup> Roelofs parte de la idea que hay Presidentes que tienen carisma y otros no, si bien no estoy del todo de acuerdo con esta afirmación pues considero que cada carisma es distinto y tiene más o menos difusión. Roelofs intenta explicar la adquisición de carisma a través de la tradición judeocristiana. El rol profético de la Biblia está relacionado con las palabras y el diálogo. A diferencia de los filósofos griegos, en la tradición hebraica el alma puede crecer con palabras y gestos asociados pudiendo producir dolor o satisfacción. El líder profético hebreo es sobre todo un narrador de historias, escucha a su gente y la historia que cuenta es la de su vida juntos. El Presidente norteamericano está en posición de servir como orador en la nación y encarna este sentido mítico. ROELOFS, Mark. “The Prophetic President: Charisma in the American Political Tradition”. En: *Polity*. Fall-1992, vol. 35, núm.1, pp.1-20.

<sup>31</sup> BURKE, Kathryn; BRINKERHIFF, Merlin B. “Capturing Charisma: Notes on an elusive Concept”. En: *Journal for the Scientific Study of Religion*. Septiembre-1981, vol. 20, núm. 3.



que cada tipo de democracia necesita un tipo de liderazgo, por ejemplo, en Norteamérica solo hay dos partidos políticos, mientras que en Francia o Italia hay seis o más partidos políticos esto implica la necesidad de establecer coaliciones políticas, cuyo aspecto no preocupa en absoluto al Presidente de EE.UU.<sup>33</sup> Para Sara Gentile el Presidencialismo con su mayor carisma es una solución a la inestabilidad de los gobiernos y de los regímenes parlamentarios.<sup>34</sup>

Con respecto a la configuración del propio partido político y su relación con el liderazgo carismático hay que destacar que el líder carismático tiende a reforzar el *catch-all-party* o partido de todo el mundo, término elaborado por Kirchheimer<sup>35</sup> para designar un partido situado en el centro del espectro político que favorece con su inclusión un liderato carismático capaz de aglutinar adeptos de distintas procedencias y situados desde el centro izquierda al centro derecha. Este tipo de modelo de partido tiende a favorecer el liderazgo carismático a la vez que éste refuerza la amplitud de sectores a los que puede abarcar el partido. Gentile utiliza el concepto de *personalización del poder* que tiene como fundamento la personalización de la política es el caso de Silvio Berlusconi en Italia. En la campaña de Berlusconi se produjo una absoluta personalización y construcción del consenso no tanto alrededor del partido, Forza Italia, sino alrededor del líder. Berlusconi a su vez supo conectar con el electorado femenino ofreció un universo político más próximo a la mujer una imagen

---

<sup>32</sup> JONES, Philip ; HUDSON, John. "The Quality of Political Leadership: A Case Study of John Major". En: *British Journal of Political Science*. Abril- 1996, vol. 26, núm. 2, p. 236.

<sup>33</sup> Schmidt también destaca el cambio en el liderato que supone la utilización de la televisión, agente que podemos considerar revolucionario de la política. STERN, Geoffrey. *Leaders and Leadership*. London: London School of Economics, 1993, pp. 13-25.

<sup>34</sup> GENTILE, Sara. "La costruzione del carisma: per un'interpretazione della leadership di De Gaulle". En: *Teoria politica*. 1997, vol. XIII, núm.3, pp.121-152.

<sup>35</sup> Para más información véase KIRCHHEIMER, Otto. "El camino hacia el partido de todo el mundo". En: LENK, Kurt; NEUMANN, Franz. *Teoría y sociología críticas de los partidos*. Madrid: Anagrama, 1980, pp. 328-348.

menos monolítica, su forma de hablar recuerda el lenguaje evangélico.<sup>36</sup> En su última campaña del 2001 la clave de su éxito reside en el control de los medios, las cadenas privadas de la televisión y una campaña centrada en su persona.

Si bien el carisma es necesario, no debería suponer un elemento de empobrecimiento de la democracia. La participación a través de asociaciones políticas de índole diversa se debe mantener y ser un elemento crítico, que fomente la *accountability*, la demanda de responsabilidad a las élites políticas. En este sentido el líder político tiene a veces que seguir a la sociedad, transmitir sus posiciones, y liderar en los foros donde tiene soberanía para hacerlo.<sup>37</sup> La crisis de las ideologías, el derrumbamiento del sistema comunista, el proceso de mundialización de la economía y de la sociedad han fomentado la aparición de líderes políticos carismáticos, individuos situados por encima del mundo terrenal capaces de liderar los procesos de transformación. Sin embargo, hay que tener en cuenta, que esta tendencia puede verse frenada por la importancia que van adquiriendo personalidades diversas por el mero hecho de su constante aparición en los medios de comunicación, por ejemplo, conductores de programas televisivos, actores, modelos, futbolistas, y público diverso.

Observamos pues una tendencia a desplazarse o ampliarse el carisma de los centros de poder descritos por Shils (el gobierno, los altos funcionarios, la comunidad científica) a las personas con gran poder económico, personas mediáticas. La dispersión del carisma está menos centralizada, que quiero decir con ello, el carisma no tan sólo se sitúa en unos centros de poder y se difumina alrededor de ellos sino que con el fenómeno de la mediatización de la sociedad se tiende a una mayor aparición de centros

---

<sup>36</sup> GENTILE, Sara. "Charisma o personalizzazione del potere: Berlusconi e il carisma *mediatizzato*". En: *Teoría Política*.1997, vol. XIII, núm.1, pp.131-155.

<sup>37</sup> Putnam en su tesis afirma que una de las causas del desarrollo de la vida política, la mayor utilización de las elecciones por los habitantes del norte de Italia en el s. XIX, fue gracias al desarrollo de la vida asociativa en estas regiones,(sociedades de Ayuda Mutua, sociedades de canto coral, partidos de masas, cooperativas). Así, en las zonas de clientelismo había más inhibición. También, afirma que muchos

carismáticos o núcleos carismáticos con una menor dispersión a su alrededor. Además, la percepción de lo carismático variará según el status social y cultural de las personas que lo reconocen y lo legitiman.

Desde la perspectiva de la democracia de responsabilidad (*democratic accountability*) la elección del partido por parte de los votantes está afectada por lo que los políticos hacen en términos de políticas públicas e implementación. Sin embargo, las apariencias y la retórica pueden ser más importantes que las políticas (*policies*). Los políticos pueden llamar la atención utilizando diferentes estilos retóricos, donde llaman a la lógica de los hechos, la moral, los mitos y los sentimientos. Se ha descubierto una actitud “primitiva” en el voto *affective voting* que significa que la elección del voto es un resultado de afirmaciones pasionales en vez de una evaluación racional y cuidadosa.<sup>38</sup>

Como comentaba más arriba, la crisis de las ideologías favorece la aparición del líder carismático con una mayor valoración de sus ideas, de su pragmatismo y de su identidad; predomina un proceso de revalorización de las individualidades, una americanización de la política en la sociedad europea, que favorece y da importancia a cada individualidad, a los actores y sus ideas al margen de su labor académica y de pensamiento. No hay temor a las consecuencias que pueda comportar cualquier tipo de acción, o discurso político sin previa meditación o racionalización de sus consecuencias.<sup>39</sup>

---

líderes provenían del movimiento de Ayuda Mutua. PUTNAM, Robert D. *Civic Traditions after Unification. Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press, pp.137-162.

<sup>38</sup> MIDTBO\*, Tor. “The Electoral Effect of Party Leader Approval in Norway”. En: *Scandinavian Political Studies*. 1997, vol. 20, núm. 2.

<sup>39</sup> En este sentido Amelia Valcárcel llama la atención al poco peso que tiene la escuela en la educación y en la cultura política, pues a pesar de su esfuerzo en educar siguiendo la tradición y el pensamiento crítico, la sociedad mediatizada puede en un santiamén desmentir y ridiculizar las prácticas familiares y de los enseñantes. VALCÁRCEL, Amelia. “Cultura y democracia”. En: GINER, Salvador (coord.) *La cultura de la democracia*. Barcelona: Ariel, 2000, pp.129-131. (Ariel, 212).

Si intentamos ver los elementos que son portadores de carisma para el líder de la modernidad hay un elemento del análisis olvidado en el *Political Leadership*, pues es más un elemento que configura el carisma del líder. Me estoy refiriendo a la figura del *alter ego* el personaje político que acompaña al líder reforzando su imagen, ejerce la función de contrapeso y es a menudo quien se encarga de los aspectos públicamente más controvertidos o difíciles para intentar mantener la imagen de bondad en el líder en cuestión. El *alter ego*, pues, ayuda a mitificar la imagen de bondad del líder en cuestión, evita su desgaste en aspectos más banales, complementa el liderato, y llega a sectores que el Presidente del gobierno o Primer Ministro tiene dificultad para atraer. Hay autores que han centrado su análisis en los aspectos psicoanalíticos del liderazgo político, Aberbach quien insiste, al igual que Bruce Mazlish,<sup>40</sup> en que los contextos históricos de crisis son favorables para el nacimiento de líderes carismáticos. Aberbach además, como ya he comentado anteriormente, destaca la relación psicoanalítica de los líderes carismáticos con su infancia, los traumas infantiles, como en el caso de Hitler el suicidio de sus padres que tendrá relación posteriormente con su desarrollo carismático; o el caso de un artista carismático como Elvis Presley cuyo hermano gemelo nació muerto y su madre preparaba un lugar en la mesa para el niño fallecido. Para el autor la relación carismática tiene lugar entre el mundo interior traumatizado del carismático o carismática, el exterior social y la crisis política. Lo público se convierte en un sustituto ideal de la unión familiar y la armonía, una realidad sustituta de la ruptura y la desilusión.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> MAZLISH, Bruce. "Some Observations on the Psychology of Political Leadership". En: *Political Psychology*. Diciembre-1994, vol. 15, núm. 4, pp. 745-753.

<sup>41</sup> El interés del autor por el carisma nace en sus trabajos en la clínica infantil de psicoterapia en Londres en la década de los ochenta. Los niños con un solo padre o madre resultarán más vulnerables a las relaciones carismáticas como seguidores o como líderes que los niños con ambos padres. Los niños de familias rotas a menudo repiten el modelo de rotura familiar en la vida adulta. ABERBACH, David. *Charisma in Politics, Religion and the Media. Private Trauma, Public Ideals*. London: McMillan Press LTD, 1996.

En todo caso el líder para adquirir su carisma en la modernidad no debe mostrarse como el hidalgo solitario y perturbado por las dificultades del poder, sino que debe verse arropado por su equipo de colaboradores que comparten sus ideas, al mismo tiempo que complementan y refuerzan su carisma. Así pues, a todo análisis de la *Political Leadership* le es imprescindible para una comprensión holística del fenómeno tener en cuenta el elemento carismático. Su complejidad va más allá de la simple observación de la entrega de las masas al líder que le otorgan legitimidad, popularidad, en lo que insisten los psicólogos de las masas y Willner, o su capacidad revolucionaria, descrita por Weber. En el análisis del carisma hay que exponer todos los aspectos que han sido decisivos para la consecución del carisma, la lógica situacional, la *politeya* en que se encuentra, lo genuino del líder político, su característica personal, la manufactura de su carisma, su manipulación, su retórica, sus referentes y sus políticas.

Por último, hay que tener en cuenta, que el carisma en la modernidad tiende hacia la racionalidad, el modelo es un individuo racional capaz de adquirir el éxito, un ser humano que triunfe en todo aquello que se propone, lejos de visiones épicas, el líder debe mostrarse cercano a sus seguidores, formar parte de su comunidad, ser un símbolo de identidad e influir en la cohesión social de la nación-estado y a la vez en las superestructuras.<sup>42</sup> Así, el proceso de mundialización favorecerá a que surjan líderes que sean capaces de defender los intereses nacionales y paradójicamente, transnacionales. El líder político deberá intentar la cohesión de superestructuras como la construcción europea y fomentar el respeto de una convivencia en la diversidad cultural. Edward

---

<sup>42</sup> Según Bourdieu el líder carismático debe acumular “capital de poder simbólico”. El profeta de Bourdieu será un símbolo más que se adecuará a la representación colectiva, a la propia imagen que tengan los seguidores del profeta. BOURDIEU, Pierre. “Une interprétation de la théorie de la religion selon Max Weber”. En: *Archives européennes de sociologie*. 12-1971, núm.1.

“Genèse et structure du champ religieux”. En: *Revue Française de Sociologie*, 1971, vol. XII, núm. 3.

“La représentation politique. Elements pour une théorie du champ politique”. En: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 1981, vol. 2, núm. 36-37.

“Penser la politique”. En: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*: 1988, vol. 3, núm. 71-72.

Page destaca en su análisis sobre el liderazgo de la Comunidad Europea que muchos de los comisarios políticos tienen más experiencia que los gobernantes nacionales anteriormente la mayoría han sido ministros. Weber destacó que la meta de la ambición política es el liderazgo y muchos de los Comisarios deben saber que ésta es su última gran posición.<sup>43</sup>

En resumen, el carisma se convierte en una característica personal indispensable para conseguir el reconocimiento del electorado, en el caso del sistema de partidos políticos democráticos o bien, en el catalizador y en el dinamizador crítico de problemas estructurales,<sup>44</sup> como es el caso de la aparición de líderes antisistema como José Bové en Francia o el líder independentista Umberto Bossi en Italia. Los estudios sobre *Political Leadership* centran su análisis en distintas variables que configuran la acción política, además de aportar datos biográficos sobre el líder o líderes en cuestión. Intentan describir la importancia del liderazgo en la toma de decisiones políticas, organización o manipulación de la agenda; el papel en política internacional y nacional dentro del margen que le dejan las instituciones y la constitución; en otras palabras, analizan su acción política teniendo en cuenta sus limitaciones tanto del propio sistema político como del contexto histórico. El análisis del liderazgo político y del carisma suele aplicarse a un líder o líderes en concreto, así la aportación teórica se ve complementada o nutrida por un análisis más detallado, que permite a su vez un mejor entendimiento del proceso histórico y del liderato en cuestión. El liderazgo carismático

---

<sup>43</sup> La experiencia política de los comisarios tiene que ser entendida como una forma que les permite tener los conocimientos para movilizar el apoyo en las estructuras de políticas públicas de Bruselas. No se puede esperar que el Comisario vaya más allá del rol del político burocrático. Por último, es más probable que los comisarios hayan tenido más experiencia de gobierno que los ministros y por lo tanto que desarrollen sus propios objetivos los cuales son difíciles de mantener en un sistema fragmentado. PAGE, Edward C.; WOUTERS, Linda. "Bureaucratic Politics and Political Leadership in Brussels Public". En : *Administration*. Autumn-1994, vol. 72, núm. 3, pp. 445-459.

<sup>44</sup> "Los problemas estructurales tales como la desigualdad en el reparto de las tierras puede dar lugar a movimientos que socavarán la *politeya* democrática y fomentarán el desarrollo de ideologías antidemocráticas y actitudes políticamente cínicas que aíslen primero, y ridiculicen después, el ejercicio de la probidad o las muestras de virtud pública." GINER, Salvador. "Cultura republicana y cultura del

tiende a aparecer en momentos de crisis y cambio social como tal es fruto del caos, o de situaciones donde hay fracturas y confusión, el líder carismático se convierte en el guía a seguir que da cohesión interna y simboliza los anhelos, las esperanzas de consecución por parte de sus seguidores y por la sociedad en general. La *manufactura del carisma* en la modernidad hace que el liderato de los partidos políticos tiende a personalizarse y a fabricar el carisma como una medida para conseguir el máximo número de votos e influir en las opiniones y en las mentes de los seguidores.

El líder político carismático es un sustituto de la racionalidad, frente a la complejidad social y la incompreensión social y política que dificulta la participación democrática. Actuar a partir de las propias reflexiones provoca indecisión y esfuerzo lo que comporta el acatamiento y seguir la opinión de un líder o simplemente confiar en él. Sin embargo, paradójicamente, su imagen simboliza lo racional, cuando hablamos de imagen y carisma podemos hablar de *manufactura del carisma*,<sup>45</sup> son los medios de comunicación quienes construyen el carisma, quienes resaltan una u otra personalidad política y difunden o remarcan un determinado discurso, una teatralización de la política favorecida por los medios. Sin duda, hay un lado oscuro del carisma y es su capacidad de manipulación de las multitudes. El potencial carismático de cambio social debe estar orientado hacia la consecución de valores positivos, derechos y cambios constructivos que aporten cohesión social, en definitiva, la consecución de una mejora de la sociedad democrática. No podemos dejar de mencionar la ambivalencia<sup>46</sup> del carisma, éste puede ser negativo como en el caso de los totalitarismos del s. XX, a todos nos son presentes

---

porvenir". En: GINER, Salvador (coord.) *La cultura de la democracia*. Barcelona: Ariel, 2000, pp. 160. (Ariel, 212).

<sup>45</sup> GINER, Salvador; PÉREA YRUELA, Manuel. "La manufactura del carisma". En: CASTILLA DEL PINO, Carlos. *Teoría del personaje*. Madrid: Alianza Universidad, 1989.

<sup>46</sup> George Simmel destaca la ambivalencia de todo fenómeno social, éste también es el caso del carisma. GINER, Salvador. *Historia del pensamiento social*. Barcelona: Ariel, 1994 [1967].(Ariel Historia)

*Teoría sociológica clásica*. Barcelona: Ariel, 2001. (Ariel Sociología).

SIMMEL, George. *Sociología. Estudios sobre las formas de socialización*. Madrid: Alianza Editorial, 1986.

las imágenes de Hitler ante las masas, pero a su vez con su “legitimidad” puede controlar situaciones de descontento social haciendo llamadas a la calma para soportar estoicamente las situaciones de crisis estructurales o de injusticia social. Su valor más positivo es su capacidad de aglutinar y de desarrollar procesos democráticos, modernizadores y de consolidación de la democracia como en el caso de Felipe González durante la década de los ochenta en España.

¿Podemos hablar de un carisma de la razón, que tiende a buscar el “bien común”, es decir, un carisma democrático? Sí, pero con limitaciones, si bien el carisma democrático no podemos clasificarlo de plenamente negativo, por ejemplo, si actúa efectuando una cierta pedagogía política, en cualquier caso, no es la situación deseable ni consideramos que sea recomendable pues llevado al extremo puede convertirse en una actitud demagógica y manipuladora de las masas. Otro aspecto que podría considerarse es la capacidad de transmitir y de catalizar un pensamiento colectivo que sin una voz dirigente se pierde. Con todo, el carisma debería ser sustituido por la tendencia a una mayor participación ciudadana en la vida pública, el ciudadano debe dotarse de una ética, y debe proyectar sus organizaciones y su *propia virtud cívica*.<sup>47</sup> El desarrollo de la democracia debe tender a intentar una mayor participación individual y colectiva que permita canales legales de crítica al orden social establecido, intentando superar las manifestaciones carismáticas como elementos de trascendencia y emotividad colectiva debiéndose esta dirigirse hacia una cultura popular o, mejor dicho, *cultura republicana*.<sup>48</sup>

---

*El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura.* Barcelona: Península, 1986.

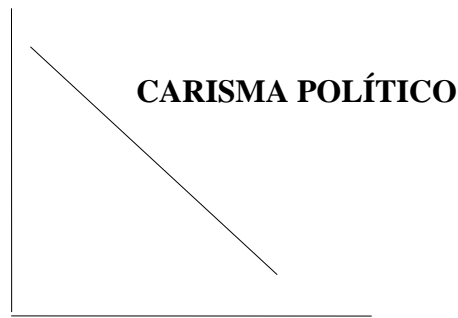
<sup>47</sup> Giner en su defensa de la ciudadanía y de la virtud cívica propone la defensa de la *politeya* republicana haciendo énfasis en la participación ciudadana frente al exceso de formalismo liberal y al carisma de la sociedad comunitaria dividida en culturas y subculturas. GINER, Salvador. “Cultura republicana y cultura del porvenir”. En: GINER, Salvador (coord.). *La cultura de la democracia*. Barcelona: Ariel, 2000. (Ariel, 212).

<sup>48</sup> Ibid.



En conclusión, hay que distinguir entre carisma político democrático, un liderato que acepta las reglas del juego democrático y que expone sus ideas y un liderato político que intenta manipular y exaltar las masas para fines dictatoriales o desestabilizadores del orden social. Es la finalidad política lo que diferencia a uno del otro, el sistema de valores y en cierta medida las formas un tanto menos radicales y tribales. Sin duda se ha producido una transformación de las formas de expresión del carisma desde sus manifestaciones más autoritarias y homogéneas de los años treinta del s. XX, llenas de símbolos y gestos dirigidos a ensalzar y obedecer sin paliativos a los dictadores fascistas, o con el “culto a la personalidad” de los regímenes comunistas a la iconografía democrática. La democracia ha comercializado el líder político a través de las campañas electorales con los eslóganes, carteles y anuncios televisivos.

A pesar que consideremos el carisma como un aspecto inherente a los líderes democráticos occidentales y mundiales, éste puede remitir, no a desaparecer, en tanto que elemento primordial frente a una mayor cultura política, participación ciudadana y presencia de la sociedad civil. Esto nos lleva finalmente al gráfico siguiente como tendencia posible y deseable.



Sociedades autoritarias

- Sociedades con cultura democrática y cultura política
- Presencia de la sociedad civil y participación ciudadana.
- Demanda de responsabilidad (*accountability*) a los responsables políticos.
- Presencia y legitimidad de las instituciones.
- Estado del bienestar y mejoras económicas.

## 9.2. Del Carisma a la imagen

Con la utilización de los medios de comunicación de masa, especialmente, la televisión, se ha producido una redefinición de la política. Podría incluso hablarse de *revolución mediática*. En la tradición americana de los años 1960 hubo una polémica entre la conexión entre los media y la política que contraponían dos escuelas: la comportamentista y la fenomenista. La primera acentuaba el carácter manipulador de los media y la segunda daba más importancia a la creencia previa del sujeto.<sup>49</sup>

Con la televisión la imagen se convierte en el primer valor comunicativo, el más primario, sobre el cual todo el mundo puede opinar tranquilamente desde sus casas y los personajes mediáticos a quienes se quiere en muchas ocasiones emular a los personajes mediáticos. Esto se debe a que a través de la imagen se transmiten unas señas de

identidad cada vez más difíciles de hallar en el mundo real debido al proceso de mundialización de la cultura, la enorme complejidad y transformación de la sociedad contemporánea, tanto en el ámbito laboral de las estructuras políticas, económicas y culturales. No obstante, no quiero dar a entender que la televisión o el cine sean el único mecanismo generador de carisma, puede haber otros espacios donde se configure el carisma, como puede ser el partido político o asociaciones no gubernamentales. Si bien los medios son imprescindibles para lanzar un candidato.

Ejemplos recientes de la relación entre carisma e imagen los tenemos en la figura del “subcomandante” Marcos quién durante su larga marcha desde la Sierra Lacandona a México D.F. mantuvo su rostro cubierto dejando sólo al descubierto la veracidad de su mirada con la que lideraba las comunidades indígenas y aparecía ante las cámaras. Marcos incluso cambió su discurso político llenándolo de metáforas con el fin de acercarse a las comunidades indígenas, su pasamontañas era una muestra de que el color de la piel no importaba, él representaba la voz indígena, era el catalizador de esas comunidades marginales indistintamente que fuera, o no, un nativo indígena, él les ayudaba en su causa. Así mismo, quiso perder protagonismo, al ceder su liderazgo a una mujer en el discurso más importante ante la Asamblea Mexicana. Paradójicamente, algo tan importante para conseguir acercarse al gran público y cruzar fronteras como la imagen no es suficiente por sí sola, o mejor dicho, estamos tan habituados al rostro que la negación del mismo provocó un mayor interés en el actor político. Esto nos lleva a la conclusión que el elemento sorpresa es un factor que favorece el carisma.<sup>50</sup> Sin duda la personalidad que debe transmitir el líder político en el mundo occidental está

---

<sup>49</sup> GENTILE, Sara. “Charisma o personalizzazione del potere: Berlusconi e il carisma *mediatizzato*”. En: *Teoría Política*.1997, vol. XIII, núm.1, pp.131-155.

<sup>50</sup> Un ejemplo lo tenemos en el Presidente del Gobierno español Felipe González quien ante la sorpresa de todos los ciudadanos dimitió como Secretario General del PSOE el 21 de junio de 1997 en el XXXIV Congreso del PSOE celebrado en Madrid. Este congreso hubiera pasado más inadvertido y en cambio ocupó las primeras páginas de los periódicos por la dimisión de Felipe González.

estrechamente relacionada con una imagen de modernidad, que se consigue a través de un imaginario colectivo de eficacia y de racionalidad. Eso no implica que se efectúe una manipulación de las masas a través del elemento emocional y sentimental del carisma, por ejemplo, alrededor de los niños. Éste fue el caso de Elián García, el “niño balseiro”. Elián fue el único superviviente del naufragio de una balsa cubana en la que viajaba junto a su madre con la intención de llegar a las costas de Florida y huir de la pobreza cubana. El niño, en un principio quedó bajo el cuidado de sus tíos exiliados cubanos en Miami. Ante la insistencia de su padre y del gobierno cubano para que devolvieran el niño a la isla el estado norteamericano, finalmente, decidió entregarlo a sus familiares más allegados: su padre y su madrastra. Posteriormente, regresó a Cuba donde fue aclamado en baños de multitudes. El incidente se convirtió en una cruzada nacional cubana frente al poder del dinero y de las armas del vecino país capitalista de Estados Unidos. A su vez, la comunidad cubana en el exilio de Miami consideró el caso como una lucha contra el comunismo castrense. Fidel Castro, por su parte, supo capitalizar el potencial emotivo y carismático de un niño a quien no dejaban, después de la muerte de su madre, vivir con su padre y regresar al paraíso cubano.<sup>51</sup>

La imagen es el elemento del carisma, en el caso de los políticos, más fácilmente manipulable por los asesores de imagen profesionales. Su utilización se remonta a la década de 1920 con los discursos diferidos por la radio norteamericana del Presidente Roosevelt. Estos métodos de propaganda política y de persuasión utilizados por la democracia americana fueron copiados a imagen y semejanza por los totalitarismos,

---

<sup>51</sup> El litigio terminó el 22 de abril de 2000 cuando la policía norteamericana por orden de la secretaria de Justicia Janet Reno i de acuerdo con Bill Clinton decidió aplicar la ley y sacar por la fuerza , en una operación aterradorante y desmesurada, al niño Elián García de casa de su tío abuelo Lázaro González para entregárselo a su padre.

muy especialmente por Hitler para manipular el pueblo, sus ideas y reafirmar su dictadura.<sup>52</sup>

Por otra parte, en Europa se ha producido una americanización de la vida política y también cultural. Cada vez se sobre valoran más las personas corrientes, incluso vulgares. Como apuntábamos en el apartado anterior, el prestigio social ha dejado de recaer de forma nítida en los políticos, en los científicos, en esa gradación de centros carismáticos que tan detalladamente describía Shils, y se ha ampliado a un mayor número de núcleos nacionales o mundializados, la dispersión del carisma a remitido.<sup>53</sup> Además, de una desconfianza en los políticos, el prestigio elemento estrechamente relacionado, como hemos visto con el carisma, recae en aquellas personas que aparecen en los medios y con las que el público puede fácilmente identificarse. La democratización de la sociedad ha ocasionado una cierta pérdida del criterio hacia donde deben dirigirse los modelos a seguir, hay una crisis de los mismos. El estudio, el esfuerzo personal han dejado de ser valores para conseguir un reconocimiento social; conseguir el dinero fácil y exhibir una buena apariencia son suficientes para un reconocimiento social.

Los líderes políticos que forman parte del sistema de partidos todos ellos además de poseer atributos políticos (inteligencia política, capacidad de movilización, técnicas de comunicación, claridad en los objetivos, pragmatismo, clarividencia)<sup>54</sup> les ha sido necesaria una fabricación de su imagen, aspecto que es especialmente significativo cuando se accede al cargo político, por ejemplo, en el caso de los Presidentes del gobierno. Todo político necesita de los medios de comunicación para llegar al mayor

---

<sup>52</sup> Información obtenida en una entrevista con Salvador Giner (10-04-01) y, parte de la información, en ABERBACH, David. *Charisma in Politics, Religion and the Media. Private Trauma, Public Ideals*. London: McMillan Press LTD, 1996, p.75.

<sup>53</sup> SHILS, Edward. *Center and Periphery. Essays in Macrosociology*. Cicago: University of Chicago Press, 1975.

<sup>54</sup> COLE, Alistair. *François Mitterrand, a study in political leadership*. London and New York: Routledge, 1997, p. 167.

número de electores posibles esto conlleva la necesidad de ofrecer una imagen cuidada que sea capaz de llegar al mayor número de ciudadanos. ¿Qué imagen debe ofrecer un líder político para triunfar? Dependerá del propio personaje político,<sup>55</sup> sin duda una imagen de modernidad, acorde con los tiempos, cercana a su propia generación, y con la que sean capaces de identificarse los ciudadanos-votantes, bien sea, por su similitud bien por su admiración. La identidad es aquí otro elemento importante, como veremos en el próximo apartado, el líder político debe mostrarse, hablar y gesticular<sup>56</sup> correctamente y de forma que parezca uno de los nuestros, o como querríamos ser, la proyección del modelo a imitar o simplemente seguir. Habermas nos destaca la teoría de Mead en la que el ademán de un primer organismo cobra significado en relación con un segundo organismo que reacciona ante él y añade que los gestos se convierten en símbolos significantes cuando implícitamente provocan en el individuo que los hace las mismas respuestas que se supone que provocarían en el individuo que va dirigido.<sup>57</sup> Esta idea transportada al líder político carismático encontramos que el líder siempre busca como modelo, como referente un líder histórico admirado cercano a su ideología y de la propia nación como destaca Willner y hemos expuesto anteriormente.<sup>58</sup>

La percepción carismática del líder político por parte de sus seguidores pasa por aceptar su imagen exterior, por la identificación de los seguidores con su líder y por una valoración positiva de sus características personales comunes a todos los líderes, destacan: la decisión, inteligencia política, el ser genuino, estilo político, credibilidad

---

<sup>55</sup> Kenneth Boulding sugiere la existencia de una dinámica de intercambio, así, el político reorganiza su rol a la vez que maquilla su imagen, se produce un intercambio entre la imagen que quiere proyectar y su propia imagen o forma de ser. BOULDING, Kenneth *The image*. Ann Arbor, 1959. Citado en STERN, Geoffrey *Leaders and Leadership*. London: London School of Economics, 1993 p. 9.

<sup>56</sup> El cuerpo actúa como elemento de comunicación, como canal de transmisión de afecto. Este aspecto era muy cuidado en las culturas tradicionales, en la modernidad, en las sociedades occidentales se ha tendido a eliminar el cuerpo. MELUCCI, Alberto. *The playing self. Person and meaning in the planetary society*. Cambridge: Cambridge University Press, 1996, p.72.

<sup>57</sup> HABERMAS, Jürgen. *Teoría de la acción comunicativa II. Crítica de la razón funcionalista*. Madrid: Taurus, 1999, pp.21-25.

política y personal. A mayor número de atributos personales se convertirá en más carismático ya que podrá complacer a un mayor sector de la población.<sup>59</sup> Según Gardner la sabiduría popular dice que existe la imagen pública del líder por un lado y por otra la realidad de lo que el líder es en verdad. Muchos investigadores están de acuerdo en que como es percibido el líder también es una realidad. Así, la propia personalidad y la personalidad percibida se van uniendo lo que convierte en más difícil saber cual es la verdadera persona.

Nos preguntaremos cómo se consigue obtener carisma a través de los medios de comunicación. Como hemos señalado anteriormente, la fuerte presencia de los medios de comunicación influye directamente en el liderazgo carismático al que podemos añadir el término mediático. El liderazgo carismático se construye a través de las *llamadas* al electorado a través de las apariciones televisivas del líder, sobre todo, en momentos cruciales donde se necesita la aprobación de la población (me refiero a un referéndum, situaciones de crisis, campañas electorales).

El líder político da un *mandato*, unas consignas a su electorado y éste convencido de que la verdad está encarnada en las opiniones de su líder político le obedece. Por consiguiente, para conseguir esta credibilidad política ha sido necesaria la fabricación del líder político, someterlo a una *operación de maquillaje político*. Se ha convertido en habitual el que los distintos líderes políticos dispongan de asesores de imagen para sus campañas, estos se dedican a decidir que características deben destacarse de los candidatos y cuales deben ser omitidas, o sea, corregidas como el tono de voz, posición corporal, vestuario, rostro. Dan Nimmo sostiene la tesis que la imagen de los candidatos consiste en aquello que los votantes están predispuestos a percibir.

---

<sup>58</sup> WILLNER, Ann Ruth. *The Spellbinders. Charismatic Political Leadership*. New Haven and London: Yale University Press, 1984.

<sup>59</sup> GARDNER John W. *El liderazgo*. Buenos Aires: Grupo Editor Sudamericano, 1991, p.49, (Estudios Políticos y Sociales).

Los votantes construyen la imagen de los candidatos. Para Nimmo la única dimensión que el asesor de imagen añade es descubrir las cualidades que se corresponden a estas expectativas de los electores. Los asesores de imagen están sujetos a trabajar a partir de lo que se cree que quieren los electores. ¿Cómo se construye la imagen de los candidatos? ¿Cómo la perciben los votantes y qué piensan sobre ellos? Los ciudadanos votantes juzgan a los candidatos primero toman como referencia el trabajo que han realizado previamente los candidatos (en la empresa privado o en el sector público); según el partido que representan y después el estilo del candidato que consiste en: sus cualidades de expresión, como ser un buen orador, sus maneras en los programas televisivos. Por otro lado, juzgar al político según sus cualidades humanas como la honestidad, la integridad, la sinceridad, la capacidad de decisión, aciertos y otras características personales como el humor y la apariencia física (ser atractivo, vestuario, ademanes).<sup>60</sup>

Richard Ling en su estudio sobre la producción de carisma nos habla del carisma en la modernidad utilizando el concepto de *carisma sintético*, en este tipo de carisma el candidato es el sujeto del carisma y a diferencia del carisma weberiano los seguidores no forman parte de la estructura. Otra observación es que no se puede considerar el carisma igual al glamour, establece la siguiente diferencia: con el glamour uno se impresiona e incluso puede afectar el estilo, mientras que con el carisma en general el observador está más preocupado de la relación líder seguidor. El carisma sintético no es exclusivo de las campañas políticas: actores, estrellas del rock y algunos atletas pueden serlo. Ling destaca que siempre que se produce el carisma sintético hay una parte que sale beneficiada de forma tangible, por ejemplo, los organizadores de campañas

---

<sup>60</sup> Para más información véase los artículos siguientes: NIMMO, Dan. "Political Image Makers and the Mass Media". En: *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Septiembre-1976, núm. 427, pp.33-44, y BROWN, Lillian. "Looking Good. A candidate's appearance can make a big difference". En: *Campaigns and elections*. Junio-1994.



políticas y otros que se benefician de forma simbólica, sería el caso del electorado. Otro aspecto que destaca Ling son las ventajas que a todo ello sacan los medios, dicho de otra manera, las campañas benefician a los medios porque les permiten narrar historias y producen noticias de costes no elevados. En cambio los electores solo ganan dividendos simbólicos de las elecciones, y se sienten tristes o alegres según gane o pierda su opción.<sup>61</sup>

Entiendo que la relación que buscan los seguidores con el líder es su capacidad de satisfacer sus necesidades y de comportarles bienestar. La imagen se convierte, pues, en un elemento que a primera vista da confianza y corrobora las capacidades del líder para obrar adecuadamente en sus políticas tanto dentro del país como cada vez más, sus capacidades en la política internacional, en el ámbito europeo y a escala mundial.

### 9.2.1. Carisma y televisión

Sin duda, no podemos dejar de analizar los cambios que la utilización de la televisión ha comportado a la actuación política y al desarrollo del carisma. La televisión crea un efecto de proximidad que va más allá de las posibilidades reales de las personas. Entra en la intimidad del interlocutor. La cámara es capaz de estar en el mismo centro de la escena, sobrepasando las fronteras humanas posibles. El espectador es por tanto un invitado privilegiado, aunque sólo sea observador.<sup>62</sup> La televisión produce pues una alteración de las relaciones simbólicas, el mundo lejano de los personajes televisivos se convierte en cercano y a su vez casi familiar, podemos afirmar

---

<sup>61</sup> LING, Richard. "The production of synthetic charisma". En: *Journal of Political and Military Sociology*. Fall-1987, vol. 15, núm. 2, pp.157-170.

<sup>62</sup> Es conveniente tener en cuenta que aquello considerado importante por los medios no es siempre producto de la reflexión teórica. Así, Sartori expone que se deja de filmar lo lejano aquello que comporta dificultad y, en cambio, se filma aquello más cercano que se convierte en noticia un *pseudo-acontecimiento* meramente por su proximidad y facilidad de filmación. SARTORI, Giovanni. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus, 1998.

que la televisión produce lo extraordinario, salir en la televisión otorga de por sí un halo carismático.<sup>63</sup>

Hay pensadores que se muestran extremadamente críticos con la televisión, destacan todos los factores nocivos que sin duda tiene, sobre todo con una utilización excesivamente prolongada. Para Giovanni Sartori la televisión no es solamente un medio de comunicación sino que genera un nuevo *anthropos*, o sea, un nuevo tipo de ser humano, establece que hay una regresión en la capacidad cognitiva de entender, el lenguaje conceptual abstracto es substituido por el lenguaje televisivo. Sartori distingue entre *subinformación* y *desinformación*, la primera se refiere a una información insuficiente que empobrece la noticia, la segunda es una distorsión de la información. Encontramos otros autores que destacan el papel socializador de la televisión, Charles Atkin y Gantz Walter afirman en su análisis el impacto del telediario nacional en la audiencia de los niños cuya observación favorece el diálogo entre padres y amigos. Sin duda Atkin y Walter intentan dar soluciones a una realidad difícilmente cambiable, el mundo mediático y virtual en el que vivimos puesto que en la actualidad nos es imposible concebir un mundo sin televisión. Como ejemplo, en los institutos de secundaria norteamericanos los mass media eran la primera fuente de información acerca del presidente y vicepresidente del país.<sup>64</sup> Para los autores la televisión no significa solamente una fuente de entretenimiento para los niños, también, es una fuente para la información política. No obstante, encontramos autores totalmente contrarios a la utilidad de la televisión como Sartori de cuyo pensamiento hablaremos más adelante,

---

<sup>63</sup> Lemieux cita en su ejemplo del papa en el Canadá en que la producción más mediática convirtió el acontecimiento en una celebración de comunicación de masas. LEMIEUX, Raymond. "Charisma, mass media et religion populaire. Le voyage du Pape au Canada". En: *Social Compass*, 1987, vol. 34, núm.1, pp.11-31.

<sup>64</sup> En un estudio realizado en una High school de Nueva York, los mas media eran la primera fuente de información acerca del presidente (83%), vice-presidente (85%), Congreso (59%) y el Tribunal Supremo (50%). ATKIN, Charles; WALTER, Gantz. "Television News and Political socialization". En: *Public Opinion Quaterly*. Summer-1978, vol. 2, núm. 42, pp.183-198. En: *Public Political Quaterly*. Fall-1976, vol. 40, núm. 3, pp. 320-330.

por el momento me referiré a las acepciones de Alexis S. Tan quien afirma que se sabe que la televisión no es el mejor medio de información político para quien quiere estar informado en cuyo caso es mucho mejor la prensa escrita.<sup>65</sup> Es muy posible que la utilización de los medios se derive de otros factores, tales como la educación, nivel de interés político. Feigert,<sup>66</sup> por su parte, también insiste en que la utilización de los medios depende de la cultura política de los actores, el nivel de educación y de interés político.<sup>67</sup> Bourdieu centra la responsabilidad de la calidad mediática en los propios profesionales de los medios de quien afirma que, no es concebible que no conozcan las posibilidades del medio con el que trabajan. No obstante, considera que los medios son una fuente de despolitización, más la televisión que la prensa. La televisión ofrece una imagen del mundo sin sentido político y considera, también, que tiene una mayor incidencia sobre los sectores más carentes de cultura política.<sup>68</sup>

Otros autores analizan la relación entre medios de comunicación y éxito electoral. En los años 40 se creía que la correspondencia entre los medios de comunicación y el voto era una influencia nula, pero con los estudios de Blumler<sup>69</sup> y McQuail (1969) se observó que los medios tenían una influencia directa y persuasiva y ésta era mensurable bajo distintas circunstancias.<sup>70</sup> En la campaña electoral entre John

---

<sup>65</sup> TAN, Alexis S. "Mass Media Use, Issue Knowledge and Political Involvement". En: *Public Opinion Quarterly*. Summer-1980, vol. 44, núm. 2, pp.241-248.

<sup>66</sup> El estudio se basa en dos hipótesis contrapuestas, la de Almond y Verba quienes consideran que seguir los asuntos públicos a través de los medios de comunicación puede proporcionar medios, aunque limitados, para participar en el mundo político. Mientras que Kurt Lang y Gladys Engel consideran que los medios sirven para privar un sistema de legitimidad. El "drama" de los políticos puede contribuir a una amplia crónica de desconfianza en las instituciones políticas y en los actores. Los medios pueden incluso reforzar los sentimientos de futilidad y de apatía. FEIGERT, Frank. "Political Competence and Mass Media Use". En: *Public Opinion Quarterly*. Summer-1976, vol. 40, núm.2, pp.234-238.

<sup>67</sup> Se ha comprobado que la confianza en la televisión decrece al aumentar el nivel de estudios. La prensa es el medio preferido para los líderes de opinión, las personas mejor educadas y los votantes más participativos. EMERY, Edwin, "Changing Role of the Mass Media in American Politics". En: *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Septiembre-1976, núm. 427, pp. 84-94.

<sup>68</sup> BOURDIEU, Pierre. *Contrafocs. Reflexions útiles per a resistir la invasió neoliberal*. Barcelona: Edicions 62, 1999.

<sup>69</sup> BLUMER. *Politics and the Media*. United Kingdom: Pergamon Press, 1979.

<sup>70</sup> En el estudio sólo un 8% de los votantes reconocía haber aprendido durante la campaña aspectos que les facilitarían su opción de voto. Parece ser que los medios de comunicación son utilizados, junto con otras fuentes de información política por votantes potenciales para disminuir sus dudas o sus dificultades

F. Kennedy y Richard Nixon (1960), en ella Nixon hizo un gran esfuerzo visitando 188 ciudades, haciendo 150 discursos pero su gran esfuerzo se vio superado por la eficacia de la campaña de Kennedy quien utilizó con éxito la televisión.<sup>71</sup> La construcción del carisma político del candidato se empieza a construir en las actuaciones políticas anteriores a la campaña, pero sin duda es importante el impacto que efectúe el candidato en los medios de comunicación para poder captar el voto volátil. Emery afirma que los medios tienen una influencia directa en las primarias y en los asuntos locales y estatales.<sup>72</sup> Asimismo, afirma que los medios si bien no convierten votos son muy importantes para reforzar la intención de voto y las lealtades básicas a un partido.

¿A qué se debe esta influencia de los medios? Creo que asistimos a una tendencia de personalización de la política y de la vida pública en general. El personaje toma un papel protagonista, se vota al candidato que se cree conocer y la televisión consigue magnificar su figura. A grandes trazos podemos decir que la televisión se convierte en el árbitro que decide quien es importante y quien no lo es en nuestra sociedad. Los medios en sí como sostiene Giner no son del todo inocentes ni neutrales hay una cierta perversidad implícita en su propio lenguaje y funcionamiento. Será importante saber quienes los dirigen y que aspectos destacan o mitigan. Esta influencia de los medios en la manipulación de las masas y en la decisión del voto está formada por una nueva clase dominante a la que Giner califica de *mediocracia*, como ejemplo cita el caso de Silvio Berlusconi en Italia.<sup>73</sup> Para Gentile el éxito de Berlusconi radica en

---

en la elección. O'KEEFE, Garrett J. ; MENDELSON, Harold et al. "Voters Decision Making 1972 and 1974". En : *Public Political Quarterly*. Fall-1976, vol. 40, núm.3, pp. 320-330.

<sup>71</sup> Nixon fue criticado por hacer poco uso de la televisión en la campaña electoral de 1960, pues tan solo la utilizó en la última semana. Sin embargo parece que aprendió la lección y se aseguró su reelección en 1972 con su viaje a China desde donde se dirigió a sus ciudadanos estupefactos de la proeza. EMERY, Edwin. "Changing Role of the Mass Media in American Politics". En: *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Septiembre-1976, núm. 427, pp. 84-94.

<sup>72</sup> Un ejemplo lo tenemos en las primarias socialistas del 24 de abril de 1998 que dieron la victoria a José Borrell.

<sup>73</sup> Para más información véase GINER, Salvador. *Carta sobre la democracia*. Barcelona: Ariel, 1996, pp.80-82

la combinación de dos elementos. Por una parte, su capacidad de aplicar a la política la organización racional de la empresa (aplicando la famosa definición de Schumpeter en la cual el político se comporta en la competición electoral igual que el empresario en el mercado) y la comunicación mediática con la utilización del marketing político.<sup>74</sup>

Sartori nos habla de una sociedad teledirigida donde la video-política reduce el peso de los partidos políticos y favorece la emotividad política, elimina los líderes intermedios de opinión.<sup>75</sup> El video-dependiente tiene menos sentido crítico que quien es un animal simbólico, así, la política se convierte en un show mediático. Con la televisión se pierde la capacidad de abstracción y con ella la capacidad de distinguir entre verdadero o falso. La influencia de la vídeo-política en las votaciones es fortísima en Estados Unidos y más moderada en las inglesas. La razón es que el sistema de partidos es muy débil en EE.UU.<sup>76</sup> El sistema electoral y el sistema de partidos son variables muy importantes para favorecer u obstaculizar la personalización de la política. El sistema mayoritario favorece más el liderato que los sistemas proporcionales. También, lo es el sistema político, en cuanto a los sistemas parlamentarios y los sistemas presidenciales. Por una parte en el sistema mayoritario y en el Presidencialismo se produce una mayor proyección de la imagen del candidato y el líder tiene más poder de decisión pues no se ve limitado por las coaliciones. “La cultura de la imagen” creada por la primacía de lo visible es portadora de mensajes “candentes”

---

<sup>74</sup> GENTILE, Sara. “Charisma o personalizzazione del potere: Berlusconi e il carisma *mediatizzato*”. En: *Teoría Política*.1997, vol. XIII, núm.1, pp.131-155.

<sup>75</sup> Sartori desmiente las tesis de Weiss (1970) y Katz (1957) quienes opinan que las figuras personales influyentes son más importantes. Robinson terminará concluyendo que cuando la influencia personal y los medios de comunicación entran en competencia ganan los medios de comunicación. Robinson establece la siguiente gradación: los líderes de comunicación transmiten ideas a los líderes de opinión y estos a su vez a las personas menos atentas o interesadas. También, subraya que las personas con mayor estatus utilizan menos los medios de comunicación. ROBINSON, John. “Interpersonal Influence in Election Campaigns: Two Step-flow Hypotheses”. En: *Public Opinion Quarterly*. Fall-1976, vol. 40, núm.3, pp.304-319.

<sup>76</sup> Hay que matizar que en el estudio Peter Clarke y Eric Fredin afirman que contrariamente a la opinión popular la gente confía más en los periódicos que en la televisión para las noticias. CLARKE, Peter;

que agitan nuestras emociones, encienden nuestros sentimientos, y excitan nuestros sentidos”,<sup>77</sup> en definitiva, nos apasionan. La cultura de la imagen rompe el delicado equilibrio entre pasión y racionalidad. La racionalidad del “homo sapiens” está retrocediendo y avanza la *política emotivizada* provocada por la imagen que solivianta y agrava los problemas sin proporcionar absolutamente ninguna solución.<sup>78</sup>

Sartori también alerta de la falta de objetividad en la utilización de los medios, es el determinismo que sufren los acontecimientos que son o no retransmitidos según se encuentre una cámara en el lugar de los hechos, esto provoca que acontecimientos triviales sean retransmitidos por la pantalla, mientras otros son omitidos por no encontrarse, o no tener posibilidades de ser filmados, el criterio es pues arbitrario.

### 9.2.2. Evaluación

Sin duda, las afirmaciones de Sartori nos llevan a pensar que la video-política favorece la importancia del carisma político del candidato, una buena imagen es imprescindible para conseguir el triunfo electoral, además de todos los atributos señalados anteriormente referentes al liderazgo. Todo ello, a su vez, conlleva el refuerzo de un modelo de partido como el *catch-all party* donde el posicionamiento de centro se prefiere a las ideologías. Los atributos personales corresponden a un abanico de posibilidades, algunas comunes a muchos candidatos otras aceptadas por ser las del político que se ha elegido. De las características que podríamos considerar como comunes a todos los candidatos carismáticos destacamos: la confianza que inspira en el electorado, su identidad que le permite defender los intereses nacionales, la veracidad de

---

FREDIN, Eric. “Newspaper, Television and Political Reasoning”. En: *Public Opinion Quarterly*. Summer-1978, vol. 42, núm. 2.

<sup>77</sup> SARTORI, Giovanni *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus, 1998.

sus palabras, una cierta astucia política y la apariencia de bondad. Los demás atributos son las características personales de cada líder destacan desde el pragmatismo, el rigor, la inteligencia política, la elocuencia, la claridad en los objetivos, la confianza en si mismo, la clarividencia, la jovialidad, el sentido del humor y como no, la imagen, las formas, la compostura, la gestualidad. No obstante, la relación tan estrecha entre carisma y lo genuino hace que ese aspecto diferenciado de cada líder se convierta en una característica carismática. Se busca lo genuino, lo propio lo que le acerca a la identidad nacional y a la vez la crea la construye con sus propias formas. Podríamos afirmar que el éxito político es directamente proporcional a la detentación de estas características, ellas aseguran el éxito del candidato. La teoría del carisma nos permite por lo tanto avanzar en el análisis del *Political Leadership*, son las características, que descubrimos al analizar el carisma del candidato, quienes nos dan luz acerca de la propia definición de lo carismático.

Sin duda el político es a los ojos del electorado un símbolo más de la nación, representa a este elemento cada vez más importante de la identidad nacional, ante la crisis del estado-nación y el surgimiento de las estructuras supranacionales. El público debe identificarse con él, con sus maneras de hombre corriente pero a la vez educado. Lo desenfadado, el sentido del humor, la relajación de las formas aproxima el personaje a su público. Cabe matizar, que esta forma de actuar es más propia del carisma de cargo, es decir una vez se ha accedido al cargo político, esto permite la relajación y el acercamiento, éste se puede conseguir de distintas maneras, a través de mítines, con sentido del humor.

Respecto a la capacidad socializadora de la televisión cabe destacar que para escoger un programa político primero hay que tener un interés al respecto, debe estar

---

<sup>78</sup> Sartori incluso afirma que del *homo prensilis* se ha pasado al *homo digitalis*. *Ibíd.*

dirigida por los padres o educadores. Además, la observación de las noticias es muchas veces, únicamente, una mera observación de aquello que hacen los poderosos los privilegiados que por sus dotes son dignos de aparecer en la pantalla, símbolo de la elite y el éxito social. La verdadera socialización política no es la del telespectador sino la del actor político, aquel que participa en las instituciones democráticas con ética y convicción. Como señala Salvador Giner la tarea de elaborar una pedagogía política para la era mediática está enteramente por hacer en su intento de construir la *virtud cívica*.<sup>79</sup>

Con referencia a la hipótesis mencionada de Almond y Vera cabe matizar que su estudio acerca de los medios fue efectuado en 1963. En esa década la relación de los ciudadanos con la política y con la televisión era distinta a la de los años 90. La percepción de los medios ha variado, hay una menor credulidad, por ejemplo después de la Guerra del Golfo donde se transmitieron imágenes que no se correspondían con los hechos allí acaecidos. Por otra parte, en la comunicación política tanto de miembros de partidos políticos como de ONGs, organizaciones marginales o antisistema asistimos a una mayor difusión de sus ideas y de sus individuos por las posibilidades que ofrece internet. La navegación por la red hace posible superar las fronteras nacionales y mantener un contacto muy cercano con personas de cualquier parte del mundo, a excepción de la mayoría de pueblos del continente africano.<sup>80</sup> Internet facilita la internacionalización de los conflictos, los partidos y las personas proporcionando una mayor rapidez dan acceso a la información y a la comunicación.

Respecto a la *política emotivizada* de la que habla Sartori esta puede ser presente sin necesidad de una dependencia de la video-política, a través de mítines o en

---

<sup>79</sup> El concepto de *virtud cívica* o *civismo* consiste en respetar las leyes de la democracia y la capacidad de participación activa en la politeya. GINER, Salvador. “Cultura republicana y política del porvenir”. En: GINER Salvador. (coord.). *La cultura de la democracia: el futuro*. Barcelona: Ariel, 2000.



situaciones de euforia colectiva frente a cambios sociales importantes. No niego su afirmación pues la encuentro muy adecuada para entender la política italiana pero no es solamente en el ámbito de la televisión donde aparece la emotividad como un elemento intrínseco a la misma. La emotividad forma parte también de la política como lo es de los espectáculos teatrales o de los futbolísticos. Por otra parte, consideramos que es cierto el control del demos por parte de los medios de comunicación con su dominio del universo simbólico y del debate político, menguando la participación. Para terminar citar a Karl Popper quien afirmaba que una democracia no puede existir sino se controla la televisión. Es pues necesaria la pluralidad y la apertura de los medios a todos los públicos. Sartori describe una situación extrema, la tendencia o los peligros que la excesiva mediatización de la política podría acarrear en un futuro si bien hay al menos en Europa otros elementos como es la percepción de las políticas efectuadas por los gobiernos factores que se tienen también en cuenta a la hora de votar. No obstante, queremos destacar la importancia de la televisión, especialmente en su *manufactura del carisma*.<sup>81</sup> Hay un elemento que es la fascinación de la televisión, la confianza en la televisión, no necesariamente se debe estar mejor informado simplemente se confía se tiene fe en el candidato. Por una parte, nos colma de alegría la idea de haber superado el caciquismo pero nos sumerge en el pesimismo orweliano la idea de que el voto está determinado por la pequeña pantalla. Sin duda la televisión ha significado la aparición de un agente revolucionario en la política moderna.

El proceso de la construcción del liderato carismático surge, obviamente, de la existencia de un líder político. Éste para llegar a un mayor número de electores construye su liderato, se produce una manufactura del carisma, a través de asesores de

---

<sup>80</sup> CASTELLS, Manuel. *La era de la información*. 3 vol. Madrid: Alianza Editorial, 2001 [1998], pp.120-121.

imagen y de una racionalización, por parte del propio líder, de su actitud y talante político. Después, de esta operación de maquillaje político, a la que será sometido el líder en las distintas fases de su carrera política se produce su aparición en los medios, donde debe llegar al mayor número de ciudadanos-votantes, para, así, poder conseguir su confianza, lo que le permitirá crear su propio carisma político mediático.

### 9.3. Carisma político e identidad

La identidad es un concepto relacionado con el propio *yo* del individuo pero al mismo tiempo implica la interacción del individuo con la sociedad, es decir, podemos hablar de identidad colectiva. Éste no es un concepto cerrado sino que es un constructo en permanente diálogo entre el “yo” y la sociedad.<sup>82</sup> El individuo construye su identidad en sociedad, con su interacción con las relaciones laborales, familiares, los medios de comunicación, el consumo, el mercado laboral. En la modernidad recibe la influencia de una sociedad en continuo cambio, donde los efectos de la mundialización (cambios en las estructuras laborales, crisis del estado-nación, cambios en los modelos de familia, en la estructura demográfica) sumergen al individuo en un mundo cada vez más cambiante e incomprensible que dificulta la construcción de la propia identidad. En el proceso de modernidad avanzada el *yo* se encuentra cada vez más solo con relación a lo

---

<sup>81</sup> Noción desarrollada por Salvador Giner en GINER, S.; PÉREA YRUELA, Manuel. “La manufactura del carisma”. En : CASTILLA DEL PINO, Carlos. *Teoría del personaje*. Madrid: Alianza Universidad, 1989.

<sup>82</sup> Melucci nos describe la identidad adulta como la capacidad de producir nuevas identidades integrando el pasado con las elecciones posibles en el presente, en la propia historia de vida individual. Es decir, entiende la *identidad*, sobre todo, como la capacidad autónoma de producir y reconocer el propio *yo*. MELUCCI, Alberto. *The playing self. Person and meaning in the planetary society*. Cambridge: University Press: 1996.

mundial, Giddens nos afirma que la modernidad quiebra el marco de relación entre la pequeña comunidad y la tradición sustituyéndola por organizaciones más amplias.<sup>83</sup>

Vivimos en una sociedad donde no hay modelos y el individuo se sumerge con su toma de decisiones en un proceso de experimentación constante. A mi juicio, la dificultad en establecer relaciones comporta el sentimiento de vacuidad del *yo*, pero sobre todo, la crisis individual frente a la modernidad avanzada se basa en la incomprensión del propio destino, y cual es el sentido de la vida frente a un mundo que sólo ofrece consumo, y donde las aventuras, el riesgo y la solidaridad son formas a la vez de escapar y de construir el propio *yo* huyendo de los propios límites. Giddens nos recuerda que no podemos olvidar que la modernidad crea *diferencia, exclusión y marginalización*.<sup>84</sup> Castells destaca en su idea de construcción de la identidad europea, a la que considera del tipo *identidad proyecto*, la dificultad que comporta el rechazo de los ciudadanos de la diversificación cultural y, también, de las estructuras supranacionales ante el rechazo racista y xenófobo de los ciudadanos. Perrineau afirma que el electorado del Frente Nacional francés da igual importancia a la cuestión de la seguridad y la inmigración como al problema del paro,<sup>85</sup> por lo tanto un aumento de estos factores hace prever un aumento de actitudes racistas y de partidos que representen estos valores antidemocráticos. Para Castells es importante la relación que se está estableciendo entre la identidad local, con el mayor peso de las ciudades, y la identidad europea, la gente se moviliza entorno a su ciudad frente al proceso de mundialización. La identidad europea requerirá un programa de valores sociales y

---

<sup>83</sup> GIDDENS, Anthony. *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península, 1995 [1991], pp.48-50.

<sup>84</sup> *Ibid.*, p.14.

<sup>85</sup> PERRINEAU, Pascal. *Le symptôme Le Pen. Radiographie des électeurs du Front National*. France: Fayard, 1997, p.177.

objetivos institucionales que atraigan a una mayoría de ciudadanos sin excluir a nadie en principio.<sup>86</sup>

Esta dificultad de la modernidad de encontrar la propia identidad es un factor que fortalece el *Political Leadership*, y, muy especialmente, el liderazgo carismático. El líder político carismático consigue simbolizar el Mesías moderno o “Mesías civil” ayuda a discernir y a dilucidar que actitudes y acciones son convenientes tomar, con su discurso aporta luz para la comprensión de la sociedad (decisiones económicas, actitudes políticas), aporta claridad de ideas, en definitiva, facilita la toma de decisiones. Para que el líder político pueda desarrollar esta función es necesario que sus seguidores depositen en él su confianza. El carisma político es pues sinónimo de confianza en el líder.

Con respecto a la identidad del propio líder, su propio *yo* es un elemento clave en la construcción de su imagen pública y en su actuación política pues es en su propia genuinidad donde residirá la originalidad de su carisma, en otras palabras, el carisma está configurado por distintos aspectos (discurso político, gestualidad, imagen, capacidad comunicativa) estas características pueden ser optimizados y sus “defectos” maquillados a través de los asesores con el fin de transmitir una imagen reconocible y aceptada por el sector más amplio posible de ciudadanos-votantes, todo el electorado de centro sienta que comparte una identidad con el líder político.<sup>87</sup> Sin embargo, cabe destacar que hay un elemento genuino en cada uno de nosotros, que, en el caso de los políticos, se reconoce después de largo tiempo de vida pública, de aparición en los medios de comunicación y que puede finalmente ser percibido y aceptado por sectores amplios de

---

<sup>86</sup> CASTELLS, Manuel. *La era de la información*. 3 vol. Madrid: Alianza Editorial, 2001, pp.375-403.

<sup>87</sup> Según Melucci se produce una tensión y un desfase entre la definición que damos de nosotros mismos y el reconocimiento de los otros. En este sentido trabajan los asesores de imagen intentando reforzar en el candidato los aspectos que desean reconocer los electores para que se produzca una mayor identificación con el líder. MELUCCI, Alberto *The playing self. Person and meaning in the planetary society*. Cambridge: Cambridge University Press, 1996. p.32-33

la población. Se produce pues una relación afectiva e identitaria en la que los seguidores valoran humanamente el líder político, recibe muestras de afecto, en mayor o menor grado y según el bagaje cultural de los electores de uno u otro tipo. Estas pueden ir desde el aplauso, hasta cogerle o tocarle las manos y el cuerpo. Los seguidores incluso pueden no lavarse para mantener esa “transmisión energética” ese don, esa muestra de afecto. Asimismo, pueden acercarle las criaturas, en una muestra de bendición de los pequeños y “santificación” de su figura.<sup>88</sup>

Coincido con Lindholm<sup>89</sup> al apuntar este autor la relación entre carisma y amor romántico, reconoce una fusión entre los amantes y destaca la pérdida de identidad individual tanto en el amor romántico como en el carisma. Está pues muy influido por la psicología de las masas, la idea de una fusión hipnótica del líder con las masas, una relación, en líneas generales, irracional.<sup>90</sup> Considero, por una parte, que la relación emotiva de atracción y fusión que se produce entre el público y los famosos (futbolistas, actores, cantantes) es una relación de admiración, trascendencia y gloria que puede provocar el llanto por la emoción que se siente al tratarse de seres admirados e idealizados a quienes se les otorga una aura carismática y simbolizan valores de trascendencia.<sup>91</sup> Por otra parte, entiendo que el *carisma de cargo*<sup>92</sup> puede convertirse en una forma de estimación hacia el líder político, a través del conocimiento de su persona, de su familiaridad después de tiempo de mandato y por tanto de aparición en

---

<sup>88</sup> Willner describe este tipo de actitudes hacia el líder turco Atatürk. WILLNER, Ann Ruth *Charismatic Political Leadership: a theory*. Princeton: Princeton University Press, 1968.

<sup>89</sup> LINDHOLM, Charles. *Charisma*. Barcelona: Gedisa, 1992, pp.244-251.

<sup>90</sup> Lindholm opta por la *emotividad*, su amor paradigmático es un amor freudiano de sensaciones sexuales reduccionistas de la pérdida del yo. El resultado es una visión del carisma en sociedad basado en una comunión del yo con los otros, una comunión que no ofrece razón pero da vitalidad. LYNCH, Owen. “Charisma”. En: *American Anthropologist*. Diciembre-1991, vol. 4, núm. 93, pp. 968-969.

<sup>91</sup> La sociedad occidental actual padece una falta de valores espirituales y trascendentes frente a la crisis de las religiones tradicionales y sus formas de manifestarse.

<sup>92</sup> Utilizaremos este término para referimos el carisma que comporta acceder a un cargo público en un sistema democrático o no. Es decir, la relación que se establece entre carisma y poder. Bradley demuestra en su estudio la importancia del poder para el mantenimiento del grupo, así pues, el carisma no es suficiente para la cohesión de un grupo. BRADLEY, Raymond Trevor. *Charisma and social structure. A Study of Love and Power, Wholeness and Transformation*. New York: ToExcel, 1999, pp. 269-270.

los medios, todo ello conlleva que se deposita en él confianza, se admire su aprendizaje, se acepte su mandato y se le respeta. Estas son algunas de las sensaciones que pueden favorecer este sentimiento de amor y de respeto, se produce pues una entrega desde la emotividad y, en cierta medida, desde la racionalidad.

En resumen, cada líder político tiene su propio carisma, su imagen se construye a través del propio público al que va dirigido, como hemos señalado en el apartado anterior, sin duda la imagen del líder es un elemento clave en la relación identitaria entre líder y seguidores. Esta construcción del carisma del líder es especialmente eficiente en campañas electorales, como ya señalábamos en apartados anteriores. No podemos sin embargo olvidar la importancia del carisma para proporcionar cohesión social. En un proceso de construcción de la paz será necesaria la aparición de un líder político, o mejor dicho, de líderes políticos que se muestren como hombres o mujeres de paz, de moderación y de uso de la racionalidad. La diferencia entre el líder político y el estadista, se basa en que el primero simplemente consigue una identidad con los valores, populares, nacionales del país, aspectos que favorecen el voto, y el segundo se basa en transmitir una imagen de bondad, seguridad y astucia y posee una proyección internacional, más allá de lo local o lo nacional.

Hay que destacar que se valora la bondad pero también la astucia política, pues es necesaria para poder conseguir logros políticos, especialmente en la alta política y la política internacional.<sup>93</sup> Sin duda, los valores de un liderazgo racional son más apreciados entre la clase política y entre sectores con cultura política, la población con pocos recursos para enfrentarse a la sociedad valorará un líder con una actitud más

---

<sup>93</sup> Arendt en su disertación sobre política y verdad destaca que siempre se vio la astucia política como necesaria para los logros políticos. Los individuos que a lo largo de la historia han hecho prevalecer la verdad fueron conscientes de las dificultades que acarrea porque interferían en el curso del mundo. Destaca la diferenciación entre verdad y opinión, se ha producido un desplazamiento entre la verdad racional y las distintas opiniones de los individuos. ARENDT, Hannah. *Entre el pasado y el futuro. Ocho ejercicios sobre la reflexión política*. Barcelona: Península, 1996, pp. 241 y 247.

beligerante y radical, sin miedo al enfrentamiento directo, con valores y actitudes más próximos a los suyos propios, es decir, que pueda identificarse con él y que sea su voz ante los problemas políticos. Por lo tanto consideramos que la capacidad de desdoblamiento del líder político entre pasión y razón son los garantes del éxito político. Sin duda, la simpatía, la elocuencia, ser ecuánime, eficiente o pragmático son algunos de los atributos políticos que favorecen u otorgan carisma, por ser considerados valores positivos y como tales respetados.

Queda por desarrollar un tercer elemento vinculado a la identidad el nacionalismo o la identidad nacional. Willner afirma que el nacimiento del líder carismático puede entenderse como el resultado de la debilidad del liderazgo nacional y una pérdida de confianza en el sistema de partidos. Estoy de acuerdo con Willner en el sentido que el nacionalismo es un elemento intrínseco a todos los pueblos, la reivindicación de la identidad nacional<sup>94</sup> y también, las situaciones de crisis estructurales necesitan fomentar la aparición de un líder carismático que sea capaz de catalizar todas las necesidades y sobre todo la defensa de los intereses nacionales. En la modernidad la nación se transforma en un elemento simbólico comunitario que refuerza las posibles deficiencias de pérdida de lazos y vínculos en el ámbito local (comunidad de vecinos, asociaciones, relaciones familiares) en las sociedades occidentales. Si bien existen lazos e identidad local, a partir de los noventa asistimos a una recuperación de las organizaciones como las ONGs que trabajan desde el ámbito local hasta el internacional, asociaciones lúdicas, participación en instituciones, por ejemplo, la asistencia a los plenos de los Ayuntamientos, como una forma de reafirmación de lo local, lo cercano, lo propio o lo identitario frente al proceso de mundialización. La identidad local y la identidad nacional también se reafirman ante la mundialización de la

economía, la política y la cultura. El nacionalismo se convierte en un elemento reivindicativo<sup>95</sup> para defender y existir en un mundo cada vez más dirigido desde las élites. El nacionalismo alimenta el carisma porque es una forma de incidir en las diferencias, en la propia identidad.

Un ejemplo de que el carisma está muy relacionado con los aspectos de identidad nacional y el nacionalismo lo tenemos en el caso de Ronald Reagan quien era un líder carismático en Estados Unidos transmitía una imagen de identidad americana “genuinamente americano”. Sin embargo, sus políticas eran duramente criticadas desde Europa y no se confiaba en absoluto en su imagen que se relacionaba con el hecho de haber sido actor y sus dotes de interpretación. Su sentido del humor tampoco conectaba con la población europea más preocupada por las consecuencias de su mandato con la carrera armamentística y ante las tensiones Este-Oeste que de sus sonrisas. Por ejemplo, en el caso de Gandhi acercarse a la tradición le ayudó a manufacturar su carisma. Los hindúes percibieron que la cobardía, pasividad y debilidad que les atribuían los británicos formaba parte de la esencia de su cultura o identidad.<sup>96</sup> Gandhi representaba los valores de la sociedad tradicional india. Por otra parte, el concepto de India como una nación espiritual formulado en el siglo XIX y principios del XX por Dayanand, Vivekananda, Tagore, Aurobindo y Gandhi tuvo un papel importante en la construcción de la identidad nacional India y en su camino por conseguir un lugar en el mundo.<sup>97</sup> El líder político carismático tiene la capacidad de conectar con el electorado, con el ciudadano medio, sus palabras, sus ademanes son reconocibles como propios del grupo al que representa.

---

<sup>94</sup> La reivindicación de la identidad nacional significa que sectores excluidos puedan acceder a la vida política y propone la reforma de la formas de decisión. GUIBERNAU, Montserrat. *Los nacionalismos*. Barcelona: Ariel, 1996. (Ariel Ciencia Política).

<sup>95</sup> Concepto del nacionalismo que debo a Salvador Giner en una de las entrevistas mantenidas.

<sup>96</sup> RUDOLPH, Susanne Hoerber ; RUDOLPH, Lloyd I. *Gandhi: The Traditional Roots of Charisma*. Chicago: University of Chicago Press, 1983 [1967].

<sup>97</sup> *Ibid.*, p. 62.



Próximo al nacionalismo y lo que a su vez podemos definir como una forma de carisma encontramos el populismo, aspecto que desarrollaremos en el siguiente apartado.<sup>98</sup> Para mucha gente la única visión de la que disponen para acercarse a los líderes es el universo simbólico: las imágenes, la gestualidad, sus discursos. Hay una identificación y una emulación del líder carismático, pues, a su vez, el líder es la proyección simbólica de un ideal.<sup>99</sup> La representatividad del líder político no siempre se produce por unas ideas, cada vez más personales con la crisis de las ideologías, sino por aquellas promesas en el orden de las políticas públicas, y sobre todo por la identificación de la persona “como uno de los nuestros” por lo tanto nos representará debidamente, más allá incluso de la imagen del líder, su simbología se basa en aspectos culturales y nacionales. El líder político carismático tiene, comparte, una misma identidad con sus seguidores y ello favorece la adquisición de carisma.

#### **9.4. Carisma político y populismo**

La estrecha relación entre las manifestaciones carismáticas y los movimientos populistas han hecho que considere el populismo como una forma de carisma en regímenes no democráticos del Tercer Mundo y con especial difusión en Latinoamérica. A mi entender no se puede definir el populismo de los años 30 y 40 del s. XX en la Argentina de Juan Perón, como un régimen de izquierdas por el hecho de adoptar políticas populares. Castañeda describe y sitúa el populismo “a la derecha de la izquierda” para él la tendencia populista pertenece solamente a la izquierda del espectro

---

<sup>98</sup> MADSEN, Douglas & SNOW, Peter G. *The Charismatic Bond. Political Behavior in Time of Crisis*. Harvard University Press, 1991. Estos autores entienden el populismo como un tipo de carisma y analizan el liderazgo de Perón a partir de estas líneas teóricas.

<sup>99</sup> MARTÍN ARRANZ, Raúl. “El liderazgo carismático en el contexto del estudio del liderazgo”. En: ÁLVAREZ JUNCO, J. ; CASTRO ALFÍN, D. *Populismo, caudillaje y discurso demagógico*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Siglo XXI, 1987, p. 84. (Monografías, 93).

político.<sup>100</sup> Sin embargo, Alistair Hennessy advierte del miedo de los aliados después de la Segunda Guerra Mundial pues habían derrotado el fascismo en Europa pero éste rejuvenecía en Latinoamérica con Perón y sus simpatías hacia los fascistas bolivianos y españoles.<sup>101</sup> El considerar el régimen de Perón de fascista, o no, ha suscitado un debate académico. Si bien, el *justicialismo*, el nombre de la ideología de Perón, indicaba una tercera posición frente al individualismo capitalista y al colectivismo comunista la mayoría de autores coinciden en calificarlo de fascista, si se quiere de “*fascismo de izquierdas*”.<sup>102</sup>

Moscoso en su tesis sobre el populismo propone una revisión teórica del término donde se encuentran tres marcos teóricos, el estructural-funcionalista, el desarrollista y las teorías evasivas<sup>103</sup>, Sagrario Torres presenta el populismo en Latinoamérica englobado en tres teorías “1) Populismo y modernización; 2) populismo y marxismo y 3) populismo y nacionalismo.”<sup>104</sup> Torres se adscribe a dos de estas corrientes, por un lado, simpatiza con las teorías de Cardoso y Faletto de carácter “desarrollista” ya que analiza el populismo desde una óptica económica y lo entiende como un “fenómeno de paso”, un periodo de transición, inevitable en el camino hacia la plena industrialización y por otro lado, parece participar del *populismo y nacionalismo*. La relación entre populismo e identidad la abordaremos más adelante de la mano de M<sup>a</sup> Antonietta Confalonieri quien ha analizado el tema a través del pujadismo francés y de la Lega

---

<sup>100</sup> CASTAÑEDA, Jorge G. *La utopía desarmada*. Madrid: Ariel, 1993. (Ariel, 129)

<sup>101</sup> HENNESSY, Alistair. “Fascism and Populism in Latin America”. En: LAQUEUR, Walter. *Fascism a reader's guide*. Cambridge: Cambridge University Press, 1991 [1976].

<sup>102</sup> Paul L. Lewis en su estudio concluye que el peronismo es un ejemplo de gobierno fascista siguiendo las características del fascismo expuestas en su análisis. A su vez, encuentra muchos puntos en común entre el peronismo y el gobierno fascista de Mussolini en Italia. LEWIS, Paul H. “Was Perón a Fascist? An Inquiry into the Nature of Fascism”. En: *The Journal of Politics*. 1980, vol. 42, pp. 242-256.

<sup>103</sup> MOSCOSO, Carlos Manuel. *EL populismo como ideología en América Latina*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 1989.

<sup>104</sup> TORRES BALLESTEROS, Sagrario. “El populismo un concepto escurridizo”. En: ÁLVAREZ JUNCO, J.; CASTRO ALFÍN, D. *Populismo, caudillaje y discurso demagógico*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Siglo XXI, 1987. (Monografías, 93).

Norte de Bossi en Italia. Sagrario Torres por su parte sitúa el nacionalismo en un contexto afro-asiático como un elemento que surge en el contexto de la descolonización (Gandhi, Nehru) primero como un nacionalismo de elites i después popular para homogeneizar la población parte de valores tradicionales, mientras que los nuevos valores son consecuencia de la modernización.<sup>105</sup> El populismo es, además, una forma de gobierno existente en la actualidad otro ejemplo lo tenemos con Hugo Chávez en Venezuela.

La distinción entre los conceptos de populismo y carisma no es una delimitación nítida. Un líder populista sin duda es un líder carismático pues ejerce una manipulación sobre las masas exaltadas por su presencia, posee multitud de seguidores, como fue el caso de Perón. No obstante, a mi entender no podemos calificar a Perón de líder democrático a pesar de que fuera elegido Presidente, ya que controló desde el estado, la banca, los seguros, los transportes y algunas actividades industriales y comerciales. Asimismo, rehusó las relaciones con Francia y Gran Bretaña mientras aceptaba nazis fugitivos. Eva Duarte, su esposa, consiguió por medio de la difusión radiofónica fomentar su imagen popular, sacarlo de la cárcel y conseguir su elección como Presidente.

La definición de populismo puede ser la de un movimiento político que se basa en la movilización de un gran número de personas, es decir, de masas a partir de la retórica de un contenido fundamentalmente emocional y autoafirmativo centrado entorno de la idea de pueblo. En los movimientos populistas el líder juega un papel muy importante, sus virtudes son la honestidad, la fuerza y estar vinculado con las masas por una relación mística. Shils plantea el populismo como una consecuencia de la tensión existente entre metrópolis y provincia. Stewart, por su parte, lo verá como uno de los problemas que plantea la modernización. El populismo deriva de la tensión existente

---

<sup>105</sup> Ibid., pp. 175-176.

entre los sectores más avanzados y los más atrasados del país. Para que se de será necesaria la aparición de ideas relacionadas con la sociedad industrializada y su respuesta será el populismo.<sup>106</sup>

El populismo al igual que el carisma se encuentra, pues, a la derecha y a la izquierda del espectro político,<sup>107</sup> su color dependerá de las políticas que desarrolle y de las alianzas que establezca. Encontramos populismo desde Perón hasta el poujadismo francés y la Lega Norte de Bossi.<sup>108</sup> Confalonieri compara el *Movement Poujade* francés y la Lega Norte italiana aunque sean movimientos distintos : el primero representa la resistencia a la modernización de los sectores proletarizados periféricos en su llamada a una Francia Imperial y corporativa y, la Lega es “postnacional” y “post-estado social” pero tiene en común que ambos pueden ser considerados partidos de protesta antifiscales. En términos de la tesis del “colonialismo interno”son movimientos nacionalistas. Si bien, en el poujadismo el nacionalismo ocupa una posición marginal, la Liga y el *Movement Poujade* tienen en común el modelo organizativo. Se trata de partidos carismáticos, en los cuales el fundador es la fuente de la ideología y de la línea política, y concentra el poder organizativo. Según Torres el populismo se reduce a convocar al pueblo entorno a un líder sin ningún contenido ideológico.<sup>109</sup> El carisma actúa como elemento de legitimación del liderato y del partido u oligarquía que representa. En cualquier caso hay actos públicos, manifestaciones donde se demuestra el apoyo a los líderes, y se siguen sus mandatos ya sea a través de la televisión o desde un

---

<sup>106</sup> Ibid.

<sup>107</sup> Castañeda afirma que el populismo se encuentra *a la derecha de la izquierda...la tendencia nacional. populista pertenece sin duda a la izquierda del espectro político*. No coincido con esta afirmación tan rotunda. En primer lugar, los gobiernos populistas iberoamericanos de los treinta y cuarenta del pasado siglo no formaban parte del ideario de la izquierda en aquel momento, el mismo califica a Perón de *mussolinista*. Castañeda, Jorge. *La utopía desarmada*. Madrid: Ariel, 1993. (Ariel, 129)

<sup>108</sup> CONFALONIERI, M<sup>a</sup> Antonietta. “Identità, Interessi e carisma nei movimenti populistici: la Lega Nord e il Poujadismo”. En : *Quaderni di Scienza politica*. Abril-1997, vol.4, núm.1, pp.53-83.

<sup>109</sup> TORRES BALLESTEROS, Sagrario. “El populismo un concepto escurridizo”. En: ÁLVAREZ JUNCO, J.; CASTRO ALFÍN, D. *Populismo, caudillaje y discurso demagógico*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Siglo XXI, 1987. (Monografías, 93).

balcón o tarima pública. El populismo es una forma de carisma donde predomina la implementación de políticas dirigidas a favorecer a los sectores empobrecidos de la sociedad a la vez que se mantienen los privilegios de las elites del país. En esta combinación radica la dificultad para situar el color político del populismo.

Confalonieri destaca la relación entre populismo e identidad, el populismo genera una producción simbólica que define la identidad y la ideología pragmática del movimiento a través de la oposición pueblo-oligarquía. El populismo es un discurso político “anti-”, uno de los tratos distintivos del populismo individual en literatura es el antiparlamentarismo. El poujadismo y la Lega están en contra la “oligarquía parlamentaria” que habría expropiado al pueblo de la soberanía. El poujadismo se inserta en la tradición nacionalista francesa y se coloca en posiciones radicales enfrente del antieuropeismo y de los partidarios de la Argelia francesa. Pujade es un “De Gaulle” de los pobres. El etno-nacionalismo de Bossi se basa en un trato distintivo de la cultura y sobre todo en la virtud económica, se basa en la ética del trabajo, una mezcla de calvinismo y moral católica que representa el patrimonio, junto con el liberalismo democrático, el individualismo y el municipalismo del pueblo de la Italia del Norte. El mito del empresario es una figura que goza de mucha legitimación entre los ciudadanos.<sup>110</sup>

Una característica de los movimientos populistas es la tendencia a desarrollar un modelo tipo carismático. En el populismo es central la exaltación del pueblo y la relación “inmediata” entre el pueblo y el movimiento, Bourricaud ha notado una tendencia paradójicamente elitista. La idea de una clase de “contacto místico” del líder

---

<sup>110</sup> CONFALONIERI, M<sup>a</sup> Antonietta. “Identità, Interessi e carisma nei movimenti populistici: la Lega Nord e il Poujadismo”. En: *Quaderni di Scienza politica*. Abril-1997, vol. 4, núm. 1, pp. 53-83.

con el pueblo es característico del populismo y congenia con el liderazgo carismático, Perón, por ejemplo, fue considerado por los argentinos más que un líder, un santo.<sup>111</sup>

Los partidos populistas tienden a asumir el formato del partido carismático, éste consiste en una compenetración exclusiva entre el líder y la identidad organizativa del partido. Tanto la Lega como el poujadismo pueden ser considerados partidos carismáticos: el líder fundador controla la identidad del partido y centraliza la autoridad en la organización, afianzado en una clase de “aristocracia carismática”.<sup>112</sup>

Por un lado, hay una tendencia intrínseca del populismo hacia el carisma. Por otro lado, el liderazgo carismático se caracteriza por la estructura vertical del poder organizativo que contrasta con el aspecto central de la ideología populista que establece una oposición entre pueblo-oligarquía, o sea, el anti-elitismo.<sup>113</sup> La estrategia del líder son las cualidades del hombre común. Las virtudes cotidianas del pueblo son desplegadas en el líder de forma extraordinaria para poder realizar su misión. La estrategia en la construcción del líder tiende a representarlo como un “hombre común” donde lo extraordinario reside en la cualidad que describe el pueblo, se establece una mitología del líder. Un tipo de identificación de la masa con el líder es sentirse similar al líder. Otro aspecto es que el líder posee cualidades que la gente querría tener. Perón en sus discursos públicos situaba su persona al mismo nivel que los trabajadores con frases como: “Vosotros estáis sucios y yo estoy sucio. Estamos sucios juntos”, además, bebía con los obreros en los suburbios, a la vez que su futura mujer hacía un programa de radio (*Hacia un futuro mejor*) en el que proyectaba la figura de Perón como la del superhombre Latino.<sup>114</sup>

---

<sup>111</sup> MADSEN, Douglas; SNOW, Peter G. *The Charismatic Bond. Political Behavior in Time of Crisis*. London: Harvard University Press, 1991, p. 149.

<sup>112</sup> CONFALONIERI, M<sup>a</sup> Antonietta. “Identità, Interessi e carisma nei movimenti populistici: la Lega Nord e il Poujadismo”. En : *Quaderni di Scienza politica*. Abril-1997, vol. 4, núm.1, pp.53-83.

<sup>113</sup> Ibid., p. 77.

<sup>114</sup> MADSEN, Douglass; SNOW, Peter G. *The Charismatic Bond. Political Behavior in Time of Crisis*. London: Harvard University Press, 1991.

Recogiendo lo más importante, el carisma respecto al populismo enfatiza la relación de dependencia de los seguidores hacia el líder político quien suscita emociones, actitudes pasionales en sus seguidores, al mismo tiempo, el líder político dirige las reflexiones del electorado, sus razonamientos y sus actitudes a través de sus mandatos y llamadas. Las actitudes de la masa de seguidores que aclaman su líder se ven templadas, en ocasiones, por el propio líder político, frente a un público que aclama su líder. En definitiva, el populismo es una manifestación del carisma, es una forma de carisma que posee sus propias estructuras e ideologías.

Madsen y Snow analizan el peronismo a partir de la teoría del carisma. Establecen el “vínculo carismático” (*charismatic bond*) entre el líder y su gente en el momento en que Perón es encarcelado y las masas lo reclaman con un “fervor místico” en la Plaza de Mayo, en octubre de 1945. En un liderazgo carismático se puede establecer el momento en que se inicia el carisma, su duración es un aspecto más impredecible. La responsabilidad de mantener el apoyo de la clase trabajadora correspondió a su mujer Evita quien no tan sólo lo mantuvo sino que lo amplió, asimismo creó la sección femenina del Partido peronista y las mujeres pudieron votar a partir de las elecciones de 1951, su funeral en 1952 estuvo marcado por muestras de dolor y efusión del público como nunca antes se había visto.<sup>115</sup>. La trayectoria de Perón nos sirve de ejemplo para demostrarnos que el retroceso del carisma es posible, Perón tuvo que dejar el poder en 1955 a causa de un golpe de estado militar y esto supuso el anti-peronismo en los años sucesivos, por lo tanto podemos hablar de una manifiesta la pérdida o, mejor dicho un retroceso del carisma, puesto que nunca podemos estar seguros que la dispersión del carisma sea definitiva. El carisma puede difuminarse pero un líder carismático siempre puede resurgir de las cenizas, fue el caso de Perón quien volvió al poder al cabo de dieciocho años en 1973.

El oleaje carismático es difícil de predecir aunque podemos afirmar que el carisma surge o resurge: en el caso que ya se ha producido una rutinización del carisma y se ha dejado, por ejemplo el cargo político; en situaciones o contextos proclives al cambio social, transiciones, situaciones de crisis estructurales, por ejemplo, en el caso de Perón fue importante para desarrollar su carisma la importancia de la crisis especialmente económica, entre 1938 y 1944 la economía se colapsó.<sup>116</sup> El carisma depende de cómo se ajustan los atributos del líder con una masa desesperada de seguidores, el líder en este caso se convierte en un redentor, un salvador, la eficacia sin duda es importante para la creación del lazo carismático. Entonces, encontramos un misticismo alrededor de su figura. Según Madsen y Snow el movimiento carismático surge ante el éxito. Ésta es según los autores la creencia de Weber cuando pasa la crisis los seguidores recobran el aliento y su sentido de la eficacia, sin embargo, siempre queda un residuo estructural del periodo carismático, como ejemplo, a pesar de haber pasado años después de la muerte de Perón, tenemos el peronismo. Éste permanece en el centro de la política argentina.<sup>117</sup>

### **9.5. El carisma político en la democracia pluralista**

Norberto Bobbio distingue entre *democracia ideal* y *democracia real*, pone el acento en que se debe investigar sobre la *democracia real* pues define la praxis política. Uno de los aspectos de la democracia que destaca es el “poder invisible”, mecanismos y personas que actúan en democracia de forma corrupta. Otro aspecto a destacar es la necesidad de la “responsabilidad política”, que responde al término inglés *accountability*. El ciudadano debe comprender que tiene derecho a pedir

---

<sup>115</sup> Ibid., pp. 51-54.

<sup>116</sup> Ibid., p. 100.



responsabilidades en quienes ha depositado su confianza política, en otras palabras, en quienes son sus representantes. Esto nos lleva a un tercer elemento: la educación para la ciudadanía, es necesario educar para la democracia. Bobbio defiende una *cultura participante* frente a la *apatía política*. Asimismo, expone los valores que debe mantener la democracia, valores que son sus cimientos: la tolerancia; la no-violencia; la renovación gradual de la sociedad a través del debate libre de las ideas y la fraternidad, es decir, compartir un destino común, formar una sociedad común.<sup>118</sup> Nuestro objetivo es analizar como se muestra el carisma en la democracia occidental actual. El modelo de democracia a seguir es el de la democracia representativa.

Existen multitud de razones para hacer una valoración crítica de los distintos modelos de democracia. Para muchas personas la política es sinónimo de fraude, hipocresía y engaño. Aún y así se debe confiar en la política. La democracia está integrada por dos procesos, por un lado, es necesaria la reforma del poder del estado y, por otro, la reestructuración de la sociedad civil. Por otra parte, se debe garantizar la autonomía de los políticos para que estos puedan tomar sus decisiones al margen de las presiones del capital, así como, limitar o delimitar la forma de acción del estado y de la sociedad civil.

Destaca como importante el derecho a la participación política, si bien el derecho no comporta obligación. El derecho a participar debe ser entendido como una acción voluntaria que beneficia a todos y que ayuda a construir y mejorar la sociedad en que vivimos. El orden político no se alcanza hoy en día a través del sistema de valores en común, o por el respeto a la autoridad del estado, es el resultado de una interacción compleja entre instituciones y estado. A mi entender un elemento importante para la reorganización del país de las actitudes y los valores es la relación carismática entre

---

<sup>117</sup> Ibid., p. 133.

<sup>118</sup> BOBBIO, Norberto. *El futuro de la democracia*. Esplugues de Llobregat: Plaza & Janés, 1985.

ciudadanos y los máximos representantes del estado Presidentes, Monarcas, así como, la comunidad científica, los alcaldes, que a distintos niveles consiguen reorientar las actitudes y acciones sociales de los individuos al conseguir su participación y aceptación de proyectos, propuesta. El carisma se convierte como definió y destacó Shils en una capacidad de ordenar la sociedad. Es una forma de conseguir la implicación de la ciudadanía sin imposiciones. No se puede pretender imponer los deberes a los ciudadanos a golpe de decreto.

La palabra carisma nos remite inmediatamente al fascismo y sobre todo a Hitler. El carisma de los años treinta estuvo al servicio de los totalitarismos, el culto a la personalidad de Stalin y los fascismos de Hitler y Mussolini.<sup>119</sup> El apoyo del pueblo alemán solamente se puede entender por la situación de crisis y los aspectos psicológicos de las masas que hemos descrito en el capítulo 5. Hitler accedió al poder gracias al apoyo del Presidente de la República Hindenburg. Kershaw considera que su acceso a la cancillería del Reich se hubiese podido evitar permitiendo disolver el Reichstag a Schleicher con lo cual el desarrollo del partido nazi no hubiera sido el mismo.<sup>120</sup> Nadie podía prever hasta donde serían capaces de llegar los fascismos, entre otros motivos, faltaba la experiencia histórica al respecto. Sin duda la manipulación y exacerbación de las masas al servicio de los fascismos es el lado más oscuro del carisma.

A lo largo del siglo XX nos encontramos el carisma de grandes líderes democráticos innovadores del s. XX, como De Gaulle, mencionado más arriba, Adenauer o Kennedy. Primero fue la difusión de los discursos radiofónicos de Roosevelt durante la Segunda Guerra Mundial, los debates televisivos de Kennedy en la

---

<sup>119</sup> Juan Francisco Fuentes describe la gran capacidad histriónica de Mussolini para gestualizar y actuar de forma teatral frente a las multitudes. En oposición a la inexpresividad y frialdad de Stalin y el histerismo de Hitler que lo llevaba casi al trance. FUENTES, Juan Francisco. "Mussolini. El lenguaje del cuerpo, el lenguaje del poder". En: *Claves de razón práctica*. Octubre-2001, núm. 116, pp. 44-49.

década de 1960, las sonrisas televisivas de Reagan en la década de 1980 y el arrepentimiento público de Clinton por el proceso de *impeachment* de 1999.

El Carisma en democracia está muy vinculado a los objetivos y consecuciones políticas, pero también a la manipulación política, a la manufactura (maquillaje político, venta de una imagen personal acorde con los tiempos y las sensibilidades, escenografía política) aspectos difíciles de detectar y que envuelven el producto mediático en que se ha ido convirtiendo el liderazgo político.

El carisma en democracia está lejos de las formas y maneras de adoración y sumisión a los líderes. Éste se plasma con relaciones de aprobación de las ideas en los mítines políticos, en el diálogo a través de organizaciones, en los plenos municipales, en las asociaciones vecinales. Lejos de talantes autoritarios refleja una forma de comunicación que si bien implica una entrega, en muchas ocasiones, mandatos televisivos, la creencia en los eslóganes en las campañas electorales; también es una forma de conseguir la participación, gracias al prestigio, al anhelo de la relación con los poderosos, lejos de la imposición y autoritarismo que connota la palabra deber.

David Held destaca el crecimiento de los grupos de presión los *lobbies* que dificultan la relación que debe existir entre los ciudadanos-votantes y sus representantes. En este marco de interacción entre los actores políticos, los ciudadanos, los agentes económicos y los estados que describe Held debemos intentar conocer el papel jugado por el carisma. Éste configura un halo trascendental a las instituciones y a sus líderes políticos, a pesar de las dificultades y la desconfianza en la política que hemos apuntado más arriba. Los políticos carismáticos, especialmente, el carisma de cargo su imagen y sus personas permanecen al margen de la corrupción se les atribuye un halo y una posición trascendente que los acerca al universo de lo sagrado y de lo divino. El carisma legitima las instituciones democráticas, caeríamos en un simplismo si intentásemos

---

<sup>120</sup> Véase KERSHAW, Ian. *Hitler 1889-1936*. Barcelona: Península Altaya, 1999, p .421.

reducir su legitimación a valores irracionales y emotivos, estos existen pues la propia naturaleza trascendental y emotiva del carisma lo comporta pero obedece al análisis de la imagen y las acciones de los personajes carismáticos. ¿Qué sentido tendría la manufactura del carisma que hemos expuesto si no fuera necesario transmitir una imagen correcta que favorezca el surgimiento y mantenimiento de la relación carismática?

Debajo de la relación carismática se esconden elementos de racionalidad, basados a menudo, en el análisis inconsciente de las actitudes, el comportamiento, y la propia admiración que produce aceptación pero también crítica. El carisma en las democracias occidentales legitima popularmente las instituciones, sus representantes y contribuye a establecer diferenciaciones entre los distintos estratos sociales con mayor influencia, mayor acceso a la cultura, contribuye a la creación de centros de poder. La tendencia a una mayor cultura política y a una participación democrática entre la población favorece a la racionalización del carisma en los sistemas democráticos actuales.

El carisma es sin duda una forma de intentar conseguir el máximo número de votos a través de métodos electorales permitidos como el maquillaje político y la utilización de asesores de imagen. En pocas palabras la tarea de los asesores de imagen consiste en decidir que cualidades del candidato se deben proyectar y cuales eliminar.<sup>121</sup> Maurice Duverger expone las distintas estrategias utilizadas dentro de los partidos políticos para conseguir imponer un candidato. Por ejemplo; los *bosses* norteamericanos son los encargados de fabricar una elección y pueden llegar hasta el escrutinio puesto que no siempre se realizan en boletas secretas, a veces, las manipulaciones llegan al mismo escrutinio. Lo más corriente son las manipulaciones

---

<sup>121</sup> NIMMO, Dan. "Political Image Makers and the Mass Media". En: *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Septiembre-1976, núm. 427, pp. 33-44.

psicológicas de los votantes, la utilización de líderes de opinión, personajes públicos con gran popularidad que apoyan a los candidatos oficiales y consiguen el voto de indecisos.<sup>122</sup> Acerca del sistema de elección Punnett<sup>123</sup> destaca que los detalles en el sistema de elección son decisivos en determinar el líder elegido. Los dos líderes más destacados del Partido Conservador inglés: Wiston Churchill y Margaret Thatcher se duda que hubiesen sido elegidos con distintos sistemas de elección. Thatcher fue elegida con un reglamento electoral que acababan de adaptar.

La forma de elección de los líderes se ha analizado pero sin duda el reconocimiento de actitudes y características consideradas carismáticas es un elemento a tener en cuenta en el proceso de elección de los líderes de los partidos políticos occidentales. En un estudio sobre la elección de los líderes en México Ai Camp<sup>124</sup> advierte que la forma como se selecciona y quién los seleccionará son aspectos poco conocidos y controvertidos entre los científicos sociales del caso mexicano. Lo más importante a destacar es que los elegidos tienen las mismas características y actitudes similares a las suyas; es más, quienes promueven carreras políticas controlan el ingreso a las mismas, es, pues, un sistema cerrado donde la popularidad tiene poco que ver. Yo consideraría en este caso que la elección es un sistema poco democrático y en absoluto plural. Otro requisito de los líderes mexicanos y generalizables a las democracias occidentales es el nivel de educación universitaria de los líderes. Otro elemento característico de la política mexicana, y más concretamente del P.R.I., es la creación de la camarilla. El personalismo está ejemplaridad por la camarilla o grupo político, un

---

<sup>122</sup> DUVERGER, Maurice. *Los partidos políticos*. México: Fondo de Cultura Económica, 1994 [1951].

<sup>123</sup> PUNNETT, R.M. *Selecting Party Leader. Britain in Comparative Perspective*. New York: Harvester Wheatsheaf, 1992.

<sup>124</sup> AI CAMP, Roderic. *Los líderes políticos de México. Su educación y reclutamiento*. México: Fondo de Cultura Económica, 1980.

grupo personal que se fundamenta en las lealtades políticas y que se une tanto por razones emotivas como pragmáticas.<sup>125</sup>

Juan Linz<sup>126</sup> argumenta que la existencia de un liderazgo fuerte no es incompatible con sistemas parlamentarios, además hay una cierta convergencia entre los sistemas parlamentarios y los presidencialistas pues mayoritariamente en las democracias se vota a un líder que pueda gobernar y se retira el apoyo de aquellos partidos que no tienen un líder atractivo. Linz se basa en la experiencia de España para elaborar su teoría. Este autor afirma que con la ayuda del voto útil y la importancia de la televisión se permite reforzar el presidencialismo en la política contemporánea. Los líderes efectúan las llamadas a la población a través de los medios, sobre todo, de la televisión Arendt Lijphart<sup>127</sup> coincide con Linz en que *la rigidez y el inmovilismo son las debilidades más serias del presidencialismo*, sin duda un líder debe ser como afirma Gardner *renovador*, flexible y adaptable;<sup>128</sup> yo añadiría modernizador y transformador con capacidad de llegar a amplios sectores de la población, ser popular y representativo del país que lidera y promover canales de participación y crítica política.

Weber consideró que la única democracia plebiscitaria se daba en Gran Bretaña y EE.UU. En definitiva se corresponde a un sistema donde se premia el presidencialismo, sistemas mayoritarios o presidencialistas. Luciano Cavalli recoge estas ideas de Weber, Ostrogorski, en que el líder debe jugar un papel importante. Los sistemas democráticos, especialmente el americano, a lo largo del siglo XX han ido incorporando las distintas innovaciones mediáticas para difundir el liderazgo y crear el

---

<sup>125</sup> Ibid.

<sup>126</sup> LINZ, Juan. "Democracia: Presidencialismo o Parlamentarismo ¿Hay alguna diferencia?". En: LIJPHART, Arendt ; LINZ, Juan. *Hacia una democracia moderna la opción parlamentaria*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile, 1990.

<sup>127</sup> LIJPHART, Arendt. "Presidencialismo y democracia de mayorías". En: LIJPHART, Arendt ; LINZ, Juan. *Hacia una democracia moderna la opción parlamentaria*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile, 1990.

<sup>128</sup> GARDNER, John W. *El liderazgo*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano, 1991. (Colección Estudios Políticos y Sociales).

carisma de los líderes. Arthur Schweitzer divide principalmente su obra sobre el carisma político en dos apartados: el carisma democrático y el carisma en dictadura, como más adelante detallaremos. El carisma democrático se efectúa con el reconocimiento de sus seguidores, en democracia los seguidores dan su consentimiento al líder democrático, en cierta manera lo legitiman. Así, el liderazgo carismático en democracia viene limitado por los propios electores. Los ciudadanos-votantes dan su consentimiento a un líder en democracia. Dentro de la democracia distingue entre la *Democracia pluralista* y la *Democracia personalista*. La diferencia entre ambas estriba en que la primera no genera una tendencia hacia un líder carismático, ya que no genera emociones estas son pasivas o racionales y responden al eslogan de diferentes candidatos. El caso es totalmente contrario en la *Democracia personalista* donde se activan las emociones de las masas y los candidatos se seleccionan en función de simpatías personales y sociales.<sup>129</sup> Luciano Cavalli ha distinguido entre *democracia acéfala* o *democracia sin líder* y la *democracia con liderazgo* a la que llama también *democracia autocéfala con liderazgo personalizado*. La primera considera que ha producido fragmentación y fractura llevando a la guerra civil. En el proceso de racionalización la *democracia acéfala* representa el momento degenerativo (para no decir simplemente negativo) del desarrollo propio de la esfera política, el único sentido válido para Weber es la democracia plebiscitaria, o sea con un líder efectivo (*Führer democratie*).<sup>130</sup> La democracia acéfala propia de la segunda y tercera República Francesa o de la democrática italiana de hoy (antes de Berlusconi) se caracteriza por la lógica de la dispersión del poder político

---

<sup>129</sup> No estoy de acuerdo en algunos aspectos de la obra de Schweitzer pues tiende a una teorización excesiva que más que detallar el análisis lo dificulta. Por ejemplo, considera que Kennedy no es un “Gigante carismático” por su temprana muerte, en vez de destacar que su muerte lo convirtió en uno de los mitos norteamericanos del s. XX. Otro ejemplo lo tenemos con Ronald Reagan a quien no lo sitúa en la posición adecuada en su tipología, puesto que lo considera tan solo un *Charismatic Luminary* y no un *Charismatic Giant*. Más que una tipología del carisma efectúa una tipología del liderazgo. SCHWEITZER, Arthur. *The Age of Charisma*. Chicago: Nelson Hall, 1984.

<sup>130</sup> CAVALLI, Luciano. *Il capo carismatico*. Chicago: Il Mulino, 1981.

como del poder de *sottogoverno*.<sup>131</sup> Para Cavalli el desarrollo de la *democracia con el líder* se da en un contexto de modernización. El líder del ejecutivo es elegido directamente por el pueblo a partir de un pacto de *confianza-responsabilidad* que hace que mantenga y verifique el consenso popular. Desde los media, especialmente la televisión, el líder tiene un contacto directo con el electorado. Sin embargo, Cavalli parece no tener en cuenta el simplismo y la comodidad de delegar las responsabilidades y las ideas en un líder, sin lugar a dudas el liderazgo de las élites políticas cumple un papel importante para el desarrollo de la democracia pero debe producirse una articulación mayor entre los grupos de ciudadanos participantes con deberes y derechos en el sistema y sus representantes políticos, el contacto, por otra parte, no es interactivo sino dominante por parte de los líderes que controlan los media y se muestran con toda su majestuosidad. En Conclusión, el liderazgo es un elemento importante en la política pero la mayor importancia radica en las ideas y los proyectos políticos, en la capacidad de gestionarlos y llevarlos a término donde tendrá un rol importantísimo el líder político, pero ello no debe llevarnos a olvidar la importancia de la participación ciudadana y de la creación de canales sociales que permitan el diálogo, la participación y la crítica de todos los sectores de la sociedad.

### **9.5.1. Las transiciones democráticas**

Todos los autores, y yo misma, coinciden en afirmar que el carisma surge en épocas de crisis social, cambios políticos y guerras. Robert Tucker<sup>132</sup> cree inevitable el carisma político en situaciones de transición democrática. E.H. Erikson<sup>133</sup> considera que hay situaciones donde la gente aparece “hambrienta de carisma”. Está imagen tan gráfica de

---

<sup>131</sup> Ibid.

<sup>132</sup> TUCKER, Robert. “The Theory of Charismatic Leadership”. En: *Daedalus*. 1968, vol. 97.



Erikson intenta reflejar la predisposición y el entusiasmo hacia las reformas sociales anheladas, el líder político se convierte en el político renovador, el cabeza visible y el guía hacia la renovación del sistema político. El líder carismático es alguien que ofrece salvación, noción que destaca Tal Howard en su artículo y que considero muy importante para comprender la dimensión religiosa del carisma político. El líder es visto como el salvador, el redentor que viene a proclamar y a conducir al pueblo hacia un nuevo destino. Magrit Eichler, citada por Howard<sup>134</sup>, destaca que hay dos tipos de líderes carismáticos los profetas y los salvadores, y argumenta que los salvadores a menudo siguen a los profetas. La correspondencia bíblica la encontraríamos en la figura de Jesús y de Pablo.

El liderazgo carismático aparece en la transformación o el cambio de sistemas políticos con mayor incidencia. Desde finales de los ochenta con el derrumbamiento de los países del Este asistimos también a la aparición de líderes carismáticos en estos países. ¿Es necesario el carisma político? Sin duda en los períodos de transición el liderazgo carismático ayuda a legitimar el nuevo sistema, los líderes representan y dirigen a la población en períodos de convulsión y desconcierto. Tienen la labor de conseguir el consenso tanto de las instituciones, como entre las antiguas elites dictatoriales y, también, entre la población. Podemos decir que el carisma en este caso es beneficioso pues ayuda a consolidar la democracia. La falta de cultura política y de desconocimiento sobre el nuevo sistema político democrático favorece la aparición de un líder carismático. La población se encuentra deseosa de cambios y el líder político es visto como el salvador<sup>135</sup> de la nación o estado, el guía a seguir. A su alrededor se concentran multitud de seguidores que lo ensalzan y lo bendicen, lo santifican, intentan

---

<sup>133</sup> Véase el artículo de Tucker. Ibid.

<sup>134</sup> HOWARD, Tal. "Charisma and History: The Case of Münster, Westphalia, 1534-1535". En: *Essays in History*. 1993, vol. 35.

<sup>135</sup> Ibid.

tocar sus manos, y acercarse al contacto físico. Todo ello con actitudes propias de devociones y alabanzas religiosas, o de exaltación frente a los ídolos del rock, o los mitos cinematográficos. La faceta de misión o profecía, en otras palabras, su carácter mesiánico es menos frecuente entre los líderes de sistemas democráticos y aparece claramente en los totalitarismos con Hitler, Mussolini y el comunista Lenin en aras de cuya misión se creen con el derecho de efectuar cualquier atrocidad.

El líder político carismático a su vez facilita los contactos con los países occidentales que tutelan estos cambios nacionales, en la actualidad, por ejemplo, la Unión Europea. La legitimidad carismática y el momento histórico les permite transformar la sociedad pero a su vez limitar los acontecimientos y actitudes que considere impropios. La ambigüedad y ambivalencia de la vida social, concepto desarrollado por George Simmel,<sup>136</sup> está presente en el líder carismático muy especialmente en su faceta de transformador, “revolucionario” pero a su vez limita las actitudes desmesuradas o inapropiadas, en períodos de convulsión social como las transiciones democráticas donde hay población que se resiste a los cambios y, otra que desearía ampliarlos. A todo ella hay que añadir la falta de cultura democrática, como ya he mencionado en el apartado anterior.

La Contribución de los líderes políticos de la Europa del Sur en las transiciones políticas ha sido muy importante, como señala Gianfranco Pasquino. Este autor constata que los líderes políticos empezaron en los regímenes autoritarios y mantuvieron sus posiciones durante las transiciones. La única excepción es el liderazgo de Felipe González que empezó su dimensión pública un año antes del fin de la dictadura franquista. Son especialmente importantes los líderes políticos durante las transiciones porque pueden dar respuesta a la ansiedad y desconcierto colectivo. Los líderes carismáticos, señala Pasquino, son la mejor respuesta puesto que hay una necesidad del

liderazgo político tanto en el proceso de transición como en el de consolidación democrática.<sup>137</sup>

El carisma político, según Guenther Roth,<sup>138</sup> aparece en momentos de profundo cambio histórico. En la década de los cincuenta y sesenta el estudio del carisma ha estado impregnado en el estudio de nuevos estados y de su sociedad. El primer requisito teórico para el estudio del carisma es la existencia de una crisis de legitimidad. Todos los nuevos estados han salido de tal crisis. Otros solamente su gobierno es una forma de dominio personal y sufren una crisis endémica de legitimidad pública.<sup>139</sup> Francia con De Gaulle ha estado un ejemplo importante de un dominio carismático nacional. El autor llama a los líderes carismáticos *virtuosos* esa cualidad excepcional (agilidad mental, inteligencia, clarividencia) que tienen al afrontar los avatares históricos. La Presidencia de los EE.UU. muestra, por ejemplo, una mezcla de elementos legales-racionales y tradicionales con los carismáticos, lo que nos permite distinguir entre el *carisma del cargo* y las características personales carismáticas. En la actualidad, asistimos a un momento histórico de profundo cambio con los efectos de la mundialización, cambios tecnológicos, culturales, revolución demográfica. Por un lado, continuaran existiendo procesos de transición política hacia la democracia entre los países del llamado Tercer Mundo, como el que se está produciendo en Marruecos, el Perú y, en un futuro, esperemos no muy lejano, entre países como Birmania o Afganistán.

---

<sup>136</sup> GINER, Salvador. *Historia del pensamiento social*. Barcelona: Ariel, 1994 [1967]. (Ariel Historia).

<sup>137</sup> PASQUINO, Gianfranco. "Political Leadership in Southern Europe: Research Problems". En: *West European Politics*. pp. 118-130.

<sup>138</sup> ROTH, Guenther. "I Virtuosi e la Contro-cultura. Sull'utilità tipologica del concetto di *carisma*". En: *Rassegna Italiana di Sociologia*. 1973, núm. 3, pp. 431-452.

"Charismatic Community, Charisma of Reason and the Counterculture". En : *American Sociological Review*. Abril-1975, vol. 40, núm. 2, pp. 148-157.

<sup>139</sup> Ibid.

El carisma, según el estudio de Michael Kimmel<sup>140</sup> sobre la revolución iraní, es consecuencia y a su vez causa revolucionaria. El carisma del Ayatollah fue más experimentado entre los pobres urbanos y los tradicionales bazaristas. Estos grupos son históricamente proclives a los líderes carismáticos, formando las bases de muchos movimientos mesiánicos y carismáticos. Proporcionó la sombrilla que albergó y aglutinó la oposición al Shah. En el Islam Shiita había una tradición carismática, mientras que en el Islam Sunnita hay una tradición burocrática. Considero, y el caso de la revolución iraní es un ejemplo, que el nacionalismo puede ser un aspecto de la ideología del líder carismático, pero también forma parte del carisma en sí puesto que el líder carismático defiende o representa una identidad, se convierte en un símbolo más de la nación y su actitud social, moral y política marca las directrices a seguir.

Respecto a la figura de De Gaulle para Sara Gentile<sup>141</sup> es uno de los líderes políticos que posee un fuerte e indiscutible carisma, encarna de manera importante el poder carismático. Con él se abre el tema del presidencialismo como una posible solución a la inestabilidad de los gobiernos en regímenes parlamentarios. En Italia se han presentado problemas similares al caso francés del paso de la IV a la V República que tuvo a De Gaulle como artífice del cambio institucional. Gentile destaca la importancia del universo simbólico alrededor del carisma, yo añadiría mítico. Los conceptos clave más representativos de la política y el pensamiento político de De Gaulle para Gentile son: patria, Francia, nación, pueblo, estado (jefe de estado). La patria es el lugar según De Gaulle donde solo pueden concentrarse valores positivos, son los franceses.

---

<sup>140</sup> KIMMEL, Michael. “*New Prophets and Old Ideals: Charisma and Tradition in Iranian Revolution*”. En: *Social Compass*. 1989, vol. 36, núm. 4, pp. 493-510.

<sup>141</sup> GENTIL, Sara. “La costruzione del carisma: per un’interpretazione della leadership di De Gaulle”. En: *Teoria política*. 1997, vol. XIII, núm. 3, pp. 121-152.

Un aspecto que ha suscitado enorme polémica alrededor del concepto de carisma es el término rutinización elaborado por Weber. La idea de rutinización del carisma ha sido criticada por distintos autores por considerarlo un concepto opuesto a la propia idea de carisma.<sup>142</sup> Podemos hablar, pues, de la existencia de un debate alrededor del concepto de rutinización del carisma de Weber. Anthony Piepe, por ejemplo, marca una distinción entre carisma y rutinización del carisma. Piepe considera distinta la burocratización y la institucionalización con la idea de rutinización del carisma puesto que la idea de carisma tiene características asociadas con la supervivencia de lo mágico y lo extraordinario en las estructuras sociales. Además, la rutinización del carisma contiene formas de inestabilidad y de cambio que no se encuentran en otros tipos de autoridad y por lo tanto envuelve distintos tipos de legitimación y de control social. De todas formas, Piepe considera que la rutinización es esencialmente un compromiso entre el carisma como fuente de legitimidad y el consecuente conjunto de normas institucionales.<sup>143</sup>

La rutinización puede aplicarse sin ninguna duda al carisma en democracia, una vez el líder político ha accedido al cargo se produce una rutinización de su carisma que se corresponde con su mandato. Los términos carisma y rutinización, pues, no son opuestos pues parten de la evolución o desarrollo del carisma del líder político, en primer lugar como candidato y después como mandatario. En otras palabras, creo que la rutinización describe como se desarrolla el carisma del cargo, tal vez la palabra rutinización proyecta una imagen demasiado estática y contundente asociada a un concepto, el carisma, que presupone la ausencia de tedio o de monotonía, de ruptura con la cotidianidad. Podríamos hablar del desarrollo del carisma o de posibles

---

<sup>142</sup> Aspecto destacado por FRIEDRICH, Carl. *Man and His Government: An Empirical Theory of Politics*. New York, 1964 y citado en TUCKER, Robert. "The Theory of Charismatic Leadership". En: *Daedalus: An Academy of Arts and Sciences*, 1968, vol. 97.

transformaciones del carisma pero en cualquier caso es necesario destacar la idea de estabilidad en el cargo, de permanencia durante un período de tiempo, que en el caso de cada legislatura ya se desarrollará con detalle. Así pues, considero importante establecer una conexión desde los orígenes de la actuación política del líder y su triunfo con el acceso a cargos ya que estamos hablando de una misma persona. Dogan<sup>144</sup> sostiene que un verdadero líder carismático no suele tener sucesor carismático inmediato, por lo menos en democracia. A no ser que su heredero pertenezca a otro partido político. Después de un gran líder será difícil que surja inmediatamente otro. Es acertado matizar la dificultad de la emergencia de un liderazgo carismático después de un período de predominio de un líder carismático, de entrega a un mandatario, de admiración de sus características personales y de su labor política. Es difícil girar alrededor de otra estrella política en un corto período de tiempo. No obstante, es posible puesto que el carisma tiende a racionalizarse, si el líder se le considera excepcional, si impacta con su imagen puede ser carismático. Tampoco debemos olvidar la manipulación del carisma por medio de los medios y de los asesores capaces de crear el escenario idóneo y el aura que envuelve y embauca a los ciudadanos-votantes.

El carisma no puede ser una forma de legitimación del liderato en los sistemas democráticos. La legitimidad la deben dar las urnas, en todo caso las organizaciones y las asociaciones pueden incidir en el carisma. Por otro lado, en la rutinización se encuentran elementos carismáticos. En el análisis histórico el carisma aporta claridad, comprensión a la dinámica de los hechos si bien eso no significa que no se deban narrar con detalle los acontecimientos, no debe porque estar reñido con la crónica ni con la causalidad o el desencadenamiento de los acontecimientos. El concepto de carisma nos

---

<sup>143</sup> PIEPE, Anthony. "Charisma and the Sacred. A Reevaluation". En: *Pacific Sociological Review*. 1971, vol. 14.

<sup>144</sup> DOGAN, Mattei. "Le Personnel politique et la personnalité charismatique". En: *Revue Française Social*. 1965, vol. VI, núm. 3, pp. 305-324

describe esa legitimidad de la multitud y a su vez debe aportar luz para interesarnos en el análisis del liderazgo político y de los acontecimientos sociales. Nos facilita el análisis de las características personales del líder y el contexto social en que se desarrolla. Discrepo totalmente con afirmaciones como las de Howard, quien considera el análisis carismático un simplismo, un recurso que encubre los detalles históricos.<sup>145</sup> Sin duda el carisma es un concepto difícil de plasmar y por lo tanto de definir. Sin embargo, un líder se le puede calificar de carismático y a su vez describir muchos otros atributos políticos, inmersos en esa percepción carismática difícil de delimitar que se resiste a la racionalidad. Sin duda, a un líder se le puede considerar carismático pero a su vez describir que elementos, características o situaciones le han otorgado carisma. Por ejemplo, Felipe González ha sido y es un líder carismático pero podemos atribuirle muchas otras características personales que han configurado e incentivado su carisma (pragmatismo político, clarividencia, inteligencia, capacidad de oratoria, ambigüedad, persuasión política, agilidad mental).<sup>146</sup>

Por otra parte, Howard plantea la confrontación entre la historia y la sociología, pues la historia se está convirtiendo, a su juicio, en una ciencia auxiliar de la sociología. Este planteamiento me parece inadecuado lo relevante es la complementariedad en el análisis de lo social, y el intento de arropar una mayor comprensión al respecto. Es precisamente la teoría la que debe funcionar como instrumento para una mejor interpretación de la historia y la narración del detalle histórico. Es un elemento más que nos acerca a la complejidad y comprensión de los acontecimientos históricos en definitiva sociales.

---

<sup>145</sup> HOWARD, Tal. "Charisma and History: The Case of Münster, Westphalia, 1534-1535". En: *Essays in History*. Published by the Corcoran Department of History at the University of Virginia. 1993, vol. 35.

<sup>146</sup> Información obtenida en las entrevistas mantenidas con Joan Raventós el 3 de noviembre de 1998 y con Raimón Obiols el 3 de setiembre de 1999.

Otro autor, Roth, destaca la vulgarización del término y el simplismo en que éste ha caído. Aspecto que hemos abordado en el apartado de banalización del concepto de carisma. Para él la utilización del término carisma es muchas veces solamente un atributo pomposo para indicar la cualidad fotogénica y la atracción personal de un candidato político, especialmente entre las mujeres y los jóvenes.<sup>147</sup> Para los estudiosos la mayor dificultad no recae solamente en la vulgarización del término sino en su simplificación tipológica, que mencionábamos más arriba razón por la cual propongo esta indagación en las dimensiones y polisemia del término carisma.

## 9. 6. El liderazgo carismático como catalizador de movimientos sociales

En este apartado nuestro objetivo no es el análisis de los movimientos sociales sino su relación con el liderato carismático. Un movimiento social, en cierta medida, es una forma de manifestación carismática. Si seguimos la definición de Joachim Raschke:

*Movimiento social es un agente colectivo movilizador, que persigue el objetivo de provocar, impedir o anular un cambio social fundamental, obrando para ello con cierta continuidad, un alto nivel de integración simbólica y un nivel bajo de especificación de roles, y valiéndose de roles de formas de acción y organización variables.*<sup>148</sup>

Los movimientos sociales son sensibles a las necesidades de cambios estructurales de la sociedad, son protagonizados por sectores de la población que se ven enormemente desfavorecidos por las políticas existentes. Alrededor de estas manifestaciones sociales surge el liderato o liderazgos carismáticos, individuos que con

---

<sup>147</sup> Este aspecto de la importancia del atractivo personal y físico en el carisma fue destacado por Ernest Lluch al referirse al liderazgo político de Felipe González. Entrevista mantenida el 21 de mayo de 1997.

<sup>148</sup> Definición de Joachim Raschke citada en RIECHMANN, Jorge; FERNÁNDEZ BUEY, Francisco **Redes que dan libertad. Introducción a los nuevos movimientos sociales**. Barcelona: Ediciones Paidós, 1995. (Paidós estado y sociedad).



su discurso y acciones son capaces de catalizar el descontento colectivo y a su vez ofrecen acciones colectivas a seguir.<sup>149</sup>

Sobre todo en la modernidad avanzada con la dificultad de comprensión de los fenómenos sociales y el hermetismo de los sindicatos donde prevalece más su relación con los gobiernos que la oposición; los movimientos altamente reivindicativos surgen, pues, al margen del sistema de partidos. La mundialización de la sociedad ha ocasionado por una parte la aparición de movimientos sociales de protesta con líderes carismáticos visibles como es el caso de José Bové en Francia o el “subcomandante” Marcos en México quienes han liderado protestas en contra de la mundialización de la economía y el respeto de las minorías, respectivamente. Paradójicamente, la mundialización de la economía también supone el acercamiento de pueblos y culturas favoreciendo a la comunicación entre distintos movimientos sociales y reuniendo a sus líderes para proporcionarles apoyo mutuo. Es el caso de los dos líderes anteriormente mencionados.

En lo que a José Bové se refiere éste se ha convertido en bandera del campesinado francés, un sector ya históricamente acostumbrado a las protestas y revueltas sociales. Bové en febrero del 2001 se enfrentaba al séptimo proceso en tres años, por el secuestro y “retención” de tres funcionarios del Ministerio de Agricultura en **marzo de 1999**, fue una acción simbólica en protesta por la aceptación de los Ministros de Agricultura europeos de las órdenes de la O.M.C. (Organización Mundial

---

<sup>149</sup> El profeta legitima su autoridad, tanto para Max Weber como para Pierre Bourdieu, por su capacidad de movilizar al grupo de laicos. Sin embargo, mientras Weber los llama *los dominados, los adeptos* y su autoridad está legitimada por la cualidades extraordinarias, sobrehumanas o sobrenaturales y por su comunicación de carácter emotivo, para Bourdieu, el profeta para existir, para mantenerse debe cumplir la función de catalizador de las ideas e intereses del grupo y esto debe mostrarlo con su discurso, aquí podemos observar influencias de pensadores como Saussure y Lévi-Strauss. BOURDIEU, Pierre. “Une interprétation de la théorie de la religion selon Max Weber”. En: *Archives européennes de sociologie*. 12-1971, núm. 1

“Penser la politique”. En : *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. 1988, vol. 3, núm. 71-72.

del Comercio). Bové es miembro y cofundador de la Confederación Agraria (C.P.) en 1987, que cuenta con unos 40.000 miembros. En 1989 junto con nueve personas acometieron al desmontaje de un restaurante McDonald's después que EE.UU. había aumentado las tasas contra 60 productos del Viejo Continente por la prohibición desde Europa de comprarles. La C.P. pone en primer término el enfrentamiento entre dos tipos de agricultura una de industrial y una de artesanal encarnada por el queso roquefort (la denominación de origen más antigua). Bové tuvo un amplio eco entre la población por sus acciones pero también por su elocuencia, contó con el apoyo de unos 10.000 antimundialistas que organizaron durante el Carnaval del 2000 diez carrozas donde los granos de arena simbolizaban detener la maquinaria del Imperio.<sup>150</sup> Bové es consciente de la ilegalidad de sus actos pero los considera legítimos porque pide justicia.<sup>151</sup>

Otra situación de protesta generalizada que podía haber generado líderes carismáticos, si no hubiera estado canalizada por la Iglesia, fue el encierro de inmigrantes pakistaníes en las Iglesias del Rabal de Barcelona durante dos meses desde finales de enero del 2001<sup>152</sup> o las protestas por el Plan Hidrológico del Ebro en las comarcas de la Ribera d'Ebre y el Baix Camp por el proyecto de trasvase de dicho río. La protesta va más allá del simple trasvase pues son las zonas más pobres y con menos infraestructuras de Cataluña.

Otro personaje que ha sido clave para liderar el movimiento indígena de Chiapas hasta llevar las reivindicaciones indígenas de la Sierra Lacandona a la Asamblea Mexicana, más allá de la plaza el Zócalo, ha sido el subcomandante Marcos. Marcos utilizó su imagen de hombre encapuchado para omitir su ascendencia no indígena, así

---

<sup>150</sup> *El País*. 16 de febrero de 2001. *La Vanguardia* silencia el proceso contra Bové y el movimiento social anti-mundialización que lidera, en cambio hay muchos artículos acerca del problema de las vacas locas.

<sup>151</sup> Argumentos de Bové en la página de internet de una organización de Michigan: SEMCOSH (Southeast Michigan Coalition on Occupational Safety and Health) y de Euro XXI.com

solo con la profundidad de su mirada y utilizando un lenguaje lleno de metáforas, emulando la estructura del lenguaje indígena, lideró el movimiento de Chiapas. La lectura del manifiesto por la comandante Esther el 28 de Marzo de 2001 ante el Congreso de la Unión fue una actuación racional de Marcos como todo el proceso de construcción de su liderazgo. En esta última acción consiguió restar protagonismo a su persona y dar fuerza a las reivindicaciones colectivas. El colectivo se vio representado de forma simbólica por las mujeres y su capacidad de procrear, transmitir cultura y de velar por la paz.

El carisma asociado a los movimientos sociales es pues un factor que puede poner en duda la eficacia de las políticas democráticas y sobre todo presiona a los gobiernos para conseguir mejoras concretas y estructurales.<sup>153</sup> Estos colectivos llevan sus reivindicaciones al límite y se oponen al *Establiment* político con acciones contundentes, sin llegar a actos sangrientos pero sí violentos. Sin duda el lado oscuro del carisma es la posibilidad de manipular y radicalizar en exceso las protestas de los movimientos sociales; el carisma es pues un elemento que favorece el cambio pero no desde las instituciones democráticas sino desde asociaciones que cuestionan el sistema y emprenden acciones en contra de las decisiones de los representantes políticos.

## 9.7. Carisma y Género

Mi objetivo en este apartado no es efectuar un análisis en profundidad del carisma de género, soy consciente de la envergadura y la amplitud de la dimensión

---

<sup>152</sup> *La Vanguardia*. 14 de febrero de 2001.

<sup>153</sup> Un ejemplo lo tenemos en el encierro de emigrantes pakistaníes en huelga de hambre en las iglesias de Barcelona durante los meses de febrero y marzo del 2001 y que finalmente lograron conseguir los papeles de residencia.

carismática de género, razón por la cual me propongo a grandes trazos delimitar algunas líneas a seguir en su análisis. Considero que las mismas características del *Political Leadership* y del carisma político que aplicamos a los hombres podrían en teoría ser aplicadas a las mujeres. Su tradición política es escasa en Occidente, puesto que sus reivindicaciones como colectivo se remontan a los dos últimos siglos, si bien, hay que destacar su labor individual, la acción política de las mujeres está relacionada desde la Edad Media con la monarquía y por lo tanto con una labor de continuidad de los intereses familiares.<sup>154</sup> La política ha sido un ámbito reservado a los hombres durante siglos y esto ha dificultado y dificulta la paridad política. El rol de las mujeres ha estado relegado al cuidado del hogar, al ámbito doméstico, con incursiones en el mundo laboral para ayudar al mantenimiento de la familia o por necesidad. La clase dominante ha mantenido a las mujeres apartadas del poder político y relegadas a la esfera doméstica.

Sin duda las mujeres pueden adquirir una actitud reivindicativa, retórica y todas aquellas características que consideramos carismáticas. Las mujeres pueden convertirse en líderes carismáticos y por lo tanto ser objeto de admiración y de confianza por parte tanto de seguidores masculinos como femeninos.<sup>155</sup> Por otro lado, hay mujeres que desarrollan su tarea política desde las elites del país, por ejemplo, en México las mujeres

---

<sup>154</sup> En la Edad Moderna destaca la figura política femenina de Isabel I de Inglaterra (1558-1603) quien durante su largo reinado consiguió una gran reputación. Su propia propaganda, el Culto de Gloriana, la coincidencia con la época de Shakespeare y la derrota de la Armada española enviada por Felipe II (1588) son algunos de los aspectos que contribuyeron a su admiración y popularidad. MORGAN, Kenneth O. (ed.). *The Oxford Illustrated History of Britain*. Oxford : Oxford University Press, 1997 [1984], pp. 264-285.

<sup>155</sup> Dos casos de líderes carismáticos son la guatemalteca Rigoberta Menchú, Premio Nobel de la Paz de 1992 y en Asia “La Reina de los Bandidos”, la diputada india Phoolan Devi militante del Samajwadi Party. Rigoberta Menchú fue el símbolo de la resistencia de todos los pueblos indígenas de Guatemala, el asesinato de su hermano de 16 años a manos de unos terratenientes y el compromiso de su padre Vicente Menchú y de los vecinos de su comunidad contribuyó a su toma de compromiso que sobre todo se desarrolló después de la muerte de su padre (1980) en la Embajada española en Guatemala.

Devi no renegó de su pasado como miembro de una banda criminal que aterrorizaba a los campesinos del estado de Madhya Pradesh en la India de los años ochenta. Este grupo la había secuestrado cuando Devi huía de la violencia de su marido. Fue violada colectivamente y posteriormente encarcelada durante once años acusada de 22 asesinatos. A partir de su liberación en 1994 fundó una organización en defensa de las mujeres y los oprimidos y después militó en el Samajwadi Party. Fue asesinada el 25 de julio de 2001 en Nueva Delhi.

cultas en los años setenta habían contribuido poco a cambiar el sistema político autoritario que beneficiaba a las clases medias y altas del país. Las mujeres al igual que los hombres han aceptado los roles de la cultura política dominante.<sup>156</sup>

La inteligencia y la seguridad en sí mismas serán valores que destacarán en la sociedad occidental para que las mujeres puedan ser aceptadas, tengan, en definitiva, carisma político.<sup>157</sup> Sin duda el contexto histórico, el cambio en la emancipación de la mujer a partir de los sesenta y ochenta del s. XX han abierto, no sin dificultad, la posibilidad que las mujeres puedan acceder a la elite política y al liderazgo compartiendo su vida pública con su vida privada. En las democracias occidentales en la década de los ochenta destacó como líder político femenino Margaret Thatcher quien fue primer ministro de la Gran Bretaña desde mayo de 1979 hasta noviembre de 1990. Sin embargo, a finales de los ochenta, las investigaciones de género pusieron de manifiesto la poca participación femenina en el proceso de toma de decisiones políticas, económicas y sociales en Europa ello conllevó la elaboración y posterior desarrollo del concepto de paridad.<sup>158</sup> Con la aprobación varonil, incluso se han establecido cuotas de participación de las mujeres en los partidos y discriminación positiva para el acceso a cargos políticos.<sup>159</sup> La Comunidad Europea empezó el debate sobre la necesidad de la

---

<sup>156</sup> CAMP, Roderic. "Women and Political Leadership in Mexico: A Comparative Study of Female and Male Political Elites". En: *The Journal of Politics*. Mayo-1979, vol. 41, núm. 2, pp. 417-441.

<sup>157</sup> Debemos ser conscientes de las dificultades de las mujeres intelectuales para imponer su discurso frente al dominio masculino, por ejemplo, en la teoría política hay contadas excepciones y siguen en el anonimato. ZERILLI, Linda M. G. "Machiavelli's Sisters. Women and *the Conversation of Political Theory*". En: *Political Theory*, Mayo-1991, vol. 19, núm. 2.

<sup>158</sup> VOGEL-POLSKY, Eliane. "Democracia paritaria en Europa". En: ROSSILLI, Mariagrazia (coord.). *Políticas de género en la Unión Europea*. Madrid: Narcea, 2001, p. 95.

<sup>159</sup> Las élites políticas mexicanas son reclutadas mayoritariamente, tanto hombres como mujeres (65%), de la Universidad Nacional de México, la mayoría por lo tanto tienen un título universitario. No obstante, las mujeres no han adquirido demasiado éxito en la vida pública. Una de las explicaciones de la falta de representatividad entre las líderes políticas femeninas puede explicarse por el hecho de que a menudo han sido reclutadas para representar organizaciones femeninas. CAMP, Roderic. "Women and Political Leadership in Mexico: A Comparative Study of Female and Male Political Elites". En: *The Journal of Politics*. Mayo-1979, vol. 41, núm. 2, pp. 417-441.

participación de las mujeres en la toma de decisiones en los años 90.<sup>160</sup> Finalmente, el Consejo de Ministros adoptó una Recomendación para la participación equilibrada entre mujeres y hombres.<sup>161</sup> Es necesario que la democracia se construya en base a la igualdad de géneros, ambos deben estar representados por igual en las instituciones y en el proceso de toma de decisiones.<sup>162</sup> Se ha llegado a la conclusión que en la Europa occidental las mujeres están infrarrepresentadas en los puestos de toma de decisiones. Los hombres muestran resistencias a que las mujeres participen en las élites políticas y a su vez, la mujer encuentra una mayor dificultad para poder combinar su vida privada con las exigencias de la vida pública.<sup>163</sup> Benazir Bhutto afirma que se muestra satisfecha de poder demostrar que una mujer puede compartir su vida familiar con su carrera obteniendo felicidad y superando los obstáculos tanto de la vida privada como de la vida política.<sup>164</sup>

Parece ser que hay una mayor tradición del liderazgo femenino en Asia, esto hace referencia a la autoridad tradicional de Weber. Por una parte, la mayoría de mujeres que han accedido a la política presidencial en Asia (Indira Gandhi,<sup>165</sup> Mrs

---

<sup>160</sup> VOGEL-POLSKY, Eliane. “Democracia paritaria en Europa”. En: ROSSILLI, Mariagrazia (coord.). *Políticas de género en la Unión Europea*. Madrid: Narcea, 2001, p. 97.

<sup>161</sup> Recomendación 96/694 del Consejo de Europa de 2 de diciembre de 1996. Ibid., p. 97. En el marco europeo de las políticas públicas para la igualdad de oportunidades, en España, se han desarrollado el I Plan de Igualdad de Oportunidades de las Mujeres (1988-1990) y el II Plan de Igualdad de Oportunidades de las Mujeres (1993-1995), el I PIOM y II PIOM. SENSAT, Núria; VARELLA, Reyes. “Las políticas dirigidas a las mujeres: la acción pública para la igualdad entre sexos”. En: GOMÀ, Ricard; SUBIRATS, Joan (ed.). *Políticas públicas en España. Contenidos, redes de actores y niveles de gobierno*. Barcelona: Ariel, 1998. (Ariel Ciencia Política).

<sup>162</sup> VOGEL-POLSKY, Eliane. “Democracia paritaria en Europa”. En: ROSSILLI, Mariagrazia (coord.). *Políticas de género en la Unión Europea*. Madrid: Narcea, 2001, p. 116.

<sup>163</sup> LOVENDUSKI, Joni. “Cambio en la representación política de las mujeres”. En: ROSSILLI, Mariagrazia (coord.). *Políticas de género en la Unión Europea*. Madrid: Narcea, 2001, p. 117.

<sup>164</sup> STERN, Geoffrey. *Leaders and Leadership*. London: London School of Economics, 1993.

<sup>165</sup> Fue consejera política de su padre, Nehru, llegó a la presidencia del Partido del Congreso en 1959. Primero fue ministra de información en el gabinete de Shastri y después primer ministro en 1966. En 1977 su popularidad y su partido sufrieron un grave retroceso que hizo que perdiese incluso su escaño en el parlamento, sin embargo, el 1980 volvió a ser primera ministra de la India. Su represión de las aspiraciones autonomistas y independentistas de los sikh le costó la vida pues fue asesinada por un miembro sikh de su propia escolta personal en octubre de 1984.

Bandaranaike,<sup>166</sup> Benazir Bhutto<sup>167</sup>) ha sido por tradición familiar. Benazir Bhutto expone que sin duda tuvo dificultades y reticencias para acceder al poder, pero, en su caso, como simbolizaba la figura de su padre, Ali Bhutto, pudo invocar a la población a su favor en aras de completar la misión que su padre había empezado.<sup>168</sup> Las mujeres parecen asumir el poder y el protagonismo político frente a situaciones de dificultades familiares, ante la ausencia de las figuras masculinas del propio grupo familiar, asesinatos, guerras, represión, transformaciones de la cotidianidad. Otro ejemplo lo tenemos en la birmana Aung San Suu Kyi quien ganó el Premio Nobel de la Paz en 1991 por su oposición al régimen dictatorial birmano desde 1988.<sup>169</sup> Por otra parte, hay sectas en la India donde la feminidad es un valor aceptado y valorado. Se valoran las cualidades femeninas en los hombres. Incluso la homosexualidad parece ser menos importante en la India.<sup>170</sup> Así, pues al parecer hay una mayor tendencia cultural a aceptar al liderazgo de las mujeres en Asia.

En Europa Shils<sup>171</sup> destacó el carisma del acto de coronación de la Reina Isabel II de Inglaterra el 2 de Junio de 1953 como un acto donde se demostró un gran

---

<sup>166</sup> Sirimavo Ratwatte Bandaranaike después del asesinato de su marido, Primer Ministro de Sri Lanka, accedió al liderato del Partido de la Libertad. Mrs Bandaranaike ganó las elecciones de 1960 y estuvo en el poder hasta 1965 ocupando el cargo de Primer Ministro. Volvió a gobernar a principios de los setenta hasta 1977, fecha en que fue derrotada por el Partido de la Unión Nacional quien la acusó de abusos de autoridad y corrupción. En 1980 se le privó de sus derechos políticos y se le volvieron a reconocer en 1986. En 1994 se convirtió en Primer Ministro como consecuencia del acceso a la presidencia de su hija Chandrika Bandaranaike Kumaratunga cargo que dejó por razones de salud en agosto del 2000.

<sup>167</sup> Hija del líder político pakistaní Ali Bhutto, quien fue depuesto del gobierno por el ejército en 1977 y posteriormente ejecutado. Benazir Bhutto vivió en arresto domiciliario desde 1977 a 1984. De regreso a su país en 1988 ocupó el cargo de primer ministro del que fue destituida en 1990. Volvió a ser primer ministro del Pakistán desde 1993 a 1996 pero en 1997 perdió las elecciones.

Benazir Buttho es uno de los exponentes de la tradición del liderato femenino en el Sur de Asia, como la Sr. Gandhi en la India o la Sra. Bandaranaike en Sri Lanka. En su caso entró en política por la trágica muerte de su padre, pero a su vez reconoce que la admiración de su padre por Nehru y el hecho que su hija Indira pudiese llegar a Primer Ministro hizo que Ali Bhutto también lo desease para su hija. STERN, Geoffrey. *Leaders and Leadership*. London: London School of Economics, 1993.

<sup>168</sup> Ibid., p. 173.

<sup>169</sup> Su padre, el general Aung San, lideró el proceso de independencia británico en 1948. Suu Kyi estuvo bajo arresto domiciliario desde 1989 hasta 1995 pero desde entonces tiene prohibido abandonar la capital, Rangún. Su activismo político continúa en Birmania

<sup>170</sup> RUDOLPH, Susanne Hoerber ; RUDOLPH, Lloyd I. *Gandhi: The Traditional Roots of Charisma*. Chicago: University of Chicago Press, 1983 [1967], pp. 9-10.

entusiasmo popular. La coronación fue una ceremonia donde la población reafirmó y renovó su devoción a través de un acto de comunión. La juventud y el encanto de la reina junto a sus hijos y su marido fueron también aspectos que contribuyeron a su enorme popularidad. Shils también cita las voces disidentes que rechazaron el acto por “histórico” y “irracional”. La ceremonia fue una muestra del agrado de los británicos por las procesiones, los uniformes, los desfiles y los cortejos.<sup>172</sup>

Otro acontecimiento que provocó una gran muestra de dolor y de afecto fue la muerte de Diana de Gales. El ideal de personaje femenino sensible, madre de los herederos de la Corona Británica que con su imagen dulce y su preocupación social supo ganarse la admiración de la población británica a pesar de su divorcio. Su muerte la situó más cerca de lo sagrado que de la hostilidad de la vida terrenal. La conmoción que supuso su fallecimiento generó un movimiento carismático que Tony Blair pronto reflejó con su frase *ha muerto la Princesa del pueblo*.

En conclusión, las mujeres pueden ser calificadas de líderes carismáticos igual que los hombres, pero las reticencias y la tradición de estar apartadas de la política o jugar un papel de segundo plano, como consortes de los políticos, hace que tengan más dificultades para imponerse como líderes políticos, razón por la cual una mujer no solo deberá destacar en todas sus características personales (inteligencia política, oratoria, poder de decisión) para poder llegar a ser líder, también el contexto social deberá ser sea proclive a fomentar o por lo menos aceptar el liderato de las mujeres.

Un nuevo reto de las mujeres en el siglo XXI es la paridad con los hombres en las instituciones políticas, han proliferado los estudios sobre la participación de las mujeres en las instituciones europeas. La Unión Europea, especialmente el Parlamento europeo, parece ser un nuevo marco de relaciones políticas entre hombres y mujeres

---

<sup>171</sup> SHILS, Edward. *Center and Periphery. Essays in Macrosociology*. Chicago: The University of Chicago Press, 1975, pp. 135-152.



que permita una participación por igual de parlamentarios y parlamentarias<sup>173</sup> y que favorezca por lo tanto la existencia de líderes políticos carismáticos femeninos. Ello junto con una mayor participación de las mujeres en los cargos de gobierno de los distintos estados europeos nos lleva a la posibilidad en un futuro asistir a nuevos liderazgos carismáticos femeninos de trascendencia.

## 9.8. La Banalización del carisma

La palabra carisma ha experimentado en los últimos años un significado diverso, se ha convertido en un concepto escurridizo de difícil delimitación y definición. El concepto se ha extendido a todos los ámbitos de la vida social abrazando distintos aspectos que han vulgarizado su significado. En la publicidad se ha utilizado el adjetivo y sus sinónimos para el anuncio de marcas de coches<sup>174</sup>; en la prensa para denominar desde futbolistas como Luís Figo,<sup>175</sup> el desaparecido Francisco Javier González

---

<sup>172</sup> Ibid., p. 143.

<sup>173</sup> Sin duda la participación de un mayor número de mujeres en los órganos políticos comportará cambios en las formas de elaboración política. Las mujeres introducen nuevas maneras de entender la política, son más constructivas en sus proyectos e incorporan la perspectiva de género en sus políticas. Por ejemplo, las mujeres parlamentarias británicas de la Cámara de los Comunes han introducido cambios en el discurso político parlamentario lleno de abucheos, sexismo y humor soez al utilizar un lenguaje más neutral. Además, han incluido en un proceso de renovación constitucional que las instituciones públicas sean más favorables a las mujeres. Asimismo, en las asambleas legislativas danesas la participación de las mujeres ha introducido cambios en el vocabulario para hablar de la discriminación de las mujeres, acoso sexual etc. LOVENDUSKI, Joni. "Cambio en la representación política de las mujeres". En: ROSSILLI, Mariagrazia (coord.). *Políticas de género en la Unión Europea*. Madrid: Narcea, 2001.

<sup>174</sup> Véase, por ejemplo, el catálogo publicitario del Ford Mondeo en el 2001, su eslogan fue *Ford Mondeo líder natural*. Otros calificativos que hacen referencia al elitismo del coche su extraordinariedad los encontramos en 1991 con la campaña publicitaria Nissan Patrol: *Este año 3000 conductores mirarán por encima a los demás. Si está cansado de coches sin personalidad, el Patrol se las ofrece todas*. Ya en 1956 Barreiros tenía el eslogan *calidad excepcional* y en 1967 la casa Morris definía su Morris 1100 como *Alta calidad*.

<sup>175</sup> El traspaso de Figo al Real Madrid, el histórico rival del Fútbol Club Barcelona, al final de la Liga del 2000 conmocionó la afición barcelonesa, considerándolo un traidor, no sólo al Club sino a toda Cataluña, este hecho hizo que el jugador tomase relevancia e incrementara su carisma, despertara pasiones a favor y en contra de su persona. El dominical del periódico *El País* publicaba en septiembre un artículo donde se reflejaban las pasiones que ha suscitado el jugador:

*Figo ¿Le odia o le ama? Cuando el Real Madrid le fichó por mas de 10.000 millones en verano, Luis Figo se convirtió en un judas para el Barcelona. Frío, pero carismático, su decisión ha destapado más rivalidades que nunca. ¿Es el fútbol negocio puro y duro?*

Urruticoechea,<sup>176</sup> o para líderes diversos desde Hassan II<sup>177</sup> pasando por José Borrell, Hugo Chávez hasta Joichiro Koizumi<sup>178</sup>. Hay que matizar que estos líderes políticos han sido calificados mayoritariamente de populistas por la prensa, a excepción de Borrell, que bajo lo que se calificó de *el efecto Borrell* se intentó destacar la confianza que le otorgaron numerosos afiliados y simpatizantes en las primarias del PSOE que vieron en él un buen sustituto para Felipe González y cuyo liderazgo suponía la esperanza para poder derribar a la derecha de José M<sup>a</sup> Aznar en las elecciones a Cortes.

Este hecho es el reflejo de la sobre utilización del término tanto en el ámbito popular como en la prensa escrita. Para el periodismo el término carisma o carismático no es más que un reclamo intercambiable por popular o atractivo.<sup>179</sup> El término describe de forma vaga artistas, cantantes, políticos, hombres o mujeres de empresa, deportistas. Por todo ello creo necesario indagar en el análisis exhaustivo del término que permita llenar de contenido la palabra con todos aquellos atributos y acciones que definen las personalidades políticas y que a su vez toman un halo trascendente que los acerca más al mundo divino que al terrenal.

Hemos observado que el término carisma, en la prensa española, se utiliza con relación a líderes de gobiernos no democráticos capaces de atraer a las masas populares,

---

<sup>176</sup> No solamente los medios de comunicación destacan como personas carismáticas políticos como el Rey Hussein de Jordania, Hassan II, también, vemos que intentan describir el carisma en el caso del malogrado portero de fútbol Francisco Javier González Urruticoechea a quien tras su muerte accidental Televisión de Cataluña lo calificó de *inolvidable, carismático*” y se le despidió con titulares como: *mor el porter més estimat, Urruti t'estimem!!!*, haciendo referencia al comentario de José M<sup>a</sup> Puyal (*Urruti t'etimo*) cuando consiguió parar el gol que dio la victoria de la Liga de 1985. El antropólogo Charles Lindholm resalta la estrecha relación entre el amor y el carisma. Sin duda la posterior celebración de un homenaje a su persona, con la participación de la viuda, los hijos y niños favoreció a la construcción del mito y del héroe futbolístico.

<sup>177</sup> La muerte del monarca alauita el 23 de julio de 1999 desató numerosas interpretaciones, más o menos concretas sobre su liderazgo, calificándolo de *autoridad abstracta (La Vanguardia, 26 de julio de 1999)*. Los periódicos de su país llenaron las páginas con fotografías del monarca bajo el nombre del *glorioso soberano*.

<sup>178</sup> *Un populista amante del karaoke. Koizumi, el nuevo presidente del partido que gobierna el Japón PLD (Partido Liberal Democrático), es un excéntrico que despierta pasiones*. En: *El País*. 25 de abril de 2001.

<sup>179</sup> ABERBACH, David. *Charisma in Politics, Religion and the Media. Private Trauma, Public Ideals*. London: McMillan Press LTD, 1996, p. 75

sobre todo en países del Tercer mundo, como es el caso de los calificativos que recibió Hassan II de Marruecos a su muerte, o de Menem en Argentina con motivo de su encarcelamiento.<sup>180</sup> Líderes que estarían más próximos al calificativo de líderes populistas.<sup>181</sup> Sin embargo, el término no se refleja en el caso de los líderes democráticos mientras todos ellos poseen su carisma con mayor o menor incidencia en las masas. La dificultad de una definición holística del término debido a que el concepto abarca muchos ámbitos (el político, el social, el religioso, el artístico) y gradaciones ha hecho que el vocablo tomase distintas acepciones. La palabra carisma, pues, comprende también, una dimensión popular, al ser incorporada como un adjetivo más para referirse a aquellos lugares genuinos de una cultura o de una población y para calificar a líderes políticos. Como ya hemos apuntado más arriba, los medios de comunicación han utilizado el término, sobre todo para definir a personajes públicos o a un líder político que conmueve a las masas; a menudo describen el personaje, configuran su imagen pública y su proyección social a través de aquellos hechos por los que se le conoce o conocía y que le han proporcionado una dimensión carismática, en un intento de abarcar el significado del concepto.<sup>182</sup> La participación en sociedades o asociaciones, partidos políticos, colaboraciones periódicas, y por supuesto la dimensión mediática, hace que trascienda la popularidad del actor social a multitud de hogares, adquiriendo la persona una gran relevancia y trascendencia por su labor pública y personal. Sin embargo, a

---

<sup>180</sup> *Un dirigente carismático, despreocupado y popular*. En: *El País*. 8 de junio de 2001.

<sup>181</sup> Después de la I Guerra Mundial los líderes populistas promovieron la movilización de las masas en los países que no participaban de cultura política. Este sistema enfatiza la relación paternalista entre el líder y las masas. En la actualidad hay una tendencia a enfatizar la cualidad carismática del liderazgo populista con la intención de explicarlo todo, cuando no se explica nada. Parece más interesante analizar los símbolos de los grupos sociales que se sienten atraídos más que limitarse a hablar de líderes carismáticos. DRAKE, Paul. "Conclusion: Requiem for Populism?". Instituto Juan March para Estudios Avanzados en Ciencias Sociales. Es, por lo tanto, importante hacer un esfuerzo para llenar el concepto de carisma de contenido, solamente así se consigue llegar a un análisis holístico del liderazgo político.

<sup>182</sup> La reglamentación semántica, el manejo del lenguaje por los medios ha sido motivo de debate en el Parlamento de Cataluña por la Comisión parlamentaria de control de la Corporación Catalana de Radio y Televisión. Por ejemplo, se han dado directrices en la utilización del término "nacionalismo". *Reglas de semántica informativa*. En: *El País*. 26 de mayo de 2001.

pesar del esfuerzo de periodistas e intelectuales por definir el fenómeno de una manera nítida, éste se resiste a todo intento.<sup>183</sup>

Los medios de comunicación con la finalidad de llegar al mayor número de personas inciden en destacar aquellos personajes que gozan de una amplia popularidad y cuyas acciones, a veces, inesperadas se transforman en una conmoción social.<sup>184</sup> Los medios pueden provocar incluso un cierto alarmismo social, sobre todo cuando se trata de la muerte o de un asesinato, la emotividad y empatía que los acontecimientos pueden generar inciden en la preocupación social.<sup>185</sup> Los medios a su vez pueden manipular la difusión de acontecimientos, líderes carismáticos que políticamente se consideran irrelevantes, innecesarios o peligrosos. La prensa y en especial la televisión son agentes creadores de carisma, se hacen eco de la importancia de los individuos políticos y a su vez pueden mitigar el efecto carismático en la sociedad.<sup>186</sup> Debemos recordar que el líder político carismático puede surgir al margen del sistema de partidos y liderar movimientos sociales.

La banalización del término, por una parte, obedece a una falta de fundamento teórico y de análisis en profundidad de la realidad que se describe, por otro lado, está

---

<sup>183</sup> Xavier Bru de Sala hace una reflexión sobre cómo se consigue obtener carisma, de su argumentación destacamos que el carisma político en nuestra sociedad pasa por ser un carisma mediático, un carisma manufacturado. También, destaca la importancia del carisma del cargo como aspecto junto con los medios para adquirir carisma, es decir, para conseguir adeptos. Bru de Sala no utiliza estos conceptos en su artículo pero se desprenden de él, donde a través de ejemplos ocurrentes y metáforas nos destaca los aspectos teóricos expuestos. Por ejemplo, retóricamente se pregunta qué carisma tenía el Presidente Pujol antes de ganar las elecciones de 1980, y presupone que Culell tenía más que Maragall antes de acceder este último a la Alcaldía de Barcelona. También, intuye metafóricamente, sin mencionarlo explícitamente, lo propicio de la coyuntura social y el contexto histórico para el nacimiento de movimientos o líderes carismáticos. BRU DE SALA, Xavier. "Teoría del Carisma". En: *El País*. 2 de enero de 1997.

<sup>184</sup> Los filósofos escoceses del s. XVIII plantean la "revolución sentimentalista" de los seres humanos, estos experimentan una "compasión irresistible" por el sufrimiento de los demás y se sienten inclinados a tratar de aliviar esos sentimientos. Por otra parte para Adam Smith y Hume el principio de "simpatía" que podríamos traducir por empatía era el principio de la comunicación como se recoge en DUPUY, Jean Pierre. "En el principio de los enfoques comunicacionales de lo político: la filosofía escocesa del siglo XVIII". En : LABARRIÈRE, Jean Louis; LAZZERI, Christian et al. *Teoría política y comunicación*. Barcelona: Gedisa, 1992 [1988].

<sup>185</sup> Por ejemplo, la muerte de dos niños en la Riera de Merlès en el Bergadà ocasionó una fuerte alarma social acerca de la seguridad en las actividades lúdicas de las Colonias infantiles en Cataluña.

influido por la propia característica inefable del carisma que dificulta saber concretamente de qué se está hablando. Sartori y Cohen consideran que el término ha perdido mucho poder explicativo al ser incorporado en el vocabulario general de los no-cinetíficos.<sup>187</sup> Otro ejemplo de la difusión popular del término carisma es la aparición de un sin fin de manuales de autoayuda sobre como conseguir carisma, sobre todo en EE.UU. De hecho se trata de como conseguir el éxito social, laboral y en el mundo de la pareja. En este sentido el carisma es sinónimo de éxito social, de como ser atractivo y convincente con los demás. Los manuales dan consejos para reconstruir algunos aspectos de la personalidad a partir de la detección de “defectos” o “dificultades” por medio de tests que incitan a cambiar actitudes, gestualidad, imagen.<sup>188</sup>

En este número de manuales destinados al gran público observamos en él una clara banalización del término “carisma” donde la esencia del término es la consecución del éxito profesional, personal, capacidad de liderazgo, en definitiva, ser “una persona carismática” es ser una persona con *charme*. La consecución de objetivos personales a toda costa es propia de la sociedad de consumo en que vivimos, y para conseguir sacar el mayor partido posible en las relaciones sociales, laborales y amorosas estos manuales de autoayuda intentan mejorar los rendimientos personales. Por otro lado, el vocablo carisma se ha convertido popularmente en relevante por encarnar lo genuino, lo auténtico, aspecto significativamente importante por su relación con la búsqueda de las señas de identidad y de la esencia de la cultura y de la propia vida frente al proceso de mundialización, de americanización de la sociedad; lo antiguo, lo tradicional, “lo de toda la vida” es considerado carismático.

---

<sup>186</sup> La retransmisión televisiva del asesinato de Ernest Lluch fue criticado por la falta de información ofrecida por TVC una vez se conocieron los hechos, ello conllevó dimisiones en el ente.

<sup>187</sup> BURKE, Kathryn; BRINKERHUFF, Merlin B. “Capturing Charisma: Notes on an elusive Concept”. En: *Journal for the Scientific Study of Religion*. Septiembre-1981, vol. 20, núm. 3.

<sup>188</sup> Hay un largo número de manuales sobre como conseguir carisma dos de ellos son: GRAD, Marcia *Carisma. Cómo lograr esa magia especial*. Barcelona: Ediciones Obelisco, 1997 y ALESSANDRA, Ton.

En conclusión, los manuales se convierten en una estrategia que ofrece técnicas para superar los problemas en las relaciones sociales, ayudan a ser capaces de transmitir una imagen de serenidad, vitalidad y alegría interior. Para estos autores, el carisma es un don que todos poseemos al nacer, algunos lo mantienen otros lo pierden, y por último puede aparecer en la vida adulta.<sup>189</sup> Sin embargo, en ningún momento nos demuestran como se pierde el carisma innato. Sin duda, parece hablarnos de lo genuino de cada individuo pero la dificultad estriba en como es posible llegar a ser aceptado, admirado, y seguido por multitudes de personas. El libro de Marcia Grad,<sup>190</sup> por ejemplo, se limita a ofrecer un “programa a seguir”, como en el caso de las dietas alimenticias, de algunas terapias o una integración en una secta, a lo que ella llama un “Programa de desarrollo del Carisma” donde se intentan reafirmar las habilidades personales y mitigar los defectos. Es un programa dirigido a gente corriente, pero también a profesionales, personas del mundo del espectáculo, la política, los negocios y otros ámbitos. Puede ser útil para aquellas personas que tienen la necesidad de proyectar una imagen atractiva “especial” pues, a su vez, considera los elementos que configuran el carisma genuino.<sup>191</sup>

En resumen, es un libro que aporta, sin ser una receta mágica, unas técnicas terapéuticas para mejorar la autoestima;<sup>192</sup> afrontar la vida con más optimismo; sacar partido a las posibilidades personales; profesionales; tener éxito en las relaciones laborales; con los amigos y con la familia. Una mezcla entre manual de autoayuda con técnicas psicológicas y un tratado de urbanidad, de las buenas maneras y de la educación, en menor medida. Todo ello para poder sacar partido de uno mismo y conseguir los objetivos marcados que nos comportan bienestar.

---

*Charisma. Seven keys to developing the magnetism that leads to success.* New York: Warner books, 1998.

<sup>189</sup> GRAD, Marcia *Carisma. Cómo lograr esa magia especial.* Barcelona: Ediciones Obelisco, 1997, p. 29.

<sup>190</sup> Ibid.

<sup>191</sup> Ibid., pp. 162-166.

<sup>192</sup> Ibid.

En estos manuales el carisma es calificado de “magnetismo personal”, “magia personal”, “cualidad de triunfar”, “la cualidad de destacar”, “encanto”. Afirman que la propia ciencia ha dado multitud de acepciones al término. Dan importancia a la buena difusión de la imagen (55% comunicación no verbal- expresión facial, lenguaje no verbal; 38% componente vocal –modo en que se emiten las palabras -; 7% componente verbal –significado de las palabras-) <sup>193</sup> El carisma se relaciona con el mundo de las energías y de la capacidad de emitir “buenas vibraciones” esto junto con una coherencia en la imagen y el pensamiento garantizan el éxito en la vida. Destacan la importancia del lenguaje no verbal, la utilización de la gestualidad, la adecuación del lenguaje, para reafirmar la personalidad y dar credibilidad a los mensajes que se emiten. Técnicas que son utilizadas en política y que son transferibles a cualquier tipo de relación o profesión.

Consejos como intentar no dar muestras de timidez y mirar al interlocutor, asentir con la cabeza, o expresar sorpresa e interés durante una conversación para reafirmar tu interés por aquella persona y sus explicaciones. El líder debe poseer una imagen pulcra y cuidada, a su vez, debe conseguir un equilibrio entre la expresividad y el autocontrol. En concreto, enumeran un listado de actitudes no recomendables cuando se está en grupo. El libro de Grad divulga ciertas técnicas psicológicas como las técnicas de relajación y visualización de situaciones y actitudes ante la vida. Controlar los sonidos, el timbre y tono de voz, utilizar técnicas de modulación de la voz y la expresividad, utilizar técnicas teatrales para poder expresar y comunicar con mayor facilidad, en otras palabras, técnicas de conversación.

Otros manuales poseen un poco más de rigor y simplemente pretenden ser libros de autoayuda para mejorar en las relaciones sociales y laborales, ofreciendo técnicas que nos permitan mejorar nuestras posturas, tics y nuestros impulsos, éste es el caso del

---

<sup>193</sup>GRAD, Marcia *Carisma. Cómo lograr esa magia especial*. Barcelona: Ediciones Obelisco, 1997. P. 38

manual de Tony Alessandra<sup>194</sup> que contiene tests e instrucciones precisas para mejorar nuestra conducta en la sociedad. El libro desarrolla siete claves para conseguir carisma, con tests de autocorrección (mejorar la comunicación no verbal; hablar con autoridad, y escuchar atentamente, convertirse en más persuasivo; utilizar el espacio y el tiempo para aventajar al oyente; maximizar la adaptabilidad; expandir tu propia visión y tus ideas, finalmente como conclusión, dar lo mejor de uno mismo). Todo ello consiste en técnicas para conseguir optimizar los resultados en la vida diaria y las propias metas.

En general, estos libros intentan a través de distintas técnicas de comunicación y convenciones sociales ayudar a que cada individuo tienda reafirmar su personalidad y sea aceptado socialmente. Aportan técnicas de conversación, como preparar los encuentros en función de cada persona, facilitan un listado de actitudes recomendable (hablar de cosas positivas, reconocer la singularidad de cada persona, hablar con respeto, mostrar interés) y otro de actitudes no recomendables (contar chismes, interrumpir, hablar de tus posesiones, humillar, buscar defectos en los demás). Plantean que previamente a una conversación se debe intentar saber más de la otra persona, ser concreto al expresarse y mencionar el nombre del interlocutor, ser realista, hablar de temas que se conozcan y preguntar sobre aquello que se desconoce. Hacer cumplidos a los demás, despedirse amablemente. Intentan dar estrategias para conseguir unas relaciones más satisfactorias, también, aconsejan mirar la vida de cada día con alegría de una forma positiva. Por último, incluyen apartados de técnicas de marketing, cómo tener éxito en las relaciones comerciales, concretamente, en la venta de productos, también, en el sector servicios, en este caso el éxito radica en atender las necesidades emocionales del cliente.<sup>195</sup>

---

<sup>194</sup> ALESSANDRA, Tony. *Charisma. Seven keys to developing the magnetism that leads to success*. New York: Warner books, 1998

<sup>195</sup> GRAD, Marcia. *Carisma. Cómo lograr esa magia especial*. Barcelona: Ediciones Obelisco, 1997. pp. 239-263.



Dicho de otra manera, el carisma se ha convertido, también, en sinónimo de éxito profesional y social de atracción y de magnetismo personal, un intento para conseguir el *glamour* de las estrellas o de la *gauche divine*, o simplemente de aquellos que son considerados famosos por la prensa del corazón y la gran pantalla. Considero que el término carisma es más propio de las grandes figuras políticas, cuyos mandatos y apariciones públicas son vividos por los ciudadanos como trascendentes. Son figuras que encarnan lo numinoso y que están más cercanas de lo sagrado que de lo profano<sup>196</sup>. Como acertadamente califica Carlos Santis<sup>197</sup> de carismático al Presidente Norteamericano John F. Kennedy podemos decir que este carisma se mantiene más allá de su persona y recae también en sus familiares. Así, lo pudimos observar con la consternación que supuso, más allá de las propias fronteras, la muerte de su hijo John Kennedy, su desaparición desató un gran dispositivo de medios de comunicación. John Kennedy poseía parte del capital carismático heredado de su padre, pero también, a pesar de su dedicación política (dirigía una revista política *George*), él y su mujer formaban parte de la alta sociedad norteamericana y la elite Occidental, con una imagen delicada, a la moda y con apariciones asiduas a la prensa del corazón estaban inmerso en una imagen *glamourosa*. El término *glamour* es un concepto más propio de lo mundano, de lo profano, se refiere a aquellos que poseen un atractivo, que destacan entre las masas, por su lujuria o por sus actitudes, tienen clase y no necesariamente tienen que dedicarse a la alta política. El *glamour* está más cercano al mundo de la imagen y de la vida social terrenal que del mundo de las ideas y las grandes obras. Es el mundo del éxito y de la trasgresión a los que una gran mayoría de la sociedad aspira o

---

<sup>196</sup> GINER, Salvador et al. *La cultura catalana: el sagrat i el profà*. Barcelona: Edicions 62, 1996. (Llibres a l'Abast, 290).

<sup>197</sup> Carlos Sentís plantea con gran detalle histórico la posibilidad de que John hubiera podido ser el heredero de Kennedy. John Kennedy murió el 16 de julio de 1999. SENTIS, Carlos. "De un funeral a otro". En : *La Vanguardia*. 24 de julio de 1999. P. Worsley destacó del carisma de John F. Kennedy que se basó en una imagen de elegancia, juventud, inteligencia e intelectualismo y cuyo liderazgo originó una "redefinición" del término carisma que adoptó la acepción de "personalmente popular" o "magnético".

envidia. El *glamour* también está asociado, pues, a la trasgresión social, a la belleza, la modernidad y al mundo del cine muy especialmente.<sup>198</sup> Hay que destacar, que la imagen es un elemento imprescindible en el *glamour*. Es importante resaltar que al igual que se manufactura el carisma se manufactura el *glamour*, los ciudadanos se convierten en consumidores de moda. Por otro lado, los medios de comunicación, la televisión y la prensa rosa en especial manipulan el *glamour*, en tanto que destacan a unas determinadas personas. El mero hecho de salir en la televisión puede implicar que se tienda a imitar un determinado estilo, moda, y actitudes.

El término carismático debe ir asociado a la importancia de los acontecimientos, el líder carismático está respaldado por multitud de seguidores, desde una perspectiva racional o emotiva. La política del líder carismático se centra en su capacidad de modernizar, transformar la sociedad y ser legitimado por multitudes ya sea en las urnas, en mítines, o bien, incluso por sus propias ideas y su propia imagen. Aquello que tiene en común un líder carismático y el *glamour* de las estrellas es su fama, que puede llegar a traspasar las fronteras nacionales, la trascendencia que se da al líder político y la estrella cinematográfica, sus acciones, su vida, su muerte son vividos con trascendencia.

En la prensa el calificativo de carisma se asocia a la multitud de seguidores que posee un líder en regímenes no democráticos. El término carismático suele utilizarse para destacar un líder de la alta política de regímenes no democráticos que posee multitud de seguidores que le demuestran una gran devoción. Se utiliza el término carismático, populista como lo demuestran artículos publicados sobre Hassan II de Marruecos con motivo de su muerte a quien lo definieron como un monarca autoritario y caudillista,<sup>199</sup> también se utilizaron términos como *autoridad abstracta*<sup>200</sup> y

---

<sup>198</sup> IZAGUIRRE, Boris. *Morir de glamour*. Madrid: Espasa, 2000. Empieza su libro con la frase “Nadie sabe lo que es el *glamour*”, p. 11.

<sup>199</sup> Hassan II puede ser considerado un monarca antidemocrático a pesar de las reformas de 1997, de la relativa modernización del país y de sus buenas relaciones con el Monarca español.

*carismático*. Otro ejemplo es el caso del ex presidente argentino Carlos Menem a quien, también, la prensa lo calificó de carismático precisamente cuando se ponía en duda su talante democrático.<sup>201</sup>

Otro líder político que presenta un carisma populista y como tal antidemocrático es Hugo Chávez (ex-teniente Coronel y golpista), en su intento de disolver el Congreso y la Corte Suprema de Venezuela, su talante militar y populista le ha hecho conseguir un gran número de adeptos en Venezuela, sobre todo, entre las clases más depauperadas y ansiosas de mejora social. Encontramos en la prensa frases como:

*Chávez tiene todos los triunfos en la mano para efectuar unos cambios que tienen un tufillo ciertamente absolutista.*

...

*Sobre Venezuela planea un absolutismo legitimado por las urnas.*<sup>202</sup>

*Chávez tiende al caudillismo.*<sup>203</sup>

A parte, de los artículos de prensa, los manuales que enseñan como conseguir esta “gracia divina” que es el carisma, la divulgación del término y su banalización se ha producido, a su vez, en el ámbito religioso. La figura del Papa Juan Pablo II ha sido destacada por su labor de peregrinación por todo el mundo ha tenido una especial importancia política su viaje a Polonia y a Cuba.<sup>204</sup> Su figura es comparable a la de un Mesías que considera imprescindible, a pesar de su avanzada edad, su presencia para el desarrollo correcto de los acontecimientos. Está actitud ha hecho que destaque la figura papal por encima de la labor de la comunidad eclesiástica. Otra muestra de la

---

<sup>200</sup> En un artículo de se califica al monarca de “autoridad abstracta” La noticia se hace eco de la prensa del país alauita donde se publicaron enormes fotografías de Hassan II bajo el apelativo de *glorioso soberano*. En: *La Vanguardia*. 26 de julio de 1999.

<sup>201</sup> Menem fue detenido por contrabando de armas el 7 de junio de 2001. Véase IGLESIAS, Hernán. “Un dirigente carismático, despreocupado y popular”. En: *El País*. 8 de junio de 2001.

<sup>202</sup> *La Vanguardia*. 27 de julio de 1999

<sup>203</sup> Editorial de *La Vanguardia*. 27 de julio de 1999.

<sup>204</sup> El Papa en su pontificado se ha sentido implicado en la tarea de mejorar el mundo comunista al cual él había pertenecido. Un año después de su elección como Papa visitó Polonia en 1979. Recibió a Fidel Castro con motivo de un acto de la F.A.O., el 19 de noviembre de 1996 y finalmente, viajó a Cuba del 21 al 25 de enero de 1998.

manipulación del carisma por parte de la Iglesia fue la exhibición del cuerpo embalsamado e incorrupto del Papa Juan XXIII, El Papa Bueno, fue desenterrado después de 38 años para que pudiese ser venerado en el altar de la Confesión. La misma prensa lo califica de carismático y de Papa muy querido por sus feligreses.<sup>205</sup> El culto a la figura del Papa, no solo a su obra sino a su cuerpo incorrupto, simboliza la divinidad de su persona, la inmortalidad de sus ideas y su obra más allá de lo meramente escrito o relatado por los historiadores, consigue llegar a un gran número de creyentes que lo exaltarán y le rendirán pleitesía después de 38 años de su muerte como si acabase de morir. Este ritual que ya se produjo en 1959 con el mismo Juan XXIII frente al cuerpo incorrupto de Pío X eleva la figura religioso-política del papado al nivel de lo sagrado y lo eterno e inmortal, no podemos, pues, olvidar el dogma de la infalibilidad papal (1870). Su exhibición es una forma de perpetuar un mito y de desvanecer cualquier duda sobre su apostolado cuya labor cobra actualidad. Por otra parte, es una manera de acercar la figura del Papa a la del Mesías en una acción que nos recuerda la resurrección de Cristo.

La banalidad puede casi ser considerada una subcultura que no distingue los fundamentos históricos y conceptuales de las cosas simplemente se centra una mera visión, la observación a veces rápida y convulsiva de los hechos y las personas cuya vida está consagrada al consumo y a la competitividad. Asimismo, afecta la manipulación de los acontecimientos carismáticos por las élites que a través de ellos consiguen legitimar su poder, no necesariamente por la vía de las urnas sino por los movimientos de masas y de seguidores.

---

<sup>205</sup> *La Vanguardia*. 4 de junio de 2001.

## 10. PRESENTE Y PORVENIR DEL CARISMA

En el capítulo anterior hemos observado como se ha producido una banalización del término carisma por su excesiva utilización en todos los ámbitos. La aplicación en distintos enfoques, además del sociológico, el político, el comercial, el periodístico ha producido una fragmentación teórica que dificulta aún más el conseguir un acuerdo sobre la definición holística del concepto. Desde distintos ámbitos se intenta definir en que consiste el carisma partiendo de la base del concepto elaborado por Weber cuyas aportaciones son la base principal teórica. Sin embargo, su análisis no alcanza a describir el fenómeno en la modernidad avanzada. La manufactura del carisma, la utilización de asesores de imagen para proyectar una imagen con presencia, capaz de difundir seguridad y dar confianza, y sobre todo, la utilización de los medios, muy especialmente la revolución que ha comportado la televisión han ampliado la dimensión del concepto.

Muchas veces la utilización del vocablo para tratar de transmitir la importancia del liderazgo político responderá a la cantidad de seguidores, de su popularidad mediática, su relevancia internacional. La utilización del concepto teórico de carisma se puede convertir en un comodín que facilita la descripción de la complejidad política del liderazgo. Con ello, se describe a los líderes políticos con una cierta trascendencia política y no necesariamente se aplica partiendo de un análisis teórico fundamentado en alguno de los aspectos que originan el carisma.

Sin duda, todos los líderes políticos de la modernidad poseen en mayor o menor medida carisma. La forma de poder medir su intensidad la encontramos en la idea de *dispersión del carisma* elaborado por Shils, y éste se puede cuantificar en función de los resultados electorales. En las democracias actuales el liderazgo político y la

personalización de la política, como veremos, son aspectos importantes en el proceso de toma de decisión del voto electoral. Hay estudios cuantitativos, como el de William Miller,<sup>1</sup> que describen la importancia que se da a los líderes, a los partidos y a las preferencias por unos u otros dentro del sistema de partidos. Estos estudios pueden orientar hacia los resultados de las contiendas electorales. El carisma de los líderes políticos se puede apreciar a través del reclamo que tienen en sus mítines durante las contiendas electorales y en las llamadas a la población a través de los medios. Nosotros no pretendemos analizar como es posible medir cuantitativamente el carisma sino indagar en su teoría y en sus características en la modernidad. La cuestión que preocupa a los partidos políticos será ¿Cómo se consigue tener más carisma? Para conseguirlo han emergido las técnicas que preparan a los candidatos para el éxito electoral. Se utiliza el marketing político y se somete el candidato a una “sesión” de *maquillaje político* bajo las directrices de los asesores de imagen.

Por otra parte, en poco tiempo se han producido cambios en el proceso electoral. Las campañas electorales han pasado a estar plenamente dirigidas por expertos. El asesor político está muy cercano al líder, ejerce una gran influencia y se convierte en el verdadero “estratega” de la campaña. Los consultores políticos y la nueva tecnología están produciendo un grupo de oficiales (*officeholders*) más hábiles en el arte de competir por un cargo que en el arte de gobernar.<sup>2</sup> Sobre todo, hay que destacar la utilización de los sondeos (*polls*) y de su adecuación a los candidatos.

Lo que se conoce de los candidatos, sobre todo, aquellos que se presentan por primera vez, es lo que se percibe a través de los medios. Los medios que utilizan pueden ser gratuitos (por ejemplo los espacios públicos de propaganda electoral) y otros pagados, en cualquier caso el coste de una campaña electoral es elevadísimo. Thomas

---

<sup>1</sup> MILLER, William L. *Media and Voters*. Oxford: Clarendon Press, 1991.

<sup>2</sup> CAVALLI, Luciano. *Il Presidente Americano*. Bologna: Il Mulino, 1986, p. 105.

Patterson destaca que los medios son generadores de opinión en las campañas, de ellos depende que se destaquen unos aspectos u otros, el análisis y la descripción mediática de los hechos será la información que recibirán los votantes.<sup>3</sup> Mark Rozell destaca que los presidentes americanos no pueden difundir sus propias noticias, “no controlan” la prensa, se les va de las manos. Si bien la Casa Blanca se preocupa por la imagen del presidente, ésta en gran parte corresponde a la realidad.<sup>4</sup> Más allá de la realidad lo que llegan a percibir los ciudadanos-votantes es la originalidad del líder, sus características personales frente a la política, su habilidad, su agilidad mental, su inteligencia política en general. Se produce una racionalización del carisma por parte del electorado.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que por muy carismático que consideremos un líder siempre encontraremos junto a sus fieles seguidores y detractores acérrimos. Según Bourdieu es más fácil posicionarse a favor o en contra de una idea, un valor, o una persona o institución que analizar lo que es en realidad, en toda su complejidad. Generalmente, las personas toman rápidamente partido por aquello que los periodistas denominan el *problema de la sociedad*.<sup>5</sup> El razonamiento de Bourdieu nos lleva a las observaciones de Agulhon quien afirma que el líder nacional, aún incluso si se convierte en mito, su propia condición hace que tenga seguidores totalmente entregados y detractores. De Gaulle tiene paridad con Juana de Aro y con Napoleón. Se pregunta cuáles son las características de estos personajes que más allá del mito les hace entrar en la leyenda.<sup>6</sup>

Todo ello prueba que el carisma en sí es una característica que por estar inmersa en el mundo de las emociones suscita pasiones: fieles seguidores y a su vez acérrimos

---

<sup>3</sup> PATTERSON, Thomas. *The Mass Media Election*. New York: Praeger Publishers, 1980.

<sup>4</sup> ROZELL, Mark. *The Ford Press and The Ford Presidency*. Michigan: Michigan University Press, 1995. [1992].

<sup>5</sup> BOURDIEU, Pierre. *Contrafocs. Reflexions útiles per resistir a la invasió neoliberal*. Barcelona: Edicions 62, 1999.

<sup>6</sup> AGULHON, Maurice. *De Gaulle. Histoire, symbole, mythe*. Plon, 2000.

detractores. Así, Tucker,<sup>7</sup> también, nos dice que el líder carismático puede ser seguido por multitudes y a su vez rechazado. Asimismo, Dogan<sup>8</sup> destaca que en las elecciones legislativas de 1962 en Francia la mayoría de los electores se pronunciaban a favor o en contra del Genral De Gaulle. Si bien, Dogan nos habla de que la única alternativa entre los ciudadanos era el guía o el caos, sin embargo, la explicación de la devoción y del rechazo en el líder carismático reside en la capacidad de suscitar pasiones a favor y en contra ambas con ahínco. Se crean situaciones que pueden ser favorables a ciertos colectivos y desfavorables a otros y se mantienen los posicionamientos ideológicos como la división entre líderes de derechas y líderes de izquierdas. No obstante, la observación de Dogan nos lleva a un tercer aspecto la importancia del contexto o de la “lógica situacional” para entender el desarrollo del carisma su peculiaridad en cada caso extrapolable pero existente. Sin duda, es necesaria la comprensión del personaje político, comprender su carisma a través de su época, no todas las características del carisma personal pueden trasladarse a otras épocas. Como hemos visto en la tipología del líder carismático reconocemos ciertos atributos que se van repitiendo pero que son comprendidos en el momento histórico en que se producen y como tales se manifiestan de una forma determinada. A su vez cada sociedad tiende a definir las características de su propio liderazgo. Por ejemplo, Willner, nos habla que sería impensable el liderazgo de De Gaulle en los Estados Unidos o el de Gandhi en Alemania.<sup>9</sup>

En la década de los cincuenta y sesenta el estudio del carisma estuvo impregnado del estudio de los nuevos estados y de su sociedad. El primer requisito teórico para el estudio del carisma es la existencia de una crisis de legitimidad. Todos

---

<sup>7</sup> TUCKER, Robert. “The Theory of Charismatic Leadership”. En: *Daedalus: An Academy of Arts and Sciences*, 1968, vol. 97.

<sup>8</sup> DOGAN, Mattei. “Le personnel politique et la personnalité charismatique”. En: *Revue Française de Sociologie*, 1965, vol. VI, pp. 305-324.

<sup>9</sup> WILLNER, Ann-Ruth. *The Spellbinders. Charismatic Political Leadership*. New Haven: Yale University Press, 1984, p. 63.



los nuevos estados han salido de tal crisis. Otros son solamente su gobierno es una forma de dominio personal. Francia con De Gaulle fue un ejemplo importante de un dominio carismático a nivel nacional. La Presidencia de los EE.UU. muestra, por ejemplo, una mezcla de elementos legales-rationales, tradicionales, carismáticos del cargo y personalmente carismáticos.<sup>10</sup>

Creo que se puede hablar de una tendencia a la recesión del carisma autoritario a medida que nos alejamos del marco de la Segunda Guerra Mundial y sobre todo con la caída de los regímenes comunistas, eso no quiere decir que con la presión de nuevas tensiones sociales como la inmigración, los grupos antisistema reaparezcan nuevas formas de liderazgo autoritario. Con todo, quiero destacar que la esencia de lo característico de un período que está encarnado por un líder carismático va desapareciendo con el tiempo, se va diluyendo su intensidad con el sucesivo cambio generacional que es quien transmite la grandeza del personaje. Dogan<sup>11</sup> sostiene que un verdadero líder carismático no suele tener sucesor carismático inmediato, al menos en democracia. O mejor, su heredero será una nueva clase política. En otras palabras, después de un gran líder carismático es difícil que aparezca inmediatamente otro.

Según Guenther Roth la Revolución Francesa ha sido la última gran revolución o movimiento carismático y la Revolución Rusa el último movimiento verdaderamente religioso. En la actualidad, los virtuosos -denominación que utiliza este autor para referirse a los líderes carismáticos - ni entran en las ordenes monásticas ni siquiera en la iglesia católica que en el pasado daba una nueva dirección al carisma personal. Respecto al sistema americano, éste no ha sido capaz de elevar una joven elite de

---

<sup>10</sup> ROTH, Guenther. "I Virtuosi e la Contro-cultura. Sull'utilità tipologica del concetto di *carisma*". En: *Rassegna Italiana di Sociologia*, 1973, núm. 3, pp. 431-452.

"Socio-historical model and developmental Theory. Charismatic Community, Charisma of Reason and the Counterculture". En: *American Sociological Review*, Abril-1975, vol. 40, núm. 2, pp. 148-157.

<sup>11</sup> DOGAN, Mattei. "Le personnel politique et la personnalité charismatique". En: *Revue Française de Sociologie*. 1965, vol. VI, pp. 305-324.

carismáticos.<sup>12</sup> Roth, considera que los virtuosos han intentado establecer dos tipos de comunidad carismática: una basada en la ideología y el comunismo del amor y, el otro, basado en la ideología y en el comunismo de la guerra. Parte de la tipología de S.M. Lipset que distingue *ad hoc* entre *renunciatarios* y *radicales*. Los virtuosos del comunismo de amor son los *renunciatarios* y los del comunismo militar los *radicales*. El trabajo de Raymond Bradley nos muestra en un sociograma como en las comunidades carismáticas hay un gran número de relaciones por amor, mientras no se establecen en las no carismáticas.<sup>13</sup> Bradley distingue entre los virtuosos y los carismáticos, ambos tienen poderes extraordinarios pero los carismáticos, a diferencia de los virtuosos tienen un origen supernatural.<sup>14</sup>

Roth quiere interpretar el carisma como fenómeno contracultural. Analiza el radicalismo estudiantil y aplica dos aspectos de fondo: un estudio socio-psicológico que se basa en teorías de la adolescencia o del conflicto generacional, y un aspecto socio-estructural que adoptan las teorías de la sociedad. El carisma tiene un doble aspecto:

- 1) Es un modo de autolegitimación que rechaza la legitimidad de la existencia, sea un sistema religioso o político o un ordenamiento de propiedad o de parentela.
- 2) Es una forma organizativa en que grupos de virtuosos viven una vida extraordinaria contrapuesta a la cotidianidad.

Interpreta la revuelta estudiantil del mayo francés como una erupción carismática ética y de compromiso u obligación de los valores últimos, viviendo un carisma de la razón. Mientras las pacíficas comunas y los grupos guerrilleros persistieron en la mitad de los calmaditos años setenta. Después que la emoción carismática falleciera, se pueden

---

<sup>12</sup> ROTH, Guenther. "I Virtuosi e la Contro-cultura. Sull'utilità tipologica del concetto di *carisma*". En: *Rassegna Italiana di Sociologia*. 1973, núm. 3, pp. 431-452.

"Socio-historical model and developmental Theory. Charismatic Community, Charisma of Reason and the Counterculture". En: *American Sociological Review*. Abril-1975, vol. 40, núm. 2, pp. 148-157.

<sup>13</sup> BRADLEY, Raymond Trevor. *Charisma and social structure. A study of Love and Power, Wholeness and Transformation*. New York : ToExcel , 1999.

<sup>14</sup> *Ibid.*, p. 55.

entender como comunidades carismáticas con una gran influencia cultural y política más allá de lo que cabría esperar por su capacidad numérica. Shils y S.M. Lipset que trabajaron sobre el liderazgo carismático previamente no destacaron la importancia del carisma en la *ética de los fines (ethic of ultimate ends)*.<sup>15</sup>

Por otro lado, en el ámbito académico ha quedado constreñido a los líderes nacionales y las masas organizadas. Su propósito es ver la contracultura en el carisma. Hay dos aspectos del análisis de Weber que no se han tenido en cuenta:

- 1) La comunidad carismática de ideólogos virtuosos
- 2) El carisma de la razón como legitimación revolucionaria fundada en los derechos naturales.

Las organizaciones carismáticas existen durante poco tiempo en un estado relativamente puro y éste tiende a transformarse velozmente y a institucionalizarse.<sup>16</sup> La dualidad que establece entre virtuosos *renunciatarios* y virtuosos *radicales* no es tal, los carismáticos *renunciatarios* del comunismo de amor pueden ser radicales, en algunos aspectos, incluso guerrilleros, ¿O acaso un grupo guerrillero sudamericano no renuncia a distintos aspectos de la vida? Debería especificar que clase de renuncia se establece por parte de los pacifistas, los pacifistas a su vez pueden ser radicales. Su tipología está demasiado centrada en los aspectos históricos de la década de los sesenta con el proceso descolonizador del Tercer Mundo, especialmente la India (1950), y los movimientos guerrilleros que llevaron por ejemplo a la implantación del comunismo en Cuba (1959).

En la actualidad, el uso popular del término carisma corresponde, en parte, a personajes de la “contracultura”, “revolucionarios”, figuras que encabezan la lucha

---

<sup>15</sup> ROTH, Guenther. “Socio-historical model and developmental Theory. Charismatic Community, Charisma of Reason and the Counterculture”. En: *American Sociological Review*. Abril 1975, vol. 40, núm. 2, pp.148-157.

antiglobalización, como en el caso del francés José Bové, o a favor de los derechos humanos y de las mejoras en los países del Tercer Mundo. Pero también denota un atributo personal relacionado con el *glamour* y la atracción de todos aquellos personajes que forman parte del eco mediático. Hay una tendencia entre la población a suplantar el propio ego con la admiración de la vida de otras personas: “los famosos”, personajes de distinta condición que aparecen en los medios, a veces simplemente por prestarse al juego mediático. Estar cerca de ellos para filmarlos o fotografiarlos, seguir sus vidas a través de los medios, imitarlos, son formas de intentar agarrar pedazos o despojos de la gloria mediática de estos personajes, de su carisma, una forma de intentar ser como ellos.

Centrándonos en el carisma político a través de los medios se produce una comunicación y un conocimiento directo con el político o con los líderes carismáticos, una cotidianidad mediática que permite conocer las acciones y el pensamiento de figuras políticamente tan importantes como el Presidente del gobierno o los distintos ministros. Michael O’Neill destaca que los medios son el instrumento para efectuar los mandatos a la población, son el instrumento con el que se informa la opinión pública y a su vez se la activa.<sup>17</sup> La elite política, su dimensión humana, podía ser tergiversada y mitificada, era a su vez más difícil llegar a conocer la personalidad del líder político, solamente se formaba un juicio sobre el mismo a través de la prensa escrita, los discursos, o los comentarios populares. El contacto directo se podía producir una o dos veces a lo largo de la vida como algo excepcional, se vislumbraba el líder rodeado de autoridades y entre baños de multitudes. La proximidad actual al líder carismático, la exposición, y el examen constante de sus actitudes y sus actos ha producido la

---

<sup>16</sup> ROTH, Guenther. “I Virtuosi e la Contro-cultura. Sull’utilità tipologica del concetto di *carisma*”. En: *Rassegna Italiana di Sociologia*, 1973, núm. 3, pp. 431-452.

<sup>17</sup> O’NEILL, Michael. *The Roar of the Crowd. How Television and people are changing the World*. New York: Times Book, 1993.

necesidad de los asesores políticos en vistas a vender una imagen que suscite adhesiones y facilite la credibilidad. O'Neill destaca que en la época de Churchill y De Gaulle primaba el discurso, la palabra pero el estilo político tuvo que cambiar con la llegada de la televisión.<sup>18</sup> El líder no puede huir, en su forma de hacer política, de la lógica de los medios. Se produce una relación de influencia mutua entre medios, líder y público. Por un lado, los medios manipulan el público, por otro, los líderes son manipulados por el público que es quien determina la clase de líder que quiere. Hay que tener en cuenta, también, que la televisión es un arma de doble filo, pues, es capaz de transformar la vida en imágenes concentradas. Sin embargo, al mismo tiempo que mitifica al líder puede desacreditarlo. Este dominio de la televisión en las campañas electorales ha comportado un énfasis de la personalidad por encima de la sabiduría, las impresiones superficiales, las acciones inmediatas en vez de los procesos.<sup>19</sup> En definitiva, la imagen trucada de la realidad. Cavalli insiste en el problema de la aculturación política de la masa electoral, este aspecto junto con la mitificación del candidato pueden llevar una *elección cautiva*. Propone que los debates televisivos en vez de ser una difamación y lucha entre adversarios podrían consistir en mostrar a hombres de cultura, especializados, que demostrasen sus capacidades y expusiesen sus intenciones.<sup>20</sup>

Esta democratización y debate constante de las elites políticas puede llevar a que se rechace, se quebrante la legitimidad carismática del cargo pues ésta no es suficiente para considerarla válida sino va acompañada de acciones que satisfagan a la población. Una de las conclusiones a las que llega Miller en su libro es que las personas mayores tienen una imagen más favorable de los políticos de toda clase. Esto nos lleva a la creciente falta de credibilidad de los líderes políticos entre la población más joven. Todo

---

<sup>18</sup> Ibid.

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> CAVALLI, Luciano. *Governo del Leader e Regime dei Partiti*. Bologna: Il Mulino, 1992. (Universale Paperbacks Il Mulino, 267).

ello sumado a la inexistencia de teorías políticas y nuevas ideologías alternativas como garantes de la mejora social produce un incremento de la violencia entre los jóvenes, grupos antisistema que dañan los centros de poder mostrando su descontento pero sin alternativas políticas, simplemente muestran su fuerza y su rechazo.

Existe una falta de alternativas a las contradicciones de la sociedad capitalista occidental; una falta de credibilidad en los líderes políticos y en su capacidad para conseguir soluciones. Esto produce una traslación del carisma político hacia otras esferas de lo sagrado: la supervivencia del planeta, la erradicación del hambre en el mundo, las guerras, la alta mortalidad, la aplicación de los derechos humanos. Así, el carisma y su valor de trascendencia se trasladan hacia otras esferas o ámbitos. Giner y Tàbara hablan de la nueva racionalidad ecológica y destacan la importancia de la *piEDAD cósmica*.<sup>21</sup> Ésta consiste en el mito planetario que tiende a una forma de temor natural y ritualismo. Estos autores argumentan que el carácter ecológico de la racionalidad viene determinado por su valor ético, nos demuestran que hay una relación íntima y delicada entre lo racional y la ética. La *piEDAD cósmica* proviene del lenguaje universal que puede estar integrado en distintas situaciones e instituciones. Hay distintos hechos sociales que no tienen nada que ver con lo ecológico y la racionalidad ecológica: el sistema monetario, las elecciones cada cuatro años, el comercio cultural. La irracionalidad de estas instituciones tiene que verse en relación a su inadecuación a los objetivos ecológicos.<sup>22</sup>

Por otro lado, a partir de la década de 1980, como describe Naomi Klein,<sup>23</sup> las empresas como Nike y Microsoft lo principal que producían ya no eran productos sino las “imágenes” de sus marcas. Su verdadero trabajo no consistía en manufacturar sino

---

<sup>21</sup> GINER, Salvador; TÁBARA, David. "Cosmic Piety and Ecological Rationality". En: *International Sociology*. Marzo 1999, vol. 14, núm. 1, pp. 59-82.

<sup>22</sup> Ibid.

en comercializar. Lo importante es crear y fortalecer la imagen de sus marcas. A partir de la década de 1990 las multinacionales como Nike se han hecho eco en sus campañas publicitarias de la preocupación social por el racismo y en defensa de la igualdad. Así pues, han elaborado anuncios y eslóganes antirracistas y feministas que han levantado en cólera a la población. De hecho Klein defiende la hipótesis que una vez se conozcan con más profundidad las formas de explotación en países del Tercer Mundo de las empresas o compañías transnacionales (Nike, Barbie, Starbuck, Shell) habrá una mayor oposición de la población que provocará una conmoción política en el futuro. La oposición a las multinacionales es el tema que va a seducir a los nuevos rebeldes. Además se trata de una militancia mundial que utiliza la red y puede llegar a cualquier parte del mundo.<sup>24</sup>

Estas nuevas formas de racionalidad y de ética conllevan una pérdida de legitimidad de los sistemas democráticos, de instituciones oficiales que se debaten cada día en un intento por modernizarse y reafirmar sus postulados y organismos dentro de la nueva racionalidad ecológica basada en los derechos humanos de las personas y del planeta. El carisma tiende a situarse dentro de estos valores éticos que se acercan a una racionalidad de los recursos del planeta, de las actitudes y de los valores.

Por un lado, se está produciendo una revalorización del individuo, de la individualidad como agente creativo que aporta su propia razón, que plasma su singularidad y las capacidades creativas de cada individuo, especialmente, en el ámbito artístico. Esto trasladado a la política comporta una valoración de los líderes que se convierten en portavoces de los descontentos y las reivindicaciones sociales. Por otro lado, no podemos olvidar que el carisma tiene sentido en relación con la comunidad, es un elemento importante para preservar el sentido de comunidad, mantener las

---

<sup>23</sup> KLEIN, Naomi. *No logo. El poder de las marcas*. Barcelona: Editorial Paidós, 1999, (Paidós contextos).

emociones y los rituales comunes, por lo tanto es un aspecto importante de la vida porque alrededor de objetos, lugares y personas se comparte un sentimiento común, una emoción compartida.

En cuanto al liderazgo, el líder puede aportar ese sentimiento y sobre todo su utilidad se centra como catalizador de la voluntad del grupo y preservador del bien común más allá de los intereses individuales. El líder debe aportar cohesión al grupo, saber lidiar con un posible conflicto y también transportar al campo de la emoción común, como energía que favorece a la labor para la comunidad y da trascendencia a la propia vida. El liderazgo democrático debe asentarse en las bases de la comunidad su ritual y su pluralidad, estas son las bases del liderazgo carismático democrático. La falta de conexiones o relaciones sociales y la crisis social son los cimientos, los fertilizantes para el crecimiento del liderazgo demagógico y antidemocrático.<sup>25</sup> El carisma puede llegar a manipular, nublar el pensamiento y atraer a los codiciosos a su vera sin importar los extremos trágicos y espeluznantes a los que puede llegar como en el caso del Holocausto judío. Éste es sin duda el lado oscuro del carisma, su capacidad para manipular las masas y conducir la humanidad hacia fines ética y humanamente indeseables. En el porvenir debemos confiar en los sistemas democráticos, tanto en la democracia liberal o representativa y la democracia participativa, en las formas desarrolladas en occidente, como marco legal e histórico garante del respeto a los derechos humanos y de una convivencia cívica. Tampoco podemos olvidar que el líder

---

<sup>24</sup> Ibid.

<sup>25</sup> La fractura de la sociedad alemana en la década de 1930 favoreció el surgimiento del liderazgo demagógico de Adolf Hitler. GARDNER, John W. *El Liderazgo*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano, 1991 [1989] (Colección Estudios Políticos y Sociales). Hay que matizar que uno de los grandes enigmas de la historiografía actual es como toda un estado en proceso de modernización fue capaz de seguir las consignas de un líder patológico como Hitler. KERSHAW, Ian. *Hitler 1889-1936* Barcelona: Península -Altaya, 1999.



es un difusor y revitalizador de los valores y las creencias compartidas, tiene una capacidad para motivar al grupo,<sup>26</sup> para difundir y cohesionar.

El carisma permanecerá presente en los procesos de transiciones democráticas, así como en las guerras, puesto que estas situaciones de cambio resaltan la importancia del líder político como guía y salvador<sup>27</sup> en procesos de transformación histórica. En las democracias del futuro el carisma aparecerá como forma de garantizar la defensa de los ideales de un grupo y de compartir una misma estrategia par conseguir bienes políticos a su favor. Una forma también de compartir emociones y unos objetivos comunes a veces muy simplificados con el bipartidismo centro-derecha o centro-izquierda en que terminan las contiendas. Sin duda, otra de sus dimensiones será el carisma mediático elaborado para las campañas electorales con la finalidad de conseguir el mayor número de votos.

Un peligro en las democracias reside en una utilización desmesurada de los medios de comunicación por parte de los líderes políticos en las contiendas electorales, como es el caso de Berlusconi en Italia. Las campañas electorales tenderán a una mayor personalización como viene sucediendo en los EE.UU.,<sup>28</sup> si bien la tradición ideológica de dualidad izquierda derecha será todavía un elemento existente en las contiendas electorales. En el futuro se debería regular la utilización en política de los mecanismos de publicidad y sobre todo de aparición en los medios debido a la fuerte influencia en la opinión pública de estos mecanismos.<sup>29</sup> Hay que señalar, que la fabricación de la

---

<sup>26</sup> GADNER, John W. *El liderazgo*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano, 1991, (Colección Estudios Políticos y Sociales).

<sup>27</sup> Willner destaca esta característica del líder cuya persona se compara con Dios o con el salvador. Por ejemplo, cita a Mussolini y Hitler. Sin embargo, lejos de los fascismos podemos también encontrar este vínculo religioso en las democracias. WILLNER, Ann-Ruth. *The Spellbinders. Charismatic Political Leadership*. New Haven: Yale University Press, 1984.

<sup>28</sup> PADULA, Valentina Leonarda. *Party Campaigning in Italy: Changes in Political Communication Strategies between the First and Second Republic (1983-1994)*. Michigan: U.M.I. Dissertation Services. A Bell & Howell Company, 1997. (Microfilm, 9736612.)

<sup>29</sup> La emergencia de las televisiones privadas ha cambiado el estilo de las campañas políticas en Italia desde la década de 1980, si bien se han establecido bandos respecto a su utilización. Los cambios

escenografía política, la teatralización de los eventos políticos alrededor de los líderes tenderá a cuestionarse, en parte por los casos de corrupción y desencanto de la clase política, en parte por la falta de credibilidad de estos eventos. Así, la veracidad y la utilidad de la política están siendo cuestionadas. Sin duda asistimos a una crisis del concepto de verdad,<sup>30</sup> la sociedad virtual y el conocimiento de los políticos y de la política a través de los medios es puesto cada vez más en entredicho como realidad. No hay instrumentos o elementos para medir la política, se ha producido también una mercantilización de la política, frente a los partidos de masas y en menor medida de los sindicatos. Con la “democratización” de la televisión, ésta se está convirtiendo en un reflejo de las masas de personajes cotidianos con los que la mayoría de la población puede identificarse. Se revalora lo cercano, lo igual, para empezarse a rechazar lo diferente. Los líderes políticos serán más valorados por su audacia, su inteligencia política que por su posición trascendente o mítica que se deriva de sus cargos, está se encontrará fuera del poder político, cerca de la propia religión, de las organizaciones civiles, ONGs, artistas, personajes de la prensa rosa.

Por otra parte, podemos hablar de una tendencia a la americanización de las democracias europeas, donde la importancia de los parlamentos convive con una mayor importancia de los líderes políticos, en una personalización de las campañas electorales y de la política en general. Si bien Cavalli<sup>31</sup> defiende la importancia del liderazgo en la democracia para evitar la fragmentación política y la inoperatividad crítica la democracia Norteamericana. Los parlamentos deben ser los garantes de la pluralidad democrática y su influencia en la política no es nada desechable como marco de las

---

consistieron en el aumento de programas de televisión, *shows* televisivos y debates con características de los candidatos. Sobre todo en la década de 1990 se hizo patente una mayor personalización de las políticas como consecuencia de un nuevo sistema electoral, la crisis de los partidos tradicionales y una mayor utilización de la televisión en las campañas electorales. Ibid.

<sup>30</sup> GINER, Salvador; TÁBARA, David. "Cosmic Piety and Ecological Rationality". En: *International Sociology*. Marzo 1999, vol. 14, núm. 1, pp. 59-82.

distintas verdades. Los líderes continuarán asistiendo a una modificación de la imagen del candidato por los *consulting politics* que irá desde la transformación del aspecto físico, hasta la mitificación de su historia personal y de las relaciones personales, si bien, se tiende a buscar, por lo menos aparentar, la naturalidad. En la actualidad, el verdadero carácter del candidato político nace bajo la imagen escogida de los consejeros electorales. Los temas se reducen a eslóganes y a moralismos abstractos con la finalidad de reducir el subconsciente de las masas. Las campañas más sofisticadas consisten en que los candidatos deben captar el ánimo popular. El presidente debe usar la oratoria, debe tocar los sentimientos de la gente y saber dar voz a sus deseos. La “presidencia demagógica” se ha desarrollado con el desarrollo de los medios y sobre todo de la televisión. El nuevo cesarismo se hace con la “imagen” y la “demagogia”.<sup>32</sup> El desarrollo de la tecnología (tren, radio y finalmente la televisión) ha jugado un rol muy importante en la “personalización” de la política y sobre todo en la elección plebiscitaria.<sup>33</sup>

La “imagen” es la representación valorativa que un sujeto se forma del otro y que determina la relación de un sujeto hacia el otro. Todos poseemos una imagen como actores sociales. La “imagen pública” es la imagen de otro con la idea de una cierta cultura para los asuntos públicos. Hay una “reflexión analítica” de la imagen; una “simpatía” una atracción. No podemos olvidar la importancia del “humor”.

Yo añadiría que un elemento innovador que podemos situar en las elites políticas desde el proceso de *impeachment* contra Bill Clinton es la confesión honesta, el arrepentimiento público de los mandatarios en un acto de valor ante las cámaras. Es un reconocimiento a la humanidad del líder carismático, que es capaz de confesar su culpa,

---

<sup>31</sup> CAVALLI, Luciano. *Governo del Leader e Regime dei Partiti*. Bologna: Il Mulino, 1992. (Universale Paperbacks Il Mulino, 267).

<sup>32</sup> CAVALLI, Luciano. *Il Presidente Americano*. Bologna: Il Mulino, 1986, p. 44

<sup>33</sup> Ibid. p. 94.

su error ante sus electores y su nación. Este hecho, por un lado, parece marcar una tendencia hacia el sentimiento de igualdad entre todos los ciudadanos indistintamente al cargo que ocupen. Por otra parte, otorga grandeza y dignidad al líder político que supo reafirmar su carisma. No deberíamos permitir que la política se convierta en un negocio más y debemos preocuparnos para que responda realmente a unos valores y unos objetivos compartidos con la finalidad de garantizar el bien común.

## 10. A MODO DE CONCLUSIÓN

A lo largo de la presente disertación he intentado exponer las ideas de la teoría sociológica que he considerado claves para abordar el concepto de carisma político. En esta reflexión final comentaré algunos de sus aspectos más destacables. Como he mencionado a lo largo del estudio, el carisma es un concepto inabarcable, escurridizo e inefable. Difícil de abordar en su plenitud, puesto que se basa en aspectos subjetivos, como las emociones, las percepciones y la propia genuidad humana. Mi aproximación intenta indagar en las bases teóricas que nos permitan abordar el fenómeno desde la racionalidad, destacar algunos aspectos del carisma político en las sociedades actuales y perfilar las circunstancias favorables a la aparición del liderazgo carismático.

La preocupación por la política como elemento fundamental para la dirección y organización de las sociedades suscita el interés de los pensadores sociales por indagar en la mente de aquellos individuos que se muestran más dotados para lidiar y guiar el pueblo y cuya habilidad como dirigentes políticos es puesta de manifiesto en su bautizo político, en el caso de líderes de partidos políticos, o en la actuación política desde la marginalidad. Conseguir el dominio político es una preocupación que proviene de los clásicos (Platón, Aristóteles, Maquiavelo). Astucia, sagacidad, *virtud* política y disciplina son algunos de los atributos que deben poseer los grandes hombres, los príncipes. Teóricos anteriores a Weber, como Carlyle, intentaron abordar el fenómeno pero no lo consiguen plasmar plenamente. El carisma no es tan solo las características personales que poseen algunos individuos, sino ese don que los hace excepcionales. Admiran la capacidad de ser alabados por las masas, su dominio de las mismas, que los legitima como líderes.

Weber es el primer autor que aborda la definición y la complejidad del carisma en su dimensión política. Consigue establecer las claves para poder analizar aquellos líderes carismáticos anteriores y contemporáneos a su época. Su fascinación por el carisma es tal que considera que es capaz de cambiar el curso de la historia. Como Carlyle, Weber otorga una enorme trascendencia histórica a los líderes políticos excepcionales, transformadores, y considera que su actuación política es capaz de cambiar el curso de la historia. La influencia de la historiografía marxista ha relegado a un segundo término la importancia del liderazgo y de las elites políticas, para centrarse en aspectos de la historia social, de la actuación de los movimientos sociales y las ideologías. Los líderes carismáticos como Napoleón, Mao, De Gaulle lideraron a las masas y consiguieron con su política cambios estructurales en sus sociedades respectivas. Despertaron, sin duda, el fervor y la pasión popular. El concepto de efervescencia religiosa de Durkheim sirve para describir la relación carismática entre el líder y sus adeptos.

Desde la psicología destacan los trabajos de Le Bon y Freud sobre las muchedumbres. El líder político es capaz de dominar a las mismas a través de un liderazgo que mueve multitudes hipnotizadas por el eros de su líder, con la consecuente pérdida del yo individual en medio de la libertad que otorga el yo colectivo. Shils es el gran teórico después de Weber que destaca la importancia del carisma y establece la centralidad y la dispersión del mismo en función de la posición social, cultural y política que ocupa en la sociedad. Asimismo, expone la capacidad del carisma de generar orden social y estructurar la sociedad a partir de un centro carismático de mayor poder y respeto, y una periferia social donde el carisma aparece disperso.

A lo largo de todo el texto me he preguntado cómo podemos definir el carisma político en la modernidad. Weber efectúa una definición fundamental para abordar el

concepto de carisma. Es la primera aportación teórica que analiza detalladamente el fenómeno del liderazgo carismático, sin embargo, como expondremos más adelante, su aportación es insuficiente frente a los nuevos retos de la modernidad. Por un lado, considero que no se puede pretender describir una única forma de carisma, podemos hablar del carisma fascista, de multitudes, democrático, mediático y del carisma de las mujeres, basado en gran medida en la cultura de la sensualidad, la atracción del otro, el vestir a la moda y la gestualidad, que en cierta medida son algunas de sus aportaciones y, por otra parte, el carisma de los movimientos sociales antisistema. También, se pueden establecer distintos grados de adhesión carismática como ya apuntaba Shils, por bien que son difíciles de cuantificar.

El carisma es un elemento existente en todas las sociedades. A medida que nos acercamos al occidente actual veremos como si bien la religión y el ritual tienden a desaparecer y a practicarse en menor medida con el proceso de secularización, el carisma permanece y simplemente se transformará como consecuencia de los cambios en la modernidad. La secularización no ha afectado su existencia simplemente lo ha transformado. El carisma político, a su vez, es un atributo perenne que puede mitigarse por un tiempo en un líder político pero siempre es susceptible de reaparecer. El carisma puede difuminarse pero un líder carismático siempre puede resurgir de sus propias cenizas. El carisma surge y resurge. La indagación teórica debe servirnos para poder describir las distintas formas en las que se muestra y manifiesta el carisma, desde la entrega de las masas en cuerpo y mente, en que inciden Le Bon y Freud, hasta la adhesión más racional que se produce después de una observación crítica del líder político. El carisma en el mundo actual es multidimensional, puede surgir en cualquier lugar del mundo y abarcar aspectos religiosos, políticos, étnicos y económicos.

Los seguidores del guía perciben al líder carismático como extraordinario y le otorgan un aura de divinidad. El carisma forma parte de lo numinoso. El líder político pasa a encarnar los valores de divinidad y de mito de otra forma inexistente en una sociedad secularizada y cada vez más apartada de lo impredecible e inexplicable, puesto que en las sociedades occidentales todo tiende a tener una explicación, a ser predecible y a poderse resolver. El discurso del líder, su capacidad de plasmar con exactitud los sentimientos y las preocupaciones de sus seguidores pueden provocar el llanto y el fervor entre sus adeptos. El carisma está envuelto de un elemento místico. El líder se convierte en un símbolo que al igual que el Mesías se sigue, se respeta y se alaba, puesto que es el garante de la salvación terrenal. El carácter mesiánico se observa más claramente en regímenes totalitarios que en democracias maduras. A la vez, el líder tiene la capacidad de apaciguar las multitudes, de frenar su desenfreno consiguiendo la *“publicas pietas” que canaliza pasiones, sublima frustraciones y sosiega el extremismo*. El carisma es una forma de reordenar la sociedad, de conseguir la implicación de la ciudadanía sin imposiciones.

Esta adhesión irracional al líder, la entrega, tiende en las democracias occidentales actuales a producirse después de un cierto proceso de racionalización. O sea, el carisma en las sociedades occidentales no está exento de un cierto grado de racionalización. Por otra parte, los líderes políticos democráticos tienden a tomar sus decisiones y a actuar más racionalmente. Entre los electores, previamente, se ha producido un proceso racional con más o menos profundidad o detenimiento que lleva finalmente a la aceptación del líder. Se valoran las palabras, sus discursos, sus políticas, lo que simboliza el líder y, finalmente, se le considera un líder apto, se le acepta como representante.



Los símbolos lo llevan a encarnar al elegido, al Mesías que debe llevar adelante con justicia la nación, el estado o incluso la civilización que representa. Aspecto éste que observamos tanto en el mundo occidental como oriental, en parte como consecuencia del proceso de mundialización y de superación de fronteras. Esto nos lleva a una distinción entre el carisma democrático, correspondiente a los sistemas democráticos occidentales, y el carisma de sociedades donde existen dictaduras, movimientos religiosos y guerrillas, en cuyo caso el carisma estaría relacionado con los movimientos de masas y con el fervor religioso. Los seguidores tienen una fe ciega en su líder como elemento de lucha para conseguir mejoras políticas, culturales y sociales. No podemos dejar de tener presente la necesidad de mejoras económicas, de ayudas humanitarias y de inversión en infraestructuras, porque son elementos fundamentales para el proceso de democratización, una herramienta que no puede permanecer en el olvido.

La enorme e imprescindible aportación de Weber sienta, pues, las bases del concepto, aunque no llega a poder abordar la transformación del carisma ante los medios de comunicación de masas. La difusión radiofónica de los discursos políticos primero, y sobre todo, la aparición de los líderes políticos en la televisión, han revolucionado la escenografía y la dimensión del fenómeno carismático. En la modernidad nos encontramos con el carisma político mediático. Se ha generado una industria alrededor de los líderes políticos, existe una manufactura del carisma: el marketing político de los candidatos. Estos se comercializan como un producto más de las sociedades de consumo. La capacidad de disponer de medios de comunicación de masas permite llegar a cotas de población insospechables y ha convertido la creación del carisma mediático en un elemento imprescindible para la política.

En las democracias occidentales el carisma es un factor que permite manipular, o por lo menos, influir en las masas y además legitimar a los candidatos. Es una forma de conseguir los votos necesarios para acceder al poder. Las campañas electorales cuidan todos los detalles para mostrar una imagen institucional de los candidatos que transmita capacidad de gobierno. Se resaltan aquellas características del líder que se consideran ampliamente aceptadas y valoradas, y se mitigan o intentan omitir los “defectos” del candidato (posturas, aspecto físico, gestualidad). La retórica no es solo el discurso, conlleva también la gestualidad, la expresión, junto con la genuidad, la originalidad política no excesiva y el vestir a la moda. Todo ello son elementos que otorgan carisma y que disponen de una gran difusión mediática. No podemos tampoco olvidar el rostro del carisma, el transferir una imagen de juventud, el mostrar una sonrisa amplia i transparente como símbolo de sinceridad y “paz interior”.

Además de los aspectos mencionados hay otro elemento importante relacionado con el carisma en la modernidad que es el de la identidad. El líder es vivido como algo propio, como "uno de los nuestros"; cada vez más su persona se acerca con sus ademanes y actitudes a lo cotidiano, a lo familiar, su sencillez, llaneza y jovialidad lo acercan al hogar de cada uno de los ciudadanos. Éste llega a convertirse en el prototipo de la sociedad a la que representa, sus ademanes, su forma de expresarse, su discurso, representan al ciudadano. Así pues, el líder se convierte en un símbolo y en el garante de la nacionalidad a la que representa. Se produce una mimesis, tendencia a identificarse con el líder político. El sentimiento patriótico e identitario es una fuente de carisma. El nacionalismo y el carisma se encuentran en el mundo de los sentimientos y las emociones. Los líderes históricos carismáticos, Napoleón, Mao, Gandhi, Fidel Castro sus liderazgos aparecen a menudo relacionados con el aspecto patriótico o nacionalista, sin embargo se puede ser carismático, como Rosa Luxemburgo y defender

el internacionalismo. En cualquier caso la identidad como mujeres, como marxistas estaría presente. No podemos desvincular el carisma de la identidad, entre el líder y el grupo se produce un sentimiento identitario. El líder carismático se convierte en el baluarte, en el símbolo que aglutina el grupo. Éste consigue la adhesión de los ciudadanos de ello se deduce que el carisma al igual que el nacionalismo fomenta la cohesión social. Por ejemplo, en el caso de las superestructuras europeas y mundiales un líder político carismático ayudaría a la legitimación de las instituciones y a la creación de una identidad europea, sobre todo entre aquellos sectores más desinformados y con más dificultades para aceptar y comprender el proceso de Unión Europea y de mundialización. El carisma supone depositar la confianza en el líder, en sus discursos, estos pueden ser pedagógicos para el gran público y, por lo tanto, convertirse en una herramienta para conseguir con éxito la cohesión del proceso de Unión Europea. Este aspecto que podemos considerar como positivo, sin embargo, tiene otra lectura. La complejidad de la sociedad en que vivimos, sus cambios constantes, no permiten que la gran mayoría de la población sepa como afrontarlos y fomenta la aparición de los líderes carismáticos con el consecuente peligro a la demagogia y a la manipulación de una población desinformada y asustada. No podemos dejar a un lado el componente peligroso del carisma, su lado oscuro, que nos remite a las atrocidades como el nazismo y los campos de exterminio, o la política de “limpieza étnica”, el genocidio practicado por los dirigentes serbios en Bosnia-Herzegovina, Croacia y Kosovo por lo que está siendo juzgado Milosevic en el Tribunal Internacional de la Haya. Así, una alternativa al carisma antidemocrático es el fomento de la didáctica política, conseguir un mayor conocimiento de las instituciones y de los deberes y derechos de los ciudadanos. Las instituciones, junto con la participación crítica y responsable de la sociedad, son el garante de los sistemas democráticos. Un mayor conocimiento de las mismas, una

mayor comprensión y contacto son necesarios para mejorar la participación de toda la sociedad y para contrarrestar la peligrosidad del carisma político.

En el caso de los partidos políticos el líder carismático favorece la cohesión, aunque en los “partidos carismáticos” hay la tendencia a que los órganos queden en un segundo plano frente a la voluntad del líder. A su vez, el líder carismático favorece la creación del *catch-all party*, ya que con su carisma consigue la adhesión de distintos sectores de la población. Debemos partir de la base que el carisma político es una cualidad del liderato político actual, que se convierte en imprescindible en las democracias occidentales para que una formación política pueda conseguir el máximo de votos posibles. Sin la legitimación de su líder político un partido no puede mantener su techo electoral. Así pues, el líder político carismático es un factor determinante para conseguir el voto volátil en los sistemas democráticos y para captar el electorado del centro del espectro político. En otras palabras, para obtener el triunfo electoral es imprescindible contar con un líder político carismático.

Estas reflexiones nos llevan a plantear la ambivalencia del carisma político, como característica intrínseca al concepto. Si por un lado nos encontramos con su elemento integrador y de cohesión que puede incluso fomentar la participación del tejido social<sup>1</sup>, fomentar la sociedad civil, por otro lado puede empobrecerla. Además, su base arracional o hasta irracional puede provocar conductas inusitadas, impensables desde una lógica cabal. Abundan los ejemplos, desde el nazismo con el exterminio judío o los atentados terroristas en Nueva York y el Pentágono en 2001. El carisma no sólo se encuentra entre los movimientos sociales antiglobalización que se manifiestan en los países ricos, como en el caso de Seattle, o destruyen un McDonald como protagonizó el carismático agricultor francés José Bové. También, lo encontramos en

---

<sup>1</sup> Me refiero a que puede fomentar el asociacionismo y la vida cultural de las ciudades y los pueblos, puesto que en estos niveles también encontramos líderes carismáticos.

líderes de movimientos armados como el caso de Osama Bin Laden, que tienen recursos para hacer peligrar el orden político y económico occidental. Su fuente es concreta pero es ubicuo y difuso por naturaleza.

Debemos partir de la distinción entre carisma y liderazgo político cuyas fronteras, sin embargo, son enormemente difusas en muchos momentos. El carisma es aquel aspecto del liderazgo que hace referencia al mundo de las emociones y de los sentimientos y que está en estrecha relación con la valoración que hacen los seguidores del líder. Los atributos de un líder político contribuyen a la posesión del aura de los políticos, forman parte de lo numinoso. Los líderes son vistos como excelsos por sus seguidores, se acercan a la divinidad cuyo aspecto favorece el aumento del número de seguidores. La multitud da muestras de afecto hacia el líder político que pueden ir desde el intento de tocar las manos del líder, besarlo, ovacionarlo e incluso poner su nombre a los niños.

No obstante, el carisma puede fabricarse. Se puede crear una escenografía para la actuación del líder que fomente el sentimentalismo, el sentimiento patriótico, el dolor por la pérdida, el amor a los niños. El fomentar la creación del carisma será una herramienta para fortalecer aquellos liderazgos políticos débiles que no consigan demostrar algunas de las características mencionadas más arriba. En otras palabras, la fabricación del carisma puede convertirse en un mecanismo para legitimar aquellos liderazgos políticos poco consistentes que demuestran una cierta incapacidad ante situaciones cotidianas y sobre todo en situaciones extremas de crisis.

En momentos de crisis y de transiciones políticas es propicia la aparición del líder carismático puesto que tiene la oportunidad de demostrar su habilidad política, saber estar a la altura de las circunstancias. Las situaciones de crisis debido a la inestabilidad e incomprensión favorecen, por lo tanto, el nacimiento o consolidación de

líderes carismáticos. Como Ulises, el líder político carismático debe demostrar sus capacidades políticas, su heroicidad, como si de un rito de pasaje se tratase, debe mostrar su talento, convencer y así acceder a la cúspide política al reafirmar su cargo. Así, las características asociadas al liderazgo como la astucia, la ambigüedad, la agilidad mental, el pragmatismo, también otorgan carisma. Para el análisis del carisma de un líder político determinado es necesario analizar sus características personales, la manufactura de su carisma, su retórica, sus referentes políticos, sus discursos y sus políticas. A su vez, se debe tener en cuenta las características posicionales de su mandato (estructura constitucional, sistema de partidos), las oportunidades y restricciones internas y externas (tradicción cultural; limitaciones políticas, sociales y judiciales; habilidad para convertir las limitaciones en oportunidades; prestigio del estado; conferencias internacionales).

El líder carismático es la persona en la que se confía para depositar el voto y otorgar la responsabilidad política. El carisma está presente en el mito cinematográfico, en el ídolo musical y en el héroe social o político. En todas aquellas personas que protagonizan gestas consideradas heroicas y cuyas actuaciones son consideradas magistrales. La imagen es un elemento imprescindible para entender el carisma en las sociedades modernas. La belleza, la gestualidad y la moda son elementos que acompañan no solamente a los artistas también a los políticos en un mundo donde la apariencia es un valor fundamental. La seducción de la palabra y de la imagen son factores que entran en juego en el marco de las democracias modernas. Todo individuo que sea considerado un símbolo de identidad del grupo que representa puede convertirse en carismático. La aceptación de su imagen estará en función de los valores del grupo que representen. Sin duda, la belleza física y la juventud son valores que en la cultura occidental y en las democracias occidentales favorecen la adquisición del carisma. Otro

aspecto vinculado al carisma es la honestidad, se cree en la veracidad de las palabras del líder carismático. El líder político debe inspirar confianza y ser percibido como el garante de la verdad. Se confía en su sinceridad y en su acceso a lo santo y verdadero pues es el sacerdote de la verdad. Sin embargo, a través de las imágenes se puede manipular la verdad, se puede crear una verdad publicitaria sin que se corresponda a lo que realmente está sucediendo entre candilejas.<sup>2</sup> Esta creación y manipulación de la verdad favorece las apariencias y está empezando a cuestionar el orden político y social.

Tampoco podemos dejar de relacionar el carisma con los regímenes populistas, con su gran capacidad de movilizar a las masas, con discursos demagógicos donde se ofrecen mejoras para la situación económica y social de los sectores populares. En las democracias occidentales se incluyen en los discursos políticos mejoras en temas como la alimentación, la sanidad, las pensiones, la vivienda, la juventud, la situación de las mujeres. Todos estos aspectos son tratados en un lenguaje coloquial, con referencias a vivencias de la cotidianidad, con lo cual se consigue generar un interés popular y, a la larga, se convierte en un mecanismo para adquirir adeptos políticos, gracias a discursos que en ocasiones son demagógicos y que incluso podemos calificar de populistas.

A pesar de todo lo expuesto, el concepto de carisma político es un término que genera confusión y dificultad para su definición. ¿Cuándo podemos utilizar el vocablo? Según Weber el carisma no puede transmitirse ni aprenderse, sin embargo, nos encontramos con la manufactura del carisma en las democracias occidentales postweberianas. Los candidatos en las democracias occidentales están sometidos al maquillaje político, a la mejora de su imagen con la finalidad de obtener mayores cuotas de popularidad. Sin duda, en las democracias occidentales todos los candidatos poseen sus grados de carisma, pues es imprescindible para los candidatos. Los regímenes no

---

<sup>2</sup> Según Salvador Giner la propia estructura de los medios, su lenguaje introduce la perversidad y la facilidad de manipular los acontecimientos. Los medios no son neutros y objetivos sino subjetivos.

democráticos como las dictaduras fascistas de Hitler y Mussolini, consiguen grandes movilizaciones de multitudes, quienes vitorean, aclaman y ensalzan a sus líderes con gestos con los brazos y con un gran fervor. Muchedumbres que parecen capaces de mover montañas.

Respecto a la utilización del término carisma por la prensa, ésta no ayuda a una mayor comprensión del fenómeno. El término carisma se ha utilizado indistintamente para destacar líderes democráticos como dictadores. Definir simplemente a un líder como carismático puede ser un criterio simplista y reduccionista. Debemos indagar qué se esconde debajo de esa gran aceptación electoral, del fervor de la población en sus discursos y de su imagen. Cómo pueden los líderes políticos recibir un trato de semidivinidad en un mundo secularizado donde algunos políticos y artistas aparecen como los nuevos dioses de la modernidad. Se ha producido una banalización del término carisma político por la prensa al utilizarlo de manera indistinta sobre todo para destacar el éxito del líder político, su excepcionalidad que es noticia en el momento pero sin fundamentos teóricos que perfilen el tipo de carisma, la trayectoria histórica y los momentos donde se han podido producir llamadas carismáticas a la población por parte del líder. El término se ha convertido en un comodín para definir tanto a dictadores como a líderes democráticos. Los argumentos que encierra la utilización del atributo carismático corresponden a la capacidad de triunfos electorales reiterados, a la movilización de multitudes. Si comparamos la banalización del término por la prensa ésta es menor que si analizamos la difusión del vocablo en el habla popular, donde la palabra se relaciona más con el atractivo personal, con la genuidad y con la identidad de lugares. Hay individuos que tienen un atractivo personal que les facilita el contacto con el grupo, su magnetismo atrae a la conversación y a la aparición de las emociones, pero ello no tiene porque estar vinculado a valores políticos, sino al atractivo personal y



físico; es decir, a la percepción subjetiva por el otro. La atracción facilita la comunicación, la hace más agradable, favorece que se mantenga y, por lo tanto, todo ello fomenta el carisma. Sin duda, la capacidad de comunicación es otro agente fomentador de carisma.

Podemos concluir que todo líder político posee carisma, en mayor o menor medida. Los medios de comunicación de masas han significado una revolución para la forma en que se muestra y se expande el carisma. Incluso un líder de una pequeña guerrilla puede en la sociedad de la información conseguir adeptos a través de una página web. Cualquier individuo con determinación tiene el poder de utilizar los medios para expandirse. El carisma se está internacionalizando. Se están formando círculos alrededor de distintas identidades que presionan el sistema directamente, sobre todo frente a la desigualdad social y económica

Las características personales del liderazgo es una fuente que otorga y construye el carisma: la agilidad mental, la capacidad de convencimiento, la demostración de autoridad, ser capaz de catalizar las ideas de la colectividad, las habilidades comunicativas, tener confianza en uno mismo, la claridad en los objetivos y la firmeza para llevarlos a cabo, una cierta clarividencia política, pragmatismo político, la ambigüedad política, ser camaleónico, polifacético, tener coraje y vigor, y por supuesto capacidad de movilizar a las masas, astucia política y sagacidad, son entre otros, aspectos que son percibidos positivamente por los ciudadanos y comportan carisma. Con ello no pretendo afirmar que todas ellas sean imprescindibles para conseguir carisma. Como hemos mencionado más arriba, el carisma se manufactura, se preparan los escenarios idóneos donde el líder puede actuar, se ultiman los detalles más proclives al sentimentalismo, se estudian los candidatos, se maquilla su imagen, su gestualidad, sus posturas. Se escriben sus discursos donde a veces el líder se convierte en un príncipe

que filosofa sobre cómo es y cómo debería ser “la sociedad” en la que vivimos. Es decir, se perfila la proyección de su imagen mediática produciéndose un sucedáneo carismático.

En las democracias occidentales de la modernidad tardía nos encontramos con el carisma político mediático, sin el cual los candidatos no pueden existir. Además yo añadiría que el triunfo electoral depende de la capacidad de transmitir valores, como los mencionados anteriormente, para que los ciudadanos-votantes ofrezcan su confianza al líder político y al partido que representa, o sea, su voto. El carisma puede formar parte del mundo de las emociones sobre todo entre multitudes, sin embargo, también está inmerso en la racionalidad, aspecto al que tiende con el proceso de racionalización y culturalización de la población. Hay una tendencia a la racionalización del carisma en la modernidad. No obstante, la emotividad carismática es todavía existente y, en cierta medida, actúa como contrapeso, compensa la pérdida de la misma en el proceso de secularización y crisis de las ideologías de la sociedad occidental. En las democracias occidentales las muestras de afecto y las emociones tienden a limitarse a momentos trascendentales como algunos acontecimientos históricos (catástrofes, tratados de paz) asimismo durante las campañas electorales. Por otra parte, las mujeres carismáticas poco presentes a lo largo de la historia en las elites políticas, salvo contadas excepciones, pueden en un futuro ocupar más cargos de poder en el mundo occidental como consecuencia de la tendencia general a una mayor participación de las mujeres en la política, a la vez que asistimos a una mayor aceptación social a que ocupen cargos de dirección política.

En cualquiera de las formas que pueda aparecer el carisma, ya sea mediático, virtual o entre multitudes, éste continúa formando parte de las sociedades de hoy. Su estrella puede irradiar a lo largo de siglos e incluso el recuerdo del líder carismático

puede permanecer en la memoria histórica transformado en forma de mito. Sin embargo, cada momento histórico tiene su posible forma de expresión carismática. A pesar que los procesos de cambio social, de crisis y las guerras lo fomenten, el carisma político puede aparecer en cualquier parte del mundo, en cualquier momento, puesto que es una característica perenne de las sociedades.

## 12. BIBLIOGRAFÍA

### Archivos y bibliotecas

Biblioteca del Instituto Juan March de Estudios e Investigaciones, Madrid.

Biblioteca Nacional, Madrid.

Biblioteca Nacional de Catalunya, Barcelona.

Biblioteca de la Universidad Autónoma, Bellaterra.

Biblioteca de la Universidad de Barcelona, Barcelona.

Biblioteca de la Universidad Pompeu Fabra, Barcelona.

Fundación Pablo Iglesias, Madrid.

Fundación Rafel Campalans, Barcelona.

### Libros, artículos y documentos

ABERBACH, David. “Charisma and Attachment Theory: A Cross Disciplinary Interpretation”. En: *International Journal of Psycho-Analysis*. Agosto-1995, vol. 76, núm. 4.  
*Charisma in Politics, Religion and the Media. Private Trauma, Public Ideals*. London: McMillan Press LTD, 1996.

ABRAMS, Richard; DAHL, Robert et al.  
*The New American Political (dis)order: an essay*. Berkeley: Institute of Governmental Studies. University of California, 1993.

ABRUZZESE, Salvatore. “Reintegrazione e carisma: riflessioni sulla religiosità in Itali”. En: *Studi di Sociologia*. Octubre-Diciembre 1996, vol. 34, núm. 4, pp. 409-411.

ADAMS, Gerry  
*Free Ireland: Towards a lasting*. Dingle: Brandon, 1995 [1986].

ADLER, Nancy J. “Global Women Political Leaders: An Invisible History, an Increasingly Important Future”. En: *Leadership Quarterly*. Spring-1996, vol. 7, núm. 1, pp. 133-161.

AGODI, Maria Carmela. “Il carisma dopo Weber”. En: *Sociologia*. Septiembre-Diciembre 1980, vol. 14, núm. 3, pp. 123-163.

AGULHON, Maurice. *De Gaulle, Histoire, symbole, mythe*. s.l.: Plon, 2000.

- AHMED, Akbar S. *Millennium and Charisma among Pathans. A Critical Essay in Social Anthropology*. London: Routledge & Kegan Paul, 1980.
- ALESSANDRA, Tony. *Charisma. Seven Keys to Developing the Magnetism that Leads to Success*. New York: Warner books, 1998.
- ALLEN, Craig. *Eisenhower and the Mass Media*. The University of North Carolina Press, 1993.
- ALLUM, Percy. "From Two into One. The Faces of the Italian Christian Democratic Party". En: *Party Politics*. 1997, vol. 3, núm. 1, pp. 23-52.
- ALMOND, Gabriel et al. *Diez textos básicos de ciencia política*. Barcelona: Ariel, 1992. (Ariel Ciencia Política).
- ÁLVAREZ JUNCO, J.; ALFÍN, D. Castro et al. *Populismo, caudillaje y discurso demagógico*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Siglo XXI, 1987. (Monografías, 93).
- ANDERSON, Perry; CAMILLER, Patrick. *Mapping the West European Left*. London: Verso, 1994.
- ANSART-DOURLEN, Michèle. "Les Rôles des individualités au cours des mutations". En: *Cahiers Internationaux de Sociologie*. 1993, vol. 40, núm. 94, pp. 71-96.
- ANSON, Luís M<sup>a</sup>. "Para terminar con Felipe González se rozó la estabilidad del Estado". En: *Tiempo*. 1998, núm. 825.
- "Anson: Fue necesario poner en riesgo el Estado para acabar con González. El ex director de *Abc* revela en la revista *Tiempo* la campaña de acoso". En: *El País*. Domingo 15 de Febrero de 1998, p. 25.
- ANTONIO, Robert J. ; GLASSMAN, Ronald M.(Ed.) *A Weber-Marx Dialogue*. Lawrence: University of Kansas, 1985.
- ARENDT, Hannah *Los orígenes del totalitarismo*. 3 vol. Madrid: Alianza Editorial, 1987 [1951]. (Alianza Universidad). *The origins of totalitarianism*. New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1973.

*Entre el pasado y el futuro. Ocho ejercicios sobre la reflexión política.* Península: Barcelona, 1996 [1954].  
*Eichmann en Jerusalén.* Barcelona: Lumen, 1999.

- ARIÑO, Antonio. *Sociología de la cultura. La constitución simbólica de la sociedad.* Barcelona: Ariel, 1997. (Ariel Sociología).
- ARISTÓTELES. *La Política.* Madrid: Espasa-Calpe, 1989. (Colección Austral, 239).
- ASGEDET, Stefanos. "Women and Education in Eritrea a Historical and Contemporary Analysis". En: *Harvard Educational Review*. Winter-1997, vol. 67, núm. 4, pp. 658-688.
- ASHBY, Ruth; GORE OHN Deborah (ed.). *Herstory: Women who changed the world.* New York: Viking, 1995.
- ASHFORD, Douglas Elliott. *La aparición de los estados del bienestar.* Madrid: Centro de Publicaciones del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1986. (Historia Social, 14).
- ATKIN, Charles; GANTZ, Walter. "Television News and Political socialization". En: *Public Opinion Quarterly*. Summer-1978, vol. 42, núm. 2, pp. 183-198.
- ATTILIO LEVI, Mario. *La lucha política en el mundo.* Madrid: Revista de Occidente, 1968. (Biblioteca de política y sociología).
- AVILLEZ, Maria Joao. *Soares.* s.l.: Público, 1996.
- AVNON, Dan. "Know Thyself. Socratic Companionship and Platonic Community". En: *Political Theory*. Mayo-1995, vol. 33, núm. 2, pp. 304-329.
- BALANDIER, Georges. *Antropología política.* Barcelona: Ediciones Península, 1976.
- BARBUTO, John E. Jr. "Taking the Charisma out of Transformational Leadership". En: *Journal of Social Behavior and Personality*. Septiembre-1997, vol. 12, núm. 3, pp. 689-697.

- BARNER-BARRY, C.; HODY, C. "Soviet Marxism-Leninism as Mythology". En: *Political Psychology*. Diciembre-1994, vol. 15, núm. 4, pp. 609-630.
- BARNES, Douglas F. "Charisma and Religious Leadership". En: *Journal for the Scientific Study of Religion*. Marzo-1978, vol. 17, núm. 1, pp. 1-18.
- BARRAT, David. *Media Sociology*. London: Routledge, 1986.
- BECKMAN, Peter; D'AMICO, Francine. *Women in World Politics*. Westport: Bergin and Garney, 1995.
- BELL, Allan. *The Language of News Media*. Oxford: Blacwell, 1991.
- BELLAMY, Richard D. *Secrets for Manifesting Your Vision, Inspiration & Purpose: How to Make Your Dreams Come True*. [En línea]. Página web, URL < <http://www.amazon.com>.
- BENASSAR, Bartolomé. "Mi visión de Franco". En: *Historia 16*. 1985, núm. 249.
- BENDIX, Reinhard. *Max Weber*. Buenos Aires: Amorrortu, 1970.
- BERGER, Peter. "Charisma and Religious Innovation: The Social Location of Israelite Prophecy". En: *American Sociological Review*. 1963, vol. 38, núm. 6.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu, 1972.
- BERZANO, Luigi. "Per una sociologia del millenio. David Lazzaretti: carisma e mutamento sociale." En: *Religioni e Societa*. Julio-Diciembre 1990, 5, 10.
- BEYME, K. von. "Party Leadership and Change in Party Systems: Towards a Postmodern Party State". En: *Government and Opposition*. Spring-1996, vol. 31, núm. 2, pp. 135-159.
- La Biblia*. B.C.I. (Bíblia Catalana Interconfesional). Barcelona: Editorial Claret, 1997.
- BILU, Yoram; Ben-Ari, Eyal. "Modernity and Charisma in Contemporary Israel: The

- Case of Baba Sali and Baba Baruch”. En: *Israel-Affairs*. Spring-1995, 1, 3, pp. 224-236.
- BLASI, Anthony J. *Making Charisma: the Social Construction of Paul's Public Image*. New Brunswick: Transaction Publishers, 1991.  
 “Office Charisma in Early Christian Ephesus”. En: *Sociology of Religion*. Fall-1995, vol. 56, núm. 3, pp. 245-255.
- BLONDEL, Jean. *Political Leadership*. London: Sage, 1987.  
 “A Framework for the Analysis of Political Leadership”. En: *Oriente Moderno*. Enero-Junio 1993, vol. 12, núm. 1-6, pp. 5-21.  
*The Links Between Appointments, Policy-Making and Patronage in Government-Supporting Parties Relationships*. Barcelona: ICPS, 1995.(Working Papers, 101).  
 “El liderazgo político en las sociedades en cambio”. En: *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Julio-Septiembre 1996, 41, 165, pp. 29-52.
- BOADELLA, Albert. “¿Quién teme al hijo del Panadero?”. En: *El País*. Miércoles 8 de Abril de 1998, p. 14.
- BOBBIO, Norberto. *Derecha e izquierda*. Madrid: Taurus, 1995.  
*El futuro de la democracia*. Esplugues de Llobregat: Plaza & Janés, 1985.
- BOFF, Leonardo. *Església, carisma i poder: assaigs d'ecclesiologia militant*. Barcelona: Claret, 1982. (Els Daus, 56).
- BORJA, Jordi; CASTELLS, Manuel. *Local y Global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid: Taurus, 1997. (Pensamiento).
- BOURDIEU, Pierre. “Champ intellectuel et project createur”. En: *Les temps modernes*. 1966, 246, pp. 865-906.  
 “Une interprétation de la théorie de la religion selon Max Weber”. En: *Archives Européennes de Sociologie*. 12-1971, núm. 1.  
 “Genèse et structure du champ religieux”. En: *Revue Française de Sociologie*. 1971, vol. XII, núm. 3.



“La représentation politique. Elements pour une théorie du champ politique”. En: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 1981, vol. 2, núm. 36-37.

“Ce que parler veut dire”. En: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. núm. 36-37.

“Sur le pouvoir symbolique”. En: *Annales*. 1977, núm. 3, pp. 405-411.

“La production de la croyance: contribution à une économie des biens symboliques”. En: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. 1977, núm. 13, pp. 3-43.

*La Distinction. Critique sociale du jugement*. Paris: Minuit, 1979.

*Questions de sociologie*. Paris: Minuit, 1980.

“Penser la politique”. En: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. 1988, vol. 3, núm. 71-72.

*Contrafocs. Reflexions útiles per a resistir la invasió neoliberal*. Barcelona: Edicions 62, 1999.

BOURETZ, Pierre. *Les Promesses du monde. Philosophie de Max Weber*. Paris: Gallimard, 1996.

BOVÉ, José; DUFOUR, François.

*El mundo no es una mercancía. Los agricultores contra la comida basura*. Barcelona: Icaria Editorial, 2001. (Antrazyt, 163).

BOYD, Richard. "Civility and Social Science: The Contribution of Edward Shils". En: *Social Science Quarterly*. Marzo-1998, vol. 79, núm. 1, pp. 242-249.

BOYLE, Anne. “Electrifying Charisma: You Have Mail”. New Haven: Paper available from *Sociology Express*. American Sociological Association, 1997.

BRADLEY, Raymond Trevor.

*Charisma and social structure. A Study of Love and Power, Wholeness and Transformation*. New York: ToExcel, 1999.

BRAUDILLARD, Jean. *In The Shadow of The Silent Majorities*. New York: Columbia University, 1983.

“Sobre la seducción. Diálogo con Rosa M<sup>a</sup> Rodríguez Magda”. En: *Claves de razón práctica*. Diciembre-1991, núm. 18.

- BREUER, Stefan. *Burocracia y carisma. La sociología política de Max Weber*. València: Edicions Alfons el Magnànim, 1996 [1994].
- BREUER, Stefan; LAROCHE, Françoise. "Le Charisme de la raison". En: *Annales*. Noviembre-Diciembre 1996, vol. 51, núm. 6, pp. 1289-1301.
- BROMLEY, David G. "Cults, Convents and Charisma. The Sociology of New Religious Movements, by Thomas Robbins. London: Sage, 1988.". En: *Contemporary Sociology*. Enero-1990, vol. 19, núm. 1, pp. 112-113.
- BROWERS, Michaelle. "Piecemeal Reform in Plato's Laws". En: *Political Studies*. 1995, XLIII, pp. 312-324.
- BROWN, Lillian. "Looking Good. A candidate's appearance can make a big difference". En: *Campaigns and elections*. Junio-1994.
- BROWNING, Gary K. "Hegel's Plato: The Owl of Minerva and a Fading Political Tradition". En: *Political Studies*. Septiembre-1988, vol. 36, núm. 3, pp. 475-485.
- BRU DE SALA, Xavier. "Teoría del Carisma". En: *El País*. 2 de Enero de 1997.
- BRYMAN, Alan. *Charisma and Leadership in Organizations*. London: Sage, 1992.
- BUENO DE MESQUITA, Bruce. "War and the Survival of Political Leaders: a Comparative Study of Regime Types and Political Accountability". En: *American Political Science Review*. Diciembre-1995, vol. 89, núm. 4, pp. 841-855.
- BURGELIN, Olivier. *La comunicación de masas*. s.l.: Ediciones Planete y A.T.E., 1974. (Libros de Comunicación Social).
- BURKE, Kathryn L; BRINKERHOFF, Merlin B. "Capturing Charisma: Notes on an elusive Concept". En: *Journal for the Scientific Study of Religion*. Septiembre-1981, vol. 20, núm. 3, pp. 274-284.
- BURKE, Peter. *Sociología e Historia*. Madrid: Alianza Editorial, 1980.  
*El Renacimiento*. Barcelona: Crítica, 1993 [1983].  
*La fabricación de Luís XIV*. Barcelona: Crítica, 1995.
- BUSTELO, Francisco; PECES-BARBA, Gregorio et al..

- PSOE. Partido Socialista Obrero Español.** Barcelona: Editorial Avance, 1976. (Serie Política, 1).
- CALHOUN, Craig. "Failure of Charisma: The Cultural Revolution in Wuhan. By Shaoguang Wang. New York: Oxford University Press, 1995". En: *American Journal of Sociology*. Septiembre-96, vol. 102, núm. 2, pp. 609-611.
- CALKOWSKI, Marcia. *Power, Charisma and Ritual Curing in Tibetan Community in India*. Vancouver: University of British Columbia, 1985.
- CAMIC, Charles. "Charisma: Its Varieties, Preconditions, and Consequences" En: *Sociological Inquiry*. 1980, vol. 50, núm. 1, pp. 5-23.
- CAMINAL BADIA, Miquel. *Manual de ciencia política*. Madrid: Tecnos, 1996 . (Biblioteca universitaria).  
"El arte de la política". En: *El País*. Martes 4 de Febrero de 1997.
- CAMP, Roderic Ai. "Women and Political Leadership in Mexico: A Comparative Study of Female and Male Political Elites". En: *The Journal of Politics*. Mayo-1979, vol. 41, núm. 2, pp. 417-441.  
*Los líderes políticos de México. Su educación y reclutamiento*. México: Fondo de Cultura Económica, 1980.
- CAMPS, Victòria. *Ética, retórica, política*. Madrid: Alianza, 1988.( Alianza Universidad, 557).  
*Democràcia paritària*. Barcelona: Fundació Rafael Campalans, 1997. (Papers de la Fundació, 119).  
*Manual de civisme*. Barcelona : Ariel, 1998.  
*Paradojas del individualismo*. Barcelona: Crítica, 1999. (Biblioteca de Bolsillo, 11).  
*El Malestar de la vida pública*. Barcelona: Grijalbo, 1996. (Hojas nuevas).
- CANETTI, Elias *Masa y Poder*. Barcelona: Muchnik Editores, 2000 [1960]. (Modernos y clásicos de Muchnik Editores).
- CANOVAN, Margaret. "Socrates or Heidegger? Hannah Arendt's Reflections." En: *Social Research*. Spring-1990, vol. 57, núm. 1.
- CAÑELLAS, Anton et al. *Les Terceres Vies a Europa*. Barcelona: Nova Terra, 1975. (Noves Actituds, 1).

- CAPPELLA, Joseph N.; HALL JAMIESON, Kathleen.  
 “News Frames, Political Cynicism, and Media Cynicism”.  
 En: *The Annals of the American Academy of Political  
 and Social Science* , AAPSS. Julio-1996, 546, pp. 71-84.
- CARDOSO, Faletto. *Dependencia y desarrollo en América Latina*.  
 México: Siglo XXI, 1969.
- CARINO, Ledivina V. “Bureaucracy for Democracy: The Struggle of The  
 Philippine Political Leadership and the Civil Service in  
 the Post-Marcos Period”. En: *Philippine Journal of  
 Public Administration*. Julio-1989, vol. 33, núm. 3, pp.  
 207-252.
- CARLYLE, Thomas. *Los Héroes*. Esplugues de Llobregat: Editorial Iberia,  
 1985 [1841].
- CARRILLO, Santiago. *La gran transición. ¿Cómo reconstruir la izquierda?*.  
 Barcelona: Planeta, 1995.
- CARLTON-FORD, Steven L.  
 “Charisma, Ritual, Collective Effervescence, and Self-  
 Esteem”. En: *Sociological Quarterly*. Fall-1992, vol. 33,  
 núm. 3, pp. 365-387.  
*The Effects of Ritual and Charisma: The Creation of  
 Collective Effervescence and the Support of Psychic  
 Strength*. New York, London: Garland Pub, 1993.
- CARRERAS, Francesc de. “El PSC tras las primarias”. En: *El País*. Jueves 30 de  
 Abril de 1998.
- CARTER, Lewis F. *Charisma and Control in Rajneeshpuram: The Role of  
 Shared Values in the Creation of Community*. Cambridge:  
 Cambridge University Press, 1990.
- CASTAÑEDA, Jorge G. *La utopía desarmada*. Madrid: Ariel, 1993. (Ariel, 129)
- CASTELLANO, Pablo *Yo sí me acuerdo. Apuntes e historias*. Madrid: Ediciones  
 Temas de Hoy, 1994.
- CASTELLS, Manuel. *Crisis urbana y cambio social*. Madrid: Siglo XXI, 1981.  
*La era de la información. La sociedad red*. 3 vol.  
 Madrid: Alianza Editorial, 2001 [1998].
- CASTILLA DEL PINO, Carlos.  
*La incomunicación*. Barcelona: Península, 1979.  
*Teoría del personaje*. Madrid: Alianza Editorial, 1989.

- CAVALLI, Luciano. *Max Weber: religione e società*. Bologna: il Mulino, 1968. (Saggi, 68).  
*Il capo carismatico*. Chicago: Il Mulino, 1981.  
*Il Presidente Americano*. Bologna: Il Mulino, 1986.  
*Governo del Leader e Regime dei Partiti*. Bologna: Il Mulino, 1992. (Universale Paperbacks Il Mulino, 267).  
*Carisma. La qualità straordinaria del leader*. Roma-Bari: Laterza, 1995.
- CERNUDA, Pilar *El Presidente*. Madrid: Ediciones Temas de Hoy, 1994. (Grandes Temas, 33).
- CHAFFEE, Steven; STACEY, Frank.  
 "How Americans Get Political Information: Print Versus Broadcast News". En: *The Annals of The American Academy of Political and Social Science*, AAPSS. Julio-1996, 546, pp. 48-70.
- CHELI, Enrico. *La realtà mediata. La influenza dei mass media tra persuasione e costruzione sociale della realtà*. Milano: Francoangeli, 1992.
- CHRISTENSEN, Terry. *Real Politics: American Political Movies from Birth of the Nation to Platoon*. New York: Basil Blackwell, 1987.
- CIPRIANI, Roberto. "Relating Charisma: John Paul II's Journeys on Television". En: *Sociological Analysis*. Winter-1989, vol. 49, núm. 4, pp. 456-457.
- CLARKE, Peter ; FREDIN, Eric.  
 "Newspapers, Television and Political Reasoning". En: *Public Opinion Quarterly*. Summer-1978, vol. 42, núm. 2, pp. 143-160.
- CLARKE, M.J (ed.). *Politics and the Media: Film and Television for the Political Scientist and Historian*. Oxford: Pergamon Press, 1979.
- CLEGG, Stewart. "Alan Bryman, *Charisma and Leadership in Organizations*. London: Sage, 1992". En: *Sociology*. 1993, vol. 27, núm. 3, pp. 551-552.
- CRIGLER, Ann N. *Psychology of Political Communication*. Michigan: The University of Michigan, 1996.
- COLE, Alistair. *François Mitterrand a Study in Political Leadership*.

- London: Routledge, 1994.  
 “Studying Political Leadership: The Case of François Mitterrand”. En: *Political Studies*. Septiembre-1994, vol. 42, núm. 3.
- COLMO, Christopher “Theory and practice: Alfarabi's Plato Revisited”. En: *American Political Review*. Diciembre-1992, vol. 86, núm. 4, pp. 966-976.
- COLOMÉ, Gabriel. *El Partit dels Socialistes de Catalunya: estructura, funcionament i electorat: 1978-1984*. Barcelona: Edicions 62, 1989.  
*Política y medios de comunicación: una aproximación teórica*. Barcelona: ICPS (Institut de Ciències Polítiques i Socials), 1994. (Working Papers, 91).
- COLOMÉ, Gabriel, et al. *Socialist parties in Europe II*. Barcelona: ICPS (Institut de Ciències Polítiques i Socials), 1992.
- COLOMER J. M<sup>a</sup>. *El arte de la manipulación política*. Barcelona: Anagrama, 1990.
- COMAS, José. “Almeida dispuesta a someterse al voto de *todos los militantes progresistas*. El 73% de los españoles partidarios de las primarias”. En: *El País*. Domingo 17 de Mayo de 1998.
- COMBS, James; NIMMO, Dan. *The New Propaganda: The Dictatorship of Palaver in Contemporary Politics*. London: Longman, 1993.
- CONFALONIERI, M<sup>a</sup> Antonietta. “Identità, Interessi e carisma nei movimenti populistici: la Lega Nord e il Poujadismo”. En : *Quaderni di Scienza politica*. Abril-1997, vol. 4, núm. 1, pp. 53-83.
- CONGER, Jay A. *The Charismatic Leader: Behind the Mystique of Exceptional Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass, 1989.
- CÓRDOVA, Arnaldo. *La formación del poder político en México*. México: Ediciones Era, 1990 [1972].  
*La ideología de la Revolución mexicana*. México: Ediciones Era, 1989 [1973].
- CORSINO, Louis. “Malcolm X and the Black Muslim Movement: A Social Psychology of Charisma”. En: *Psychohistory Review*. Spring-Summer 1982, 10, 3-4, pp. 165-184.

- COSER, Lewis A. "Ben-Gurion and the Intellectuals: Power, Knowledge, and Charisma by Michael Keren. Dekalb: Northern Illinois University Press, 1983". En: *Contemporary Sociology*. Enero-1985, vol. 14, núm. 1, pp. 88-89.
- COTARELO, Ramón. *La conspiración. El golpe de estado difuso*. Barcelona: Ediciones B, 1995.  
*El alarido ronco del ganador. Las elecciones de 1996, los medios de comunicación y el porvenir de España*. Barcelona: Grijalbo, 1996.
- COUTO, Richard A. "Narrative, Free Space, and Political Leadership in Social Movements". En: *Journal of Politics*. Febrero-1993, vol. 55, núm. 1, pp. 57-79.
- COX, Lawrence M. "Charisma & Institutionalization in Developing Countries". Mid-South Sociological Association. Paper, 1980.
- "Cristina Almeida es nega en rodó a sometre's a unes elecciones primàries. Almunia i González surten en defensa del pacte entre PSOE i Nova Esquerra a Madrid". En: *Avui*. Lunes 18 de Mayo de 1998.
- CRUZ, Miguel "El 98 desde dentro". En: *Anuario Filosófico*. 1998, vol. 31, núm. 1, pp. 25-53.
- CSORDAS, Thomas. *Language, Charisma, and Creativity: the Ritual Life of a Religious Movement*. Berkeley-London: University of California, 1997.
- CURRAN, James; GUREVITCH, Michael. *Mass Media and Society*. London: Arnold, 1996.
- CURTIS, John M. *Operation Charisma: How to Get Charisma and Wind Up at the Top*. [En línea]. Página web, URL <<http://www.amazon.com>>.
- D'AMICO, Francine *Women in World Politics*. Westport: Bergin and Garney, 1995.
- DAHL, Robert. *La Democracia. Una guía para los ciudadanos*. Madrid: Taurus, 1999 [1998]. (Pensamiento).
- DELUGA, Ronald J. "Relationship among American Presidential Charismatic Leadership, Narcissism, and Rated Performance". En:

*Leadership Quarterly*. Spring-1997, vol. 8, núm. 1, pp. 49-65.

- DEOL, D. *Charisma and Commitment: the Mind and Political Thinking of Indira Gandhi*. New Delhi: Sterling Publishers Private Limited, 1981.
- DIETZ, Mary G. “Fortune Is a Woman: Gender and Politics in the Thought of Niccolò Machiavelli, by Hannah Pitkin. Berkeley: University of California Press, 1984.”. En: *Contemporary Sociology*. Marzo-1985, vol. 14, núm. 2, pp. 215-216.
- DOGAN, Mattei. “Le Personnel politique et la personnalité charismatique”. En: *Revue Française de Sociologie*. 1965, vol. 6, núm. 3, pp. 305-324.
- DOLMAN, Everett Carl. “Obligation and the Citizen-Soldier: Machiavellian virtù versus Hobbesian Order”. En: *Journal of Political and Military Sociology*. Winter-1995, vol. 23, pp. 191-212.
- DORNBUSH, Rudiger; EDWARDS, Sebastian. *The Macroeconomics of Populism in Latin America*. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1991.
- DOSTAL, Robert. “Friendship and Politics. Heidegger's Failing”. En: *Political Theory*. Agosto-1992, vol. 20, núm. 3, pp. 399-423.
- DOUGHERTY, Joyce. “A Dramaturgical Analysis of the Production of Social Crisis in the Media”. En: Michigan: U.M.I. Dissertation Services. A Bell & Howell Company, 1988.
- DOW, Thomas E. JR. “An analysis of Weber's work on Charisma”. En: *British Journal of Sociology*. Marzo-1978, vol. 29, núm. 1, pp. 83-93.
- DOWNING, John. *Radical media: rebellious communication and social movements*. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, 2001.
- DRAKE, Helen. “Political Leadership and European Integration: The Case of Jacques Delors”. En: *West European Politics*. Enero-1995, vol. 18, núm. 1, pp. 140-160.
- DRIEBERG, Trevor. *Indira Gandhi*. New York: Drake, 1973.



- DRUDIS BALDRICH, Raimundo.  
 "La teoría de la justicia en John Rawls. En: *Aporia*. 1980, 12, pp. 89-111  
 "La teoría de la decisión y la fundamentación de los principios de la justicia. En: *El Acibar*. 1987, 12, pp. 15-26.
- DUBRIN, Andrew J. *Personal Magnetism: Discover Your Own Charisma and Learn to Charm, Inspire and Influence Others*. [En línea]. Página web, URL < <http://www.amazon.com>.
- DUERST-LAHTI, Georgia ; MAE KELLY, Rita (ed.). *Gender Power, Leadership and Governance*. Michigan: The University of Michigan Press, 1998 [1995].
- DUNN, John. *Interpreting Political Responsibility. Essays 1981-1989*. New Jersey : Princeton University Press, 1989.
- DUPERTUIS, Lucy. "How People Recognize Charisma: The Case of Darshan in Radhasoami and Divine Light Mission. En: *Sociological Analysis*. Summer-1986, vol. 44, núm. 2, pp. 111-124.
- DURKHEIM, Émile. *La división del trabajo social*. Madrid: Akal, 1982 [1893].  
*Las reglas del método sociológico*. Madrid: Akal, 1987 [1895]. (Akal Universitaria).  
*El suicidio*. Madrid: Akal Ediciones, 1998 [1897].  
*Les formes elementals de la vida religiosa*. Barcelona: Edicions 62/ Diputació de Barcelona, 1987 [1912]. (Clásics del pensament modern).
- DUVERGER, Maurice. *Los partidos políticos*. México: Fondo de Cultura Económica, 1994 [1951].  
*La democracia sin el pueblo*. Caracas-Barcelona: Ariel, 1968 [1967].  
*Sociología de la política: elementos de ciencia política*. Barcelona: Ariel, 1976. (Ariel Sociología).  
*Métodos de las ciencias sociales*. Barcelona : Ariel, 1996. (Ariel Sociología).
- ECO, Umberto. *Cómo se hace una tesis. Técnicas de procedimientos de investigación, estudio y escritura*. Barcelona: Gedisa, 1977.
- EDELMAN, Murray. *Constructing the Political Spectacle*. Chicago: University of Chicago Press, 1988.

- ELDERSVELD, Samuel J. *Political Elites in Modern Societies. Empirical Research and Democratic Theory*. Michigan: The University of Michigan Press, 1989.
- EDEN, Robert. *Political Leadership and Nihilism: A Study of Weber and Nietzsche*. Tampa: University Press of Florida, 1984.
- EISENSTADT, S.N. (ed.). *On charisma and Institution building*. Chicago: University of Chicago Press, 1968.
- EISENSTADT, S.N. *Ensayos sobre el cambio social y la modernización*. Editorial Tecnos: Madrid, 1970.
- “Edward Shils in Memoriam”. En: *American Sociologist*. Winter-1996, vol. 27, núm. 4, pp. 61-66.
- “Edward Shils. (1 July 1910-23 January 1995)”. En: *Proceedings of the American Philosophical Society*. Septiembre-1997, vol. 141, núm. 3, pp. 365-373.
- EISENSTADT, S.N. et al. (ed.). *Social Differentiation & Stratification*. Glenview: Wilensky Editors, 1971.
- EISER, J. Richard. *Psicología social: actitudes, cognición y conducta social*. Madrid: Ediciones Pirámide S.A, 1989.
- ELORZA DOMÍNGUEZ, Antonio; RALLE, Michel. *La Formación del PSOE*. Barcelona: Crítica, 1989.
- EMERY, Edwin. “Changing Role of the Mass Media in American Politics”. En: *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Septiembre-1976, 427, pp. 84-94.
- ERIKSON, E. *Young Man Luther*. New York: Norton, 1958.
- ESLAVA GALÁN, Juan. *La España de las libertades*. Madrid: Espasa-Calpe, 1997. (Espasa Hoy).
- ESTEBAN, Esther. *El tercer hombre. P.J. la pesadilla de F.G.*. Madrid: Espasa-Calpe, 1995. (Espasa Hoy).
- ESTRADA, Juan. *La Iglesia. ¿Institución o carisma?* Salamanca: Sígueme, 1984.
- EBERTZ, Michael. "Le stigmaté du mouvement charismatique autour de Jésus de Nazareth". En: *Social Compass*. 1992, vol. 39, núm. 2, pp. 255-273.

- FAURE, Guy. "Social Action in Gujarat: Asceticism, Non-Violence and Charisma". En: *International Journal of Contemporary Sociology*. Julio-Octubre 1984, 21, 3-4, pp. 1-28.
- FEATHERSTONE, Kevin; KAZAMIAS, George. "In the Absence of Charisma: The Greek Elections of September 1996". En: *West European Politics*. Abril-1997, vol. 20, núm. 2, pp. 157-164.
- FEIGERT, Frank. "Political Competence and Mass Media Use". En: *Public Opinion Quarterly*. Summer-1976, vol. 40, núm. 2, pp. 234-238.
- FEO, Julio. *Aquellos años*. Barcelona: Ediciones B, 1993.
- FERNÁNDEZ BRASO, Miguel. *Conversaciones con Alfonso Guerra. La aventura personal y pública de una de las principales figuras de la vida política española*. Barcelona: Planeta, 1983.
- FERNÁNDEZ ORDOÑEZ, Francisco. *La España necesaria*. Madrid: Taurus, 1980.
- FERNÁNDEZ, Francisco. *Aproximación a la nueva normativa electoral*. Madrid: Dykinson, 1986.
- FÉRON, Bernard. *Yugoslavia, orígenes de un conflicto*. Barcelona: Salvat Editores, 1995. (Salvat Dossier).
- FERRAROTTI, Franco. *Max Weber e il destino della ragione*. Roma-Bari: Laterza, 1965.  
*Il paradosso del sacro*. Roma-Bari: Laterza, 1983.  
*La storia e il quotidiano*. Roma-Bari: Laterza, 1986.  
*Una fe sin dogmas*. Barcelona: Ediciones Península, 1993.  
 "Max Weber e la Repubblica di Weimar". En: *Critica Sociologica*. 1993, núm. 106, pp. 98-103.
- FERRATER MORA, José. *Diccionario de Filosofía*. 4 vol. Barcelona: Ariel, 1998. (Ariel Referencia).
- FISHKIN, James. *Democracia y deliberación. Nuevas perspectivas para la reforma democrática*. Barcelona: Editorial Ariel, 1995 [1992]. (Ariel, 134).

- FITZMYER, Joseph. *Catecismo cristológico*. Salamanca: Sígueme, 1988.
- FLANAGAN, Kieran. *Sociology and Liturgy. Representations of the Holy*. Londres: MacMillan, 1991.
- FLAQUER, Lluís. *El destino de la familia*. Barcelona: Ariel, 1998. (Ariel, 175).  
*La estrella menguante del padre*. Barcelona: Ariel, 1999. (Ariel, 187).
- FLUHARTY, David H. "Charisma as Attachment to the Divine: Some Hasidic Principles for Comparison of Social Movements of Gandhi, Nasser, Ben-Gurion, and King". En: *The Humanities and Social Sciences*. Noviembre-1990, vol. 51, núm. 5.
- FORDE, Steven. "Gender and Justice in Plato". En: *American Political Science Review*. Septiembre- 1997, vol. 92, núm. 3, pp. 657-670.  
"Varieties of Realism: Thucydides and Machiavelli". En: *The Journal of Politics*. Mayo-1992, vol. 54, núm. 2, pp. 372-393.
- FRANCIS, Leslie J.; THOMAS, T. Hugh.  
"Are Charismatic Ministers Less Stable? A Study among Male Anglican Clergy". En: *Review of Religious Research*. Septiembre-1997, vol. 39, núm. 1, pp. 61-69.
- FRAZER, J.G. *La rama dorada*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1998 [1921]
- FREDIN, Eric. "Newspaper, Television and Political Reasoning". En: *Public Opinion Quarterly*. Summer-1978, vol. 42, núm. 2.
- FREUD, Singmund. *Totem y tabú*. Madrid: Alianza Editorial, 1969.  
*Psicología de las masas y análisis del yo*. Madrid: Biblioteca Nueva, 1924. (Obras completas del profesor).
- FREUND, Julien. *Sociología de Max Weber*. Barcelona: Península, 1986 [1967]. (homo sociologicus, 35).
- FRIEDLAND, W. H. "For a Sociological Concept of Charisma". En: *Social Forces*. 1964, 43, pp. 18-26.

- FRIEDRICH, Carl J. “Political Leadership and the Problem of the Charismatic Power”. En: *Journal of Politics*. 1961, vol. 23, núm. 1, pp. 3-24.  
*Man and His Government: An Empirical Theory of Politics*. New York, 1964.
- FRIDKIN KAHN, Kim. “Does Being Male Help? An Investigation of the Effects of Candidate Gender and Campaign Coverage on Evaluations of U.S. Senate Candidates”. En: *The Journal of Politics*. Mayo-1992, vol. 54, núm. 2, pp. 497-517.
- FRITZSCHE, Peter. *Rehearsals for Fascism Populism and Political Mobilization in Weimer Germany*. New York, Oxford: Oxford University Press, 1990.
- FROMM, Erich. *El arte de amar*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1988. (Paidós Studio, 7).  
*El miedo a la libertad*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1988. (Paidós Studio, 8).
- FONT, Joan. *Non-voting in Catalonia*. Barcelona: ICPS, 1993. (Working Papers, 75).
- FUENTES, Ismael. *El caballo cansado. El Largo adiós de Felipe González*. Madrid: Temas de Hoy, 1991. (Hombres de Hoy, 24).
- FUENTES, Juan Francisco. “Mussolini. El lenguaje del cuerpo, el lenguaje del poder”. En: *Claves de razón práctica*. Octubre-2001, núm. 116, pp. 44-49.
- GAFFNEY, John. *The Language of Political Leadership in Contemporary Britain*. New York: St. Martin’s Press, 1990.
- GALLEGO, Ferran. *The Extreme Right in Italy from the Italian Social Movement to Post-Fascism*. Barcelona: ICPS (Institut de Ciències Polítiques i Socials), 1999. (Working Papers, 169).
- GANE, Nicholas. “Max Weber on Ethical Irrationality of Political Leadership”. En: *Sociology*. Agosto-1997, vol. 31, núm. 3, pp. 549-564.
- GARCÍA MOLINERO, Joaquín. *La democracia en España*. Madrid: Alianza Editorial, 1996. (El Libro de Bolsillo, 1777).

- GARCÍA NOBLEJAS, J.J. ; SÁNCHEZ ARANDA, J.  
*Información y persuasión*. Pamplona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, 1990.
- GARDNER, John W. *El liderazgo*. Buenos Aires: Grupo Editor Sudamericano, 1991.(Estudios Políticos y Sociales).
- GELLNER, Ernest. *Cultura, identidad y política: el nacionalismo y los nuevos cambios sociales*. Barcelona: Gedisa, 1993 [1987]. *Naciones y nacionalismo*. Madrid: Alianza, 1994 [1988]. *Postmodernism, Reason and Religion*. London: Routledge, 1992. *Encuentros con el nacionalismo*. Madrid: Alianza Editorial, 1995. *Nacionalisme*. València: Afers. Universitat de València, 1998. (El Món de les nacions, 3).
- GELLNER, Ernest; IONESCU, Ghita (ed.). *Populismo: sus significados y características nacionales*. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1970 [1969].
- GENIEYS, William. *Les élites espagnoles face à l'État*. Oaris : L'Harmattan, 1997.
- GENTILE, Emilio. "Fascism as Political Religion". En: *Journal of Contemporary History*. 1990, vol. 25, pp. 229-251.
- GENTILE, Sara. "Charisma o personalizzazione del potere: Berlusconi e il carisma mediatizzato". En: *Teoría Política*. 1997, vol. XIII, núm.1, pp.131-155. "La costruzione del carisma: per un'interpretazione della leadership di De Gaulle". En: *Teoria politica*. 1997, vol. XIII, núm. 3, pp. 121-152.
- GENOVESE, Michael A. (ed.) *Women as National Leaders*. London: Sage, 1993.
- GEORGE, Susan. *Informe Lugano*. Barcelona: Ícaria Editorial & Intermón Oxfam, 2000.
- GERB, G. *The Triumph of the Image*. Boulder Westview Press, 1992.
- GERTH, H. H.; WRIGHT, Mills. *From Max Weber: Essays in Sociology*. New York: Oxford University Press, 1958 [1946].

- GIANNARAS, Anastasios. "Plato and K. R. Popper. Toward a Critique of Plato's Political Philosophy" En: *Philosophy of the Social Sciences*. Diciembre-1996, vol. 26, núm. 4, pp. 493-508.
- GIDDENS, Anthony. *Más allá de la izquierda y la derecha*. Madrid: Cátedra, 1994.  
*Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península, 1995 [1991].  
*La transformación de la intimidad*. Madrid: Cátedra, 1998 [1992].  
*Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza Editorial, 1994. (Alianza Universidad, 760).  
*La tercera vía. La renovación de la socialdemocracia*. Madrid: Taurus, 1999 [1998].  
*Política y sociología en Max Weber*. Madrid: Alianza Editorial, 1997. (Libro de Bolsillo).
- GILLESPIE, Richard. *Historia del Partido Socialista Obrero*. Madrid: Alianza Editorial, 1988. (Alianza Universidad).  
*Factionalism in the Spanish Socialist Party*. Barcelona: ICPS, 1992. (Working Papers, 59).
- GILLIGAN, Carol. *In a Different Voice. Psychological Theory and Women's Development*. En: Cambridge, Massachusetts, and London: Harvard University Press, 1982.
- GINER, Salvador. *Historia del pensamiento social*. Barcelona: Ariel, 1994 [1961]  
*Sociología*. Barcelona: Península, 1992 [1969].  
*Sociedad masa: crítica del pensamiento conservador*. Barcelona: Península, 1979.  
*Comunió, domini, innovació: per una teoria de la cultura*. Barcelona: Laia, 1985.  
*La estructura lógica de la democracia*. Madrid: Sistema, 1986.  
 El destino de la libertad: una reflexión frente al milenio. Madrid: Espasa-Calpe, 1987.  
*Ensayos civiles*. Barcelona: Edicions 62, 1987. (Nexos, 22).  
*España: Sociedad y Política*. Madrid, Espasa-Calpe, 1990.  
 "Religión civil". En: *Claves de razón práctica*. Abril-1991, núm. 11.  
*The Common Interest and the Moral Fabric of Society*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Instituto de Estudios Sociales Avanzados, 1992.  
*Carta sobre la democracia*. Barcelona: Ariel, 1996. (Ariel, 145).

“La modernización de la Europa meridional. Una interpretación sociológica.” En: *Sociologia*. Enero-Abril 1993, núm. 27.

“Carisma y razón”. En: *Política y Sociedad*. Mayo-Agosto-1996, 22.

“La Iluminación Carismática de la Razón”. En: *International Review of Sociology*. 1997, vol. 7, núm. 3.

*Diccionario de Sociología*. Madrid: Alianza Editorial, 1998. (Ciencias Sociales).

*La cultura de la democracia: el futuro*. Barcelona: Ariel, 2000.

*Teoría sociológica clásica*. Barcelona: Ariel, 2001.

GINER, Salvador et al. *Formas modernas de religión*. Madrid: Alianza Editorial, 1994. (Alianza Universidad).

*Saber, sentir, pensar. La cultura en la frontera de dos siglos*. Santander: Fundación Marcelino Botín-Editorial Debate S.A., 1997. (Temas de Debate).

*La Governabilitat i l'esdevenidor de les societats modernes*. Barcelona: Edicions 62, 1990. (Llibres a l'abast, 257).

GINER, Salvador; CAMPS, Victoria.

*L'Interès comú*. Barcelona: Fundació Caixa de Barcelona, 1990. (Cultura i Entorn, 5).

GINER, Salvador; DÍAZ-SALAZAR, Rafael (ed.).

*Religión y sociedad en España*. Madrid: CIS, 1993. (Academia).

GINER, Salvador; TÀBARA, David.

“Cosmic Piety and Ecological Rationality”. En: *International Sociology*. Marzo-1999, vol. 14, núm. 1, pp. 59-82.

GITLIN, Todd.

*The Whole World is Watching. Mass Media in the Making and Unmaking of New Left*. University of California Press, 1980.

GIUZZARDI, Gustavo.

“The Narration of Charisma: Mass Media and Religion Contemporary Western Societies”. International Sociological Association. Paper, 1986.

GLASSMAN, Ronald M.; SWATOS, William H.(ed.).

*Charisma, History and Social Structure*. New York: Greenwood Press, 1986.



- GLASSMAN, Ronald ; MURVAR, Vatro (ed.).  
*Max Weber's Political Sociology: a Pessimistic Vision of a Rationalized World*. London: Greenwood Press, 1984.
- GOLDMAN: Merle. “Religion in Post-Mao China”. En: *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, AAPSS. Enero-1986, 483, pp. 146-156.
- GOMÀ, Ricard; SUBIRATS, Joan (ed.)  
*Políticas públicas en España. Contenidos, redes de actores y niveles de gobierno*. Barcelona: Ariel, 1998. (Ariel Ciencia Política).
- “González denuncia el sometimiento de los políticos a las reglas *inmediáticas*”. En: *El País*. Viernes 7 de Abril de 2000.
- GONZÁLEZ DURO, Enrique.  
*Biografía psicológica de Felipe González*. Madrid: Temas de Hoy, 1996. (Grandes Temas, 56).
- GONZÁLEZ FAUS, José. *Acceso a Jesús*. Salamanca: Sígueme, 1991
- GONZÁLEZ MÁRQUEZ, Felipe; CEBRIÁN, Juan Luis.  
*El futuro no es lo que era: una conversación*. Madrid : Aguilar, 2001.
- GRAD, Marcia. *Carisma. Cómo lograr esa magia especial*. Barcelona: Ediciones Obelisco, 1997.
- GRAHAM, John; MULLIGAN, Lotte; RICHARDS, Judith.  
 “Intentions and Conventions: A Critique of Quentin Skinner’s Method for the Study of the History of Ideas”. En: *Political Studies*. Marzo-1979, vol. 27, núm. 1, pp. 84-98.
- GRAMSCI, Antonio. *El Príncipe Modern*. Barcelona: Edicions 62, 1968.
- GREENFELD, L. “Reflections on Two Charisma”. En: *The British Journal of Sociology*. 1985, vol. 36, núm. 1, pp. 117-132.
- GREENSTEIN, Fred I. (ed.). *Leadership in the Modern Presidency*. Harvard University Press, 1988.
- GUERRA, Alfonso (ed.). *XXVII Congreso del Partido Socialista Obrero Español*. Barcelona: Editorial Avance, 1977.

- GUERRA, Alfonso. *La década del cambio 1982-1992*. Madrid: Editorial Sistema, 1992.
- GUIBERNAU, Montserrat. *Diccionario de la Izquierda*. Barcelona: Planeta, 1998.
- GUIBERNAU, Montserrat. *Los nacionalismos*. Barcelona: Ariel, 1996.
- GUIBERNAU, Montserrat. *Nacions sense Estat*. Barcelona: Columna, 1998. (Columna Assaig).
- GUIBERNAU, Montserrat (ed.). *Nacionalisme. Debats i dilemes per a un nou mil·leni*. Barcelona: Proa, 2000. (Temes Contemporanis).
- GUILLAUME, Alfred. *Profecy and Divination among the Hebrews and other Semites*. London: Hodder & Stoughton, 1938.
- GUITTON, Micheline V; MARVICK, Elizabeth W.  
 “Family Experience and Political Leadership: An Examination of the Absent Father Hypothesis”. En: *International Political Science Review*. 1989, vol. 10, núm. 1, pp. 63-71.
- GUIU, Jordi.  
 “Entre el públic i el privat: un espai per l’interès comú”. En: *Revista del CIFA*. 1993, núm. 12.  
 “Al voltant del concepte rousseaunià de societat civil”. En: *Revista Catalana de Sociologia*. 1996, vol. 1, núm. 3.
- GUNTHER, John. *Líderes del siglo XX*. Barcelona: Grijalbo, 1968. (Biografías Gadesa).
- GUNTHER, Richard. *Politics, Society and Democracy. The case of Spain*. Boulder, S. Francisco, Oxford: Westview Press, 1993.  
*The Politics of Democratic Consolidation. Southern Europe in Comparative Perspective*. Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press, 1995.
- GUNTHER, Richard et al. *El sistema de partidos políticos en España. Génesis y evolución*. Madrid: C.I.S. Siglo XXI, 1986.
- GUTIÉRREZ SUÁREZ, José Luís; MIGUEL, Amando de.  
*La ambición del César*. Madrid: Temas de Hoy, 1989 (Hombres de Hoy).
- HABERMAS, Jürgen. *Identidades nacionales y postnacionales*. Madrid: Tecnos, 1989.  
*Tres modelos de democracia*. Facultat de Valencia, 1991.  
*Ciutadania, política i identitat nacional*. Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona, 1993. (Actes Universitàries, 10).

- Ensayos políticos*. Barcelona: Península, 1997.  
*Consciencia moral y acción comunicativa*. Barcelona: Península, 1998. (Historia, ciencia y sociedad).  
*Teoría de la acción comunicativa. Crítica de la razón funcionalista*. 2 vol. Madrid: Taurus, 1999.
- HALDAR, Alfred. *Associations of Cult Prophets among the Ancient Semites*. Uppsala: Almqvist & Wicksells, 1945.
- HALL, Peter M. “Ritual, Politics, and Power, by David I. KERTZER. New Haven: Yale University Press, 1988”. En: *Contemporary Sociology*. 1989, vol. 18, núm. 3, pp. 377-378.
- HALL, John Anthony; JARVIE, Ian Charles (ed.). *The Social Philosophy of Ernest Gellner*. Amsterdam: Rodopi, 1996. (Poznan studies in the Philosophy of the Sciences and the Humanities, 48) .
- HAMMERSMITH, Sue Kiefer. “ZABLOCKI, Benjamin. Alienation and Charisma: A Study of Contemporary American Communes”. En: *Journal of Scientific-Study of Religion*. Marzo-1985, vol. 24, núm. 1, p. 105.
- HARKER, Richard; MAHAR, Cheleen; WIKES, Chris. *An Introduction to the Work of Pierre Bourdieu*. New York: St. Martin’s Press, 1990.
- HARO SABATER, Rosalía. *El carisma de Paula Montal: fidelidad y dinamismo, coordinadas para una lectura actualizada*. Roma, Zaragoza: Edelvives, 1995.
- HARRIS, Marvin. *El desarrollo de la teoría antropológica. Una historia de las teorías de la cultura*. Madrid: Siglo XXI, 197 [1968].
- Vacas, cerdos, guerras y brujas. Los enigmas de la cultura*. Madrid: Alianza Editorial, 1980 [1974]. (El Libro de Bolsillo, 755).
- La cultura norteamericana contemporánea. Una visión antropológica*. Madrid: Alianza Editorial, 1985 [1981]. (El Libro de Bolsillo, 1019).
- HART, Roderick P. “Easy Citizenship: Television’s Curious Legacy”. En: *The Annals of the American Academy of Political and Social Science, AAPSS*. Julio-1996, 546, pp. 109-119.

- HELD, David. *Modelos de democracia*. Madrid: Alianza Editorial, 1996.
- HENGEL, Martin; RICHES, John (ed.). *The Charismatic Leader and his followers*. Edinburgh: T.&T. Clark, 1981.
- HERMAN, Edward S et al. *Manufacturing Consent. The Political Economy of The Mass Media*. New York: Pantheon Books, 1988.
- HENTSCHKE, Richard. *Die Stellung der vorexilischen Schriftpropheten zum Kultus*. Berlín: Toepelmann, 1957.
- HEIFETZ, Ronald A. *Liderazgo sin respuestas fáciles: propuestas para un nuevo diálogo social en tiempos difíciles*. Barcelona: Paidós, 1997. (Paidós estado y sociedad).
- HEINZ, Leonardy. "De l'homme et de Dieu dans la philosophie de Max Scheler". En: *Veritas*. 2000, vol. 45, núm. 1, pp. 51-66.
- HERTZKE, Allen D. *Echos of Discontent. Jesse Jackson, Pat Robertson, and the resurgence of Populism*. Washington: CQ Press, 1993.
- HIERNAUX, Jean Pierre; REMY, Jean. "Socio-political and Charismatic Symbols-Cultural Change and Transactions of Meaning". En: *Social Compass*. 1978, vol. 25, núm. 1, pp. 145-163.
- HOBBS, Thomas *Leviatan*. Mexico: Fondo de Cultura Económica, 1996.
- HOBBSBAWM, Eric. *Rebeldes primitivos: estudio sobre las formas arcaicas de los movimientos sociales en los siglos XIX y XX*. Barcelona: Ariel, 1968. (Ariel, 6).
- Las Revoluciones burguesas*. Madrid: Guadarrama, 1978.
- Historia del siglo XX*. Barcelona: Crítica, 1997.
- "La cuestión del liderazgo". En: *Claves de razón práctica*. Noviembre-1991, núm. 11.
- HASSOUNA, Moustafa El Said. *Leadership Efficiency and Weberian Charisma: the Case of Gamal Abdel Nasser (1952-1970)*. Canterbury: University of Kent, 1990.

- HOUSE, Ernest R. *Jesse Jackson & the Politics of Charisma: the Rise and Fall of the PUSH/Excel program*. Boulder: Westview Press, 1988.
- HOWARD, Tal. “Charisma and History: The Case of Münster, Westphalia, 1534-1535”. En: *Essays in History*. 1993, vol. 35.
- HOYE, Timothy K. “Authoritarianism, Fascism, and National Populism. By Gino Germani. New Brunswick, N. J.: Transactions Books, 1979”. En: *The Journal of Politics*. 1980, vol. 42, pp. 602-603.
- HUGHES, Austin L. “Kin Networks and Political Leadership in a Stateless Society, the Toda of South India”. En: *Ethnology and Socialbiology*. 1988, vol. 9, núm. 1, pp. 29-44.
- IBÁÑEZ G., Juan. “Borrell compara la ilusión que genera con la que creó Felipe González en 1982”. En: *El País*. Domingo 19 de Abril de 1998, p. 18.
- IGLESIAS, Hernán. “Un dirigente carismático, despreocupado y popular”. En: *El País*. 8 de junio de 2001.
- IPOLA, Emilio de. *Peronismo y populismo*. Barcelona: ICPS, 1991. (Working Papers, 35).
- ISNENGGI, Mario. *I loughi della memoria. Simboli e miti dell'Italia*. Roma-Bari: Laterza, 1998.
- IZAGUIRRE, Boris. *Morir de glamour*. Madrid: Espasa, 2000.
- JACKSON, Gabriel. *Civilización y barbarie. En la Europa del siglo XX*. Barcelona: Planeta, 1997.
- JACOB, B. ; OSTROWSKI, K. *Democracy and Local Governance. Ten Empirical Studies*. Mantsunaga Institute for Peace. Honolulu: University of Hawai, 1993.
- JAME, Wendy (ed.). *The pursuit of certainty* London : Routledge, 1995.
- JHINGRAN, Saral. “Religious Mysticism of Rudolf Otto”. En: *Indian-Philosophical-Quarterly*. 1977, 4, pp. 405-412.
- “Joan Pau II proclama la santedat de la fundadora de les Escolàpies”. En: *Avui*. Lunes 26 de Noviembre de 2001.

- JONES, Bryan. *Leadership and Politics*. Kansas: University of Kansas, 1989.
- JONES, Philip ; HUDSON, John. "The Quality of Political Leadership: A Case Study of John Major". En: *British Journal of Political Science*. Abril- 1996, vol. 26, núm. 2, pp. 229-244.
- JULIÁ, Santos. *Los socialistas en la política española 1879-1982*. Madrid: Taurus, 1997. (Pensamiento).
- JULIANO, M<sup>a</sup> Dolores. *Cultura Popular*. Barcelona: Anthropos, 1992. (Cuadernos A de Antropología, 6).
- JUSTEL, Manuel. *El líder como factor de decisión y explicación de voto*. ICPS, 1992. (Working Papers, 51).
- KAHN, Victoria. "Reading Machiavelli. Innocent Gentillet's Discourse on Method". En: *Political Theory*. Noviembre-1994, vol. 22, núm. 4, pp. 539-560.
- KAMENS, David H. "A Theory of American Political Party Development, 1960-1986". En: *Journal of Political and Military Sociology*. Winter-1989, vol. 17, pp. 263-289.
- KEANE, John. *The Media and Democracy*. Cambridge: Polity Press, 1991.
- KAELBER, Lutz. "Virtuosity, Charisma, and Social Order: A Comparative Sociological Study of Monasticism in Theravada Buddhism and Medieval Catholicism. By Ilana Freidrich Silber. Cambridge: Cambridge University Press, 1995". En: *Sociology of Religion*. Summer-1996, vol. 57, núm. 2, pp. 214-215.
- KEANE, John. *The Media and Democracy*. Cambridge: Polity Press, 1991.
- KEATING, Michael. *Naciones contra el Estado. El nacionalismo de Cataluña, Quebec y Escocia*. Barcelona: Ariel, 1996. (Ariel Ciencia Política).
- KEEGAN, John. "Grand Illusions. Makers of Moderns Strategy: from Michiavelli to the Nuclear Age". En: *The New York Revue*. 17 de Julio de 1986, pp. 38-41.

- KEPEL, Gilles. *The Revenge of God: The Resurgence of Islam, Christianity and Judaism in the Modern World*. Cambridge: Polity, 1994.
- KEREN, Michael. *Ben-Gurion and the Intellectuals: Power, Knowledge, and Charisma*. Dekalb: Northern Illinois Press, 1983.
- KERSHAW, Ian. *Hitler 1889-1936*. Barcelona: Península Altaya, 1999.
- KHALDOUN, Ibn. *Introducción a la Historia Universal*. México: Fondo de Cultura Económica, 1977.  
*Introducción a la Historia*. Sevilla: Biblioteca de Cultura Andaluza, 1985.
- KIMMEL, Michael. “New Prophets and Old Ideals: Charisma and Tradition in Iranian Revolution”. En: *Social Compass*. 1989, vol. 36, núm. 4, pp. 493-510.
- KIVISTO, Peter. “Charisma and Modernity: Two Responses to Weber”. En: *Potomac Review*. 1983, 24-25, 1-19.
- KLEIN, Naomi. *No logo. El poder de las marcas*. Barcelona: Editorial Paidós, 1999, (Paidós contextos).
- KLOSKO, George. “Popper’s Plato. An Assessment”. En: *Philosophy of the Social Sciences*. Diciembre-1996, vol. 26, núm. 4, pp. 509-527.
- KORZENNY, Felipe; TING-TOOMEY, Stella. *Mass Media Effects across Cultures*. California: Sage, 1992.
- KRADER, Lawrence; ROSSI, Ino. *Antropología político*. Barcelona: Anagrama, 1982.
- KRISHAN, Bhatia. *Indira: A Biography of Primer Minister Gandhi*. New York: Praeger, 1974.
- KUHN, Thomas S. *La estructura de las revoluciones*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1982 [1962].
- LABARRIÈRE, Jean Louis; LAZZERI, Christian et al. *Teoría política y comunicación*. Barcelona: Gedisa, 1992 [1988].
- LACHMANN, Richard. “Charisma, History and Social Structure, edited by

- Ronald M. Glassman and William H. Swatos, Jr. Westport: Greenwood Press, 1986”. En: *Contemporary Sociology*. Noviembre-1987, vol. 16, núm. 6, pp. 787-788.
- LAFER, Celso. “La Menzogna. Un Capitolo Dei Rapporti Fra l’Etica e la Politica”. En: *Teoria politica*. 1994, vol. 10, núm. 1, pp. 3-15.
- LANG, Doe. *The Secret of Charisma. How to Capture the Magic Skills of Leaders & Lovers*. [En línea]. Página web, URL < <http://www.amazon.com>.
- LANGMAN, Lauren. “Constructing the Political Spectacle, by Murray Edelman. Chicago: University of Chicago Press, 1988.”. En: *Contemporary Sociology*. Mayo-1989, vol. 18, núm. 3, pp. 375-377.
- LAQUEUR, Walter. *Fascismo a Reader’s Guide*. Cambridge: Cambridge University Press, 1991 [1971].
- LASCH, Christopher. *“The Revolt of the Elites” and the Betrayal of Democracy*. New York: Norton & Company, 1996.
- LÁZARO CARRETER, Fernando. *El dardo en la palabra*. Barcelona: Galaxia Gutenberg-Círculo de Lectores, 1999.
- LEACH, Edmund. *Cultura y comunicación. La lógica de la conexión de los símbolos*. Madrid: Siglo XXI, 1989 [1976].
- LE BON, Gustave. *Psicología de las masas*. Madrid: Ediciones Morata, 1995 [1896].
- LEMIEUX, Raymond. “Charisma, mass-media et religion populaire. Le voyage du Pape au Canada”. En: *Social Compass*. 1887, vol. 34, núm. 1, pp. 11-31.
- LENK, Kurt; NEUMANN, Franz (coord.). *Teoría y sociología críticas de los partidos políticos*. Barcelona: Anagrama, 1980.
- LEVY, Emanuel. “Real Politics: American Political Movies from Birth of the Nation to Platoon, by Terry CHRISTENSEN. New York: Basil Blackwell, 1987”.



En : *Contemporary Sociology*. 1989, vol. 18, núm. 3, pp. 378-379.

LEVINE, Daniel H. *Religious Change, Empowerment, and Power: reflections on Latin American Experience*. Barcelona: ICPS (Institut de Ciències Polítiques i Socials), 1995. (Working Papers, 112).

LEWELLEN, Ted C. *Antropología política*. Barcelona: Ediciones Bellaterra, 1983.

LEWIS, Ioan Myrddin. *Symbols and Sentiments. Cross-Cultural Studies in Symbolism*. London: Academic Press, 1977.  
*Religion in Context: Cults and Charisma*. Cambridge : Cambridge University Press, 1986.

LEWIS, Paul H. “Was Perón a Fascist? An Inquiry into the Nature of Fascism”. En: *The Journal of Politics*. 1980, vol. 42, pp. 242-256.

*El Libro de Mormón. Otro Testamento de Jesucristo.*

Salt Lake City: Publicado por La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días, 1992 [1830].

LICHTENBERG, Judith (ed.). *Democracy and the Mass Media: a Collection of Essays*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

LIJPHART, Arend. *Las democracias contemporáneas*. Barcelona: Ariel, 1984. (Ariel Ciencia Política).

LIJPHART, Arendt; LINZ, Juan.

*Hacia una democracia moderna la opción parlamentaria*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile, 1990.

LINDHOLM, Charles. “Political Leadership Among the Swat Pathans”. En: *Archives Européennes de Sociologie*. 1980, vol. 21, núm. 2, pp. 350-361.

“Lovers and Leaders: a comparison of social and psychological models of romance and charisma”. En: *Social Science Information*. Marzo-1988, vol. 27, núm. 1, pp. 3-45.

*Carisma. Análisis del fenómeno carismático y su relación con la conducta humana y los cambios sociales*. Barcelona: Gedisa, 1992.

- LING, Richard. "The Production of Synthetic Charisma". En: *Journal of Political and Military Sociology*. Fall-1987, vol. 15, núm. 2, pp. 157-170.
- LINZ, Juan. *Local Elites and social change in rural Andalucía*. New York: Columbia University, 1967.  
*Sistema de partidos en España*. Madrid: Narcea, 1974 [1967]. (Biblioteca del Estudiante, 43).  
*Legitimacy of democracy and the socio-economic system in Western democracies*. Centro de Estudios Avanzados en Ciencias Sociales. Instituto Juan March de estudios e investigaciones.  
*Spain, a Consolidated Democracy*. Unpublished manuscript. Centro de Estudios Avanzados en Ciencias Sociales. Instituto Juan March de estudios e investigaciones.  
*Innovative Leadership in the Transition to Democracy and a New Democracy: The Case of Spain*. Unpublished. New Haven: Yale University, 1987.  
*Quiebra de las democracias*. Madrid: Alianza Editorial, 1987.  
*España, un presente para el futuro*. Madrid: Instituto de Estudios Económicos, 1984.  
*Hacia una democracia moderna: la opción parlamentaria*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile, 1990.  
 Discurso de investidura de doctor "honoris causa". Madrid: Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid, 1992.  
 "Political Identities and Electoral Sequences: Spain, The Soviet Union, and Yugoslavia". En: *Daedalus*. Spring-1992, vol. 121, núm. 2. pp. 123-139.  
*Democracy, multinationalism and federalism*. Madrid: Centro de Estudios Avanzados en Ciencias Sociales. Junio-1997. (Estudios/Working Papers).
- LIPSET MARTIN, Seymour. *El hombre político. Las bases sociales de la política*. Madrid: Tecnos, 1987.
- LIU J.; MENDELSON, H.; O'KEEFE., G.  
 "Voter Decision Making 1972 and 1974". En: *Public Opinion Quarterly*. Fall-1976, vol. 40, núm. 3, pp. 320-330.
- LLOBERA, Josep R. (Ed.) *Antropología política*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1985 [1979].
- LLOBERA, Josep R. *El Dios de la modernidad: el desarrollo del nacionalismo en Europa occidental*. Barcelona: Anagrama, 1996.

*Recent Theories of Nationalism*. Barcelona: ICPS (Institut de Ciències Polítiques i Socials), 1999. (Working Papers, 164).

LÓPEZ DE LA VIEJA, M<sup>a</sup> Teresa (ed.).

*Política y sociedad en José Ortega y Gasset. En torno a Vieja y nueva política*. Barcelona: Anthropos, 1997. (Pensamiento Crítico-Pensamiento Utópico, 95).

LÓPEZ, Donald.

“Approaching the Numinous: Rudolf Otto and Tibetan Tantra”. En: *Philosophy East and West*. 1979, 29, pp. 467-476.

LÓPEZ NIETO, Lourdes; DELGADO SOTILLOS, Irene.

“The Spanish Urban Innovation: The New Political Class”. International Sociological Association. Paper, 1994.

LÓPEZ ZAFRA, Esther.

*Liderazgo carismático: utilizando niveles de análisis para la comprensión de la relación carismática*. Jaén: Universidad de Jaén, 1998. (Tesis doctoral).

LORÉS, Jaume.

*La Transició a Catalunya*. Barcelona: Empúries, 1985. (Biblioteca Universal).

LOVENDUSKI, Joni.

*Gender and Party Politics*. London: Sage, 1993.

LOW-BEER, John R.

“Authoritarianism, Fascism, and National Populism. By Gino Germani. New Brunswick, N. J.: Transactions Books, 1979”. En: *Contemporary Sociology*. Enero-1981, vol. 10, núm. 1, pp. 132-133.

LUHRMANN, T.M.

*Persuasion of the Witch's Craft*. Cambridge: Harvard University Press, 1989.

LUQUE, Enrique.

*Antropología política*. Barcelona: Ariel, 1996. (Ariel Antropología).

LUTKEHAUS, Nancy C.

"Charismatic Leadership to Anti-Hero: the Life and Legacy of Irakau as Cultural Allegory". En: *Ethnology*. 1990, vol. 29, núm. 3, pp. 243-259.

LYNCH, Owen.

“Charisma. By Charles Lindholm. Cambridge: Blackwell, 1990”. En: *American Anthropologist*. Diciembre-1991, vol. 93, núm. 4, pp. 968-969.

- LYON, David. *Postmodernidad*. Madrid: Alianza Editorial, 1996. (Ciencias sociales, 3804).
- MACFARLAND, Lynne Joy et al. *Liderazgo para el siglo XXI: diálogos con 100 líderes destacados*. Santafé de Bogotá: McGraw-Hill, 1996.
- MACKENZIE, John M. *The Manipulation of British Public Opinion 1880-1960*. Manchester: Manchester University Press, 1985.
- MADSEN, Douglas & SNOW, Peter G. *The Charismatic Bond. Political Behavior in Time of Crisis*. Harvard University Press, 1991.
- MAINWARING, Scott; SHUGART, Matthew Soberg. (ed.). *Presidentialism and Democracy in Latin America*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
- MALINOWSKI, Bronislaw. *Sobre el principi de l'economia del pensament*. Barcelona: Icaria Editorial, 1995 [1906]. (Breus Clàssics d'Antropologia).  
*Los argonautas del pacífico occidental. Comercio y aventura entre los indígenas de la Nueva Guinea melanésica*. Barcelona: Península, 2000 [1922].
- MAMMARELLA, Giuseppe. *Historia de Europa contemporánea, 1945-1990*. Barcelona: Ariel, 1996. (Ariel Historia).
- MANCINI, Paolo. *Come vincere le elezioni: le campagne elettorali*. Bologna: Il Mulino, 1988.  
*La campagna elettorale 1992 in televisione*. Roma: Rai, 1991.
- MANCINI, Paolo; SWANSON, David L.(ed.). *Politics, Media, and Modern Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*. Westport-London: Praeger, 1996.
- MAQUIAVELO, Nicolás *Discursos sobre la primera década de Tito Livio*. Madrid: Alianza Editorial, 1996 [1520].  
*Del arte de la guerra*. Tecnos: Madrid, 1988 [1521].  
*El Príncipe*. Madrid: Alianza Editorial, 1985 [1531].  
*La Mandràgora*. Barcelona: Edicions 62, 1985 [1518]. (Les millors obres de la Literatura Universal).

- MARAVALL, José M<sup>a</sup>. *La política de la Transición*. Madrid: Taurus, 1984.  
*Los resultados de la democracia: un estudio del sur y el este de Europa*. Madrid: Alianza Editorial, 1995.  
*Dictadura y disenso político*. Madrid: Alfaguara, 1978.
- MARAVALL, José M<sup>a</sup> et al. *Socialist Parties in Europe*. Barcelona: ICPS (Institut de Ciències Polítiques i Socials), 1991.
- MÁRQUEZ REVIRIEGO, Víctor. *Felipe González. Un Estilo ético*. Barcelona: Argos Vergara, 1982.
- MARSILLACH, Adolfo. "Aznar, Borrell y el público". En: *El País*. Viernes 22 de Mayo de 1998, p. 16.
- MARTÍ GÓMEZ, José. *Joan Raventós: aproximación a un hombre y a su época*. Barcelona: Planeta, 1980. (Documento, 14).
- NARTÍNEZ DÍAZ, Nelson. *El Peronismo*. Madrid: Historia 16. (Cuadernos Historia 16, 293).
- MASANI, Zareer. *Indira Gandhi*. New York: Crowell, 1976.
- MATEOS LÓPEZ, Abdón. *El PSOE contra Franco*. Madrid: Pablo Iglesias, 1993.
- MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. *Rethinking Media*. University of Minnesota Press, 1992.
- MAUSS, Marcel. *Sociología y Antropología*. Madrid: Editorial Tecnos, 1979 [1971], pp. 148-152. (Colección de Ciencias Sociales. Serie de Sociología).
- MAZLISH, Bruce. "Some Observations on the Psychology of Political Leadership". En: *Political Psychology*. Diciembre-1994, vol. 15, núm. 4, pp. 745-753.
- MAZZOLENI, Gianpietro. *Comunicazione e potere. Mass media e politica in Italia*. Napoli: Liguori Editore, 1992.
- McCANN, Stewart. "Threatening Times and the Election of Charismatic U.S. Presidents: With and Without FDR". En: *Journal of Psychology*. Julio-1997, vol. 131, núm. 4, pp. 393-400.

- McCORMICK, John P. "Addressing the Political Exception: Machiavelli's *Accidents* and the Mixed Regime". En: *American Political Science Review*. Diciembre- 1993, vol. 87, núm. 4.
- McGUIGAN, Jim. *Cultural Populism*. London: Routledge , 1992.
- McINTOSH, Donald. "Weber and Freud: On the Nature and Sources of Authority". En: *American Sociological Review*. Octubre-1970, vol. 35, núm. 5, pp. 901-911.
- McLUHAN, M.; POWERS, B.R. *La aldea global*. Barcelona: Gedisa, 1993. ( El Mamífero parlante).
- McQUAIL, Denis. *Sociología de los medios masivos de comunicación*. Buenos Aires: Paidós, 1969.
- MELUCCI, Alberto. *The playing self. Person and meaning in the planetary society*. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
- MENDELSON, Matthew. "The Media and Interpersonal Communications: The Priming of Issues, Leaders, and Party Identification." En: *The Journal of Politics*. Febrero-1996, vol. 58, núm. 1, pp. 112-125.
- MENDILOW, Jonathan. "Israel's Labor Alignment in the 1984 Elections. Catch-All Tactics in Divided Society". En: *Comparative Politics*. Julio 1988, pp. 443-460.
- MIDTBØ\*, Tor. "The Electoral Effect of Party Leader Approval in Norway". En: *Scandinavian Political Studies*, 1997, vol. 20, núm. 2, pp. 135-157.
- MILLER, William L. *Media and Voters*. Oxford: Clarendon Press, 1991.
- MILTON, Hal. *Going Public: A Practical Guide to Developing Personal Charisma*. [En línea]. Página web, URL < <http://www.amazon.com>.
- MINOGUE, Kenneth. *Politics. A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press, 1995.  
"Machiavelli and the Duck/Rabbit Problem of Political Perception". En: *Government and Opposition*. Spring-

1996, vol. 31, núm. 2, pp. 216-226.

- MIYAHARA, Kojiro. "Charisma: From Weber to Contemporary Sociology". En: *Sociological Inquiry*. Fall-1983, vol. 53, núm. 4, pp. 368-388.
- MOLAS, Isidre. *Abstenir-se és una altra manera de participar*. Barcelona: ICPS, 1994. (Working Papers, 100).
- MOLERO, F. "El estudio del carisma y del liderazgo carismático en las Ciencias Sociales: una aproximación desde la Psicología Social". En: *Revista de Psicología Social*. 1995, vol. 10, núm. 1, pp. 43-60.
- MONDAK, Jeffery J. "Media Exposure and Political Discussion in U.S. Elections". En: *The Journal of Politics*. Febrero-1995, vol. 57, núm. 1, pp. 62-85.
- MONNIG ATKINSON, Jane. "Shamanism today". En: *Annual Review of Anthropology*. 1992, 21, pp. 307-330.
- MONOSON, Sara S. "Citizen as Erastes. Erotic Imagery and the Idea of Reciprocity in the Periclean Funeral Oration". En: *Political Theory*. Mayo-1994, vol. 22, núm. 2, pp. 253-276.
- MONTAGUT, Maite. *Política social, una introducción*. Barcelona: Ariel, 2001.
- MONTERO, José Ramón; TORCAL, Mariano. *Party Change and Cleavage Formation: The Effects of Value Change on the Spanish Party System*. Barcelona: ICPS, 1997. (Working Papers, 132).
- MORGAN, Kenneth O. (ed.). *The Oxford Illustrated History of Britain*. Oxford: Oxford University Press, 1997 [1984].
- MORAGAS, Miquel de. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili, 1979.  
*Teorías de la comunicación Investigación sobre medios de América y Europa*. Barcelona: Gustavo Gili, 1990 [1980].
- MORLINO, Leonardo et al. *Manual de ciencia política*. Madrid: Alianza Editorial, 1995 [1986]. (Alianza Universidad Textos).

- MORLINO, Leonardo. *Which democracies in southern?* Barcelona: ICPS, 1995. (Working Papers, 113).  
 “Crisis of Parties and Change of Party System in Italy”. En: *Party Politics*. 1996, vol. 3, núm. 1.  
*The Dissatisfied Society: The Roots of Political Change in Italy*. Department of Political Science, University of Florence, Italy, 1996.
- MOSCAT, Jesús. “El Fascismo en la crisis de la II República. Javier Jiménez Campo. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 1979”. En: *REIS*, 1979, 7, pp. 115-140.
- MOSCOSO, Carlos Manuel. *EL populismo como ideología en América Latina*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 1989.
- MOWINCKEL, Sigmund. *Psalmenstudien*. Kristiana, 1923.
- MOWLANA, Hamid; GERBNER George et al.  
*The Triumph of the Image: The Media's War in the Persian Gulf: a Global Perspective*. Boulder: Westview Press, 1992.
- MULLAN, Michael L. “Sport as Institutionalized Charisma”. En: *Journal of Sport and Social Issues*. Agosto-1995, vol. 19, núm. 3, pp. 285-306.
- MUTZ, Diana C. “Contextualizing Personal Experience: The Role of Mass Media”. En: *The Journal of Politics*. Agosto-1994, vol. 56, núm. 3, pp. 689-714.
- MUTZ, Diana C; SMIDERMAN, Paul M, BRODY, Richard (ed.).  
*Political Persuasion and Attitude Change*. Michigan: The University of Michigan Press, 1996.
- NASH, Mary. “La dona moderna del s. XX: la nova dona a Catalunya.” En: *L’Avenç*. Febrer-1988, núm. 112
- NASSAR, Nassif. *El pensamiento realista de Ibn Jaldún*. México: Fondo de Cultura Económica, 1980 [1967].
- NASSBAUM, Martha. “Compassion: The Basic Social Emotion”. En: *Social Psychology and Policy*. Winter-1996, vol. 13, núm. 1, pp. 27-58.



- NAVARRO, Julia. *Nosotros, La Transición*. Madrid: Temas de Hoy, 1995.
- NAZIR, Pervaiz. "Millenium and Charisma among Pathans. A Critical Essay in Social Anthropology, by Akbar S. Ahmed. London: Routledge & Kegan Paul, 1980". En: *Journal of Peasant Studies*. Abril-1977, vol. 4, núm. 3, pp. 289-291.
- NEGRINE, Ralph. *Politics and the Mass Media in Britain*. London: Routledge, 1989.  
*The Communication of Politics*. London: Sage, 1996.
- NEITZ, Mary Jo. "Language, Charisma, and Creativity: the Ritual Life of a Religious Movement. By Thomas J. Csordas. Berkeley: University of California Press, 1997". En: *American Journal of Sociology*. Mayo-1998, vol. 3, núm. 5, pp. 1479-80.
- NEUSTADT, R.E. *Presidential Power: The Politics of Leadership from Roosevelt to Reagan*. New York: John Wiley and Sons, 1990 [1960].
- NEWELL, W.R. "How Original is Machiavelli? A Consideration of Skinner's Interpretation of Virtue and Fortune". En: *Political Theory*. Noviembre-1987, vol. 15, núm. 4, pp. 612-634.
- NEWTON, Michael T. *Institutions of Modern Spain*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
- NICGORSKI, Walter. "Cicero's Focus. From the Best Regim to the Model Statesman". En: *Political Theory*. Mayo-1991, vol. 19, núm. 2, pp. 230-251.
- NIELSEN, Donald A. "Pericles and the Plague: Civil Religion, Anomie, and Injustice in Thucydides". En: *Sociology of Religion*. 1996, vol. 57, núm. 4, pp. 397-407.
- NIETO, Alejandro. *La organización del desgobierno*. Barcelona: Editorial Ariel, 1993 [1984]. (Ariel, 25).
- NIETZSCHE, Friedrich. *Así habló Zarathustra*. Barcelona: Ediciones Orbis, 1982 [1883].  
*La genealogía de la moral*. Barcelona: Editorial Laia, 1981 [1887].  
*Crepúsculo de los ídolos*. Madrid: Alianza Editorial, 1975 [1889]. (Biblioteca Nietzsche).

*El Anticristo*. Madrid: Edimat Libros, 1999. (Clásicos Selección).

*Ecce Homo*. Barcelona: Alianza Editorial, 1979.

*The Will to power*. New York: Vintage Books Edition, 1968.

NIEUWAAL Van, E. et al. "States and Chiefs: Are Chiefs Mere Puppets?. En: *Journal of Legal Pluralism and Unofficial Law*. 1996, 37-38, 39-78.

NIMMO, Dan. "Political Image Makers and the Mass Media". En: *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, AAPSS. Septiembre-1976, 427, pp. 33-44.

NISBET, Robert A. *Cambio social e historia*. Barcelona: Hispano Europea, 1968.

NOTE, Short. "The Public's View of the Impact of the Mass Media: A test of the *Third Person* effect". En: *European Journal of Social Psychology*. 1988, vol. 18, pp. 457-463.

NOVOSAD, Frantisek. "The Charisma Phenomenon and Max Weber's Sociology of Politics". En: *Sociologia*. 1997, vol. 29, núm. 2, pp. 179-190.

NUSSBAUM, Martha. "Compassion: The Basic Social Emotion". En: *Social Philosophy and Policy*. Winter-1996, vol. 13, núm. 1, pp. 27-58.

OAKES, Guy; VIDICH, Arthur J. "Gerth, Mills, and Shils: The Origins of *From Max Weber*". En: *International Journal of Politics, Culture and Society*. 1999, vol. 12, núm. 3, pp. 399-433.

OAKES, Len. *Prophetic Charisma: The Psychology of Revolutionary Religious Personalities*. Siracuse University Press, 1997.

O'BRIEN, Donal B. COULON, Christian. *Charisma and Botherhood in African Islam*. Clarendon, 1988.

OCHOA GONZÁLEZ, Óscar. *Liderazgo político y élites de poder: modelo de análisis de la integración líder-élites y aplicación de casos*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 1995. (Tesis doctoral).

- OBER, Josiah. *Mass and Elite in Democratic Athens. Rhetoric, Ideology, and the Power of the People*. New Jersey: Princeton University Press, 1989.
- OBIOLS, Raimón. *El suc dels dies*. Barcelona: Columna-PSC, 1996  
*Nou Segle, Nou Cicle*. Barcelona: Empúries, 1997. (Biblioteca Universal).
- OCCHETO, Achille. *Un año inolvidable*. Madrid: País Aguilar, 1998.
- ODUNSI, Bennett Ade. “The Impact of Leadership Instability on Democratic Process in Nigeria”. En: *Journal of Asian and African Studies*. Junio-1996, 36, 1-2, pp. 66-81.
- OHANA, David. “Georges Sorel and the Rise of Political Myth”. En: *History of European Ideas*. 1991, vol. 13, núm. 6, pp. 733-746.
- OKAKES, Guy; VIDICH, Arthur J.  
“Gerth, Mills, and Shils : The Origins of *From Max Weber*”. En: *International Journal of Politics, Culture and Society*. 1999, vol. 12, núm. 3.
- O’NEILL, Michael. *The Roar of the Crowd. How Television and people are changing the World*. New York: Times Book, 1993.
- ONETO, José. *El secuestro del cambio. Felipe año II*. Madrid: Plaza & Janes, 1984.
- ORTEGA Y GASSET, José. *La rebelión de las masas*. Barcelona: Altaya, 1993.
- OSTRIKER, Alicia Suskin. *Feminist Revision and the Bible*. Oxford: Blackwell, 1993.
- OTTO, Rudolf. *Lo Santo. Lo racional y lo irracional en la idea de Dios*. Madrid: Alianza Editorial, 1998 [1917]
- OUEDRAOGO, Jean Martin. “La reception de la Sociologie du Charisma de Max Weber”. En: *Archives de Science Social des Religions*. Julio-Septiembre 1993, 83, pp. 141-157.  
“Charisma according to Max Weber: The Sociological Question; Le Charisme selon Max Weber: la Question Sociologique”. En: *Archives Européennes de Sociologie*. Noviembre-1997, vol. 38, núm. 2, pp. 324-343.

- PACE, Enzo. "La Sociedad civil en el Magreb, entre Gramsci y Maquiavelo." En: *Revista Internacional de Sociología*. Mayo-Agosto, 1996, núm. 14, pp. 11-26.
- Los Pactos de la Moncloa***. *Texto completo del acuerdo económico y del acuerdo político*. Madrid, 8-27 Octubre 1977. Madrid: Servicio Central de Publicaciones, 1977. (Colección Informe, 17).
- PADULA, Valentina Leonarda. ***Party Campaigning in Italy: Changes in Political Communication Strategies between the First and Second Republic (1983-1994)***. Michigan: U.M.I. Dissertation Services. A Bell & Howell Company, 1997. (Microfilm, 9736612).
- PAGE, Edward C.; WOUTERS, Linda. "Bureaucratic Politics and Political Leadership in Brussels Public". En: *Public Administration*. Autumn-1994, vol. 72, núm. 3, pp. 445-459.
- PAGÈS, Pelai. ***Introducción a la Historia***. Barcelona: Barcanova, 1983. (Temas Universitarios).
- PEKONEN, Kyösti. ***Charismatic Leadership and the Role of Image in Modern Politics. Charismatic effects and the Problem of Political Presence: The case of Finland in the 1980s***. Jyväskylä: University of Jyväskylä, 1989.
- PALETZ, David L.; VINEGAR, Richard J. "Presidents on Television: The Effects of Instant Analysis". En: *Public Opinion Quarterly*. Winter-1977-78, vol. 41, núm. 4, pp. 488-497 .
- PALETZ, David L.; LIPINSKI, Daniel. "Political Culture and Political Communication". Barcelona: ICPS (Institut de Ciències Polítiques i Socials), 1994. (Working Papers, 92).
- PAREL, A.J. "Machiavelli's Notions of Justice. Text and Analysis". En: *Political Theory*. Noviembre-1990, vol. 18, núm. 4, pp. 528-544.
- PARENS, Joshua. "Multiculturalism and the problem of Particularism". En: *American Political Science Review*. Marzo-1994, vol. 88, núm. 1, pp. 169-180.

- PARKER, Christopher. “Bernard Bosanquet, Historical Knowledge, and History of Ideas”. En: *Philosophy of the Social Sciences*. 1988, 18, pp. 212-230.
- PARIJS, Philippe Van. *¿Qué es una sociedad justa? Introducción a la práctica de la filosofía política*. Barcelona: Ariel, 1993 [1991]. (Ariel Ciencia Política).
- PARSONS, Talcott; SHILS, Edward (ed.). *Toward A General Theory Of Action*. Cambridge: Harvard University Press, 1951.
- PASQUINO, Gianfranco. “Political Leadership in Southern Europe: Research Problems”. En: *West European Politics*. Octubre-1990, vol. 13, núm. 4, pp. 118-130.
- PASSERIN D’ENTRÈVES, Maurizio. *Multiculturalism and Deliberative Democracy*. Barcelona: ICPS (Institut de Ciències Polítiques i Socials), 1999. (Working Papers, 163).
- PASSERON, Jean-Claude. “Biographies, flux, itinéraires, trajectoires”. En: *Revue française de sociologie*. 1989, XXXI.
- PATTERSON, Thomas. *The Mass Media Election. American Political Parties and Elections*. New York: Praeger Publishers, 1980.
- PEKONEN, Kyösti. *Charismatic Leadership and the role of image in modern politics. Charismatic effects and the Problem of Political Presence: The case of Finland in the 1980s*. Jyväskylä: University of Jyväskylä, 1989.
- PÉREZ-DÍAZ, Víctor. *España puesta a prueba 1976-1996*. Madrid: Alianza Editorial, 1996. (Alianza Actualidad).
- PERLOF, Kraus. *Mass Media and Political Thought*. London: Sage, 1985.
- PERRINEAU, Pascal. *Le symptôme Le Pen. Radiographie des électeurs du Front National*. Francia: Fayard, 1997.
- PIEPE, Anthony. “Charisma and the Sacred. A Reevaluation”. En: *Pacific Sociological Review*. 1971, vol. 14, núm. 2, pp. 147-163.
- PITARCH, Ismael E. et al. *Partits i Parlamentaris a la Catalunya d’Avui (1977-1979)*. Barcelona: Edicions 62, 1980. (llibres a l’abast,

157).

- PITKIN, Hanna. *Fortune Is a Woman: Gender and Politics in the Thought of Niccolò Machiavelli*. Berkeley: University of California Press, 1984.
- PIZZORNO, Alessandro. *Le radici della politica assoluta, e altri assagi*. Milano: Feltrinelli, 1993.
- PLATÓN. *La República*. Madrid: Alianza Editorial, 1999, p. 277. (Clásicos de Grecia y Roma, Biblioteca Temática, 8217).  
“El Político”. En: PLATÓN. *Diálogos*. Madrid: Editorial Gredos, 1998, p. 594. (Biblioteca Clásica Gredos, 117).  
*Carta VII*. Madrid: Espasa, 1999. (Colección Austral, 164).  
“Gorgias”. En: PLATÓN. *Diálogos*. Madrid: Espasa-Calpe, 1981. (Selecciones Austral, 19).
- POEWE, Karla P. “CSORDAS, Thomas. Language, Charisma and Creativity: The Ritual Life of Religious Movement. Berkeley, London: University of California Press, 1997”. En: *Journal of the Royal Anthropological Institute*. Junio-1998, vol. 4, núm. 2, pp. 389-390.
- POPPER, Karl. R. *La sociedad abierta y sus enemigos*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A., 1998.
- PORRO, Nicola. “Carisma e tirannide”. En: *Critica Sociologica*. Julio-Septiembre 1983, 67, pp. 64-68.
- PREGO, Victoria. *Así se hizo la Transición*. Barcelona: Plaza & Janés, 1995.  
*Diccionario de la Transición*. Barcelona: Plaza & Janés, 1999.
- PRESTON, Paul. *Franco*. Caudillo de España. Barcelona: Grijalbo, 1994.
- PUIG GONZÁLEZ, Joaquim. *Los líderes-stars: una visión del líder político como creación espectacular*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 1989. (Tesis doctoral).
- PUIG ROVIRA, Francesc-Xavier. *L'Entesa per Cubelles. Una experiència de democràcia local*. S. Sadurní d'Anoia: Institut d'Estudis Penedesencs, 1998.

- PUJADAS, Joan Josep. *Etnicidad. Identidad cultural de los pueblos*. Madrid: Eudema, 1993. (Eudema Antropología).
- PUNNETT, R.M. *Selecting Party Leader. Britain in Comparative Perspective*. New York: Harvester Wheatsheaf, 1992.
- PUTNAM, Robert D. *Civic Traditions after Unification. Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- QUIVY, Raymond. *Manual de recerca en Ciències Socials*. Barcelona: Herder, 1995.
- RAE, Douglas W. *The Political Consequences of Electoral Law*. London: Yale University Press, 1967.  
*Leyes electorales y sistemas de partidos políticos*. Madrid: CITEP, 1977.
- RAFFEL, Stanley. "Identity, Self-reflection and the Problem of Validating Standards". En: *History of the Human Sciences*. 1994, vol. 7, núm. 2, pp. 65-81.
- RAMÍREZ, Pedro J. *La Rosa y el capullo: cara y cruz del felipismo*. Barcelona: Planeta, 1989.
- RAWLS, John. *Teoría de la Justicia*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1995 [1973].
- REEVE, C.D.C. "Platonic politics and the Good". En: *Political Theory*. Agosto-1995, vol. 23, núm. 3, pp. 411-424.
- RENTOUL, John. *Tony Blair*. London: Warner Books, 1997 [1995].
- RICHES, David. "LINDHOM, Charles. Charisma. Oxford, Cambridge: Blackell, 1993". En: *Journal of the Royal Anthropological Institute*. Septiembre-1995, vol. 1, núm. 3.
- RIECHMANN, Jorge; FERNÁNDEZ BUEY, Francisco. *Redes que dan libertad. Introducción a los nuevos movimientos sociales*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1995. (Paidós estado y sociedad).
- RIEFF, Philip. *The Feeling Intellect. Selected Writings*. Chicago, London: University of Chicago Press, 1990.
- RITZER, George. *Teoría Sociológica*. 2 vol. Madrid: McGraw-Hill, 1996.

- ROBBINS, Thomas. *Cults, Converts and Charisma: The Sociology of New Religious Movements*. London: Sage, 1988.
- ROBERTS, Richard. "Interpretations of Resurgent Religion". En: *Theory, Culture & Society*. 1996, vol. 13, núm. 1, pp. 129-138.
- ROBIN, Theobald. "The Role of Charisma in the Development of Social Movements: Ellen G. White and the Emergence of Seventh-Day Adventism". En: *Archives de Sciences Sociales des Religions*. Enero-Marzo 1980, 25, 49-1, pp. 83-100.
- ROBINSON, John. "Interpersonal Influence in Election Campaigns: Two Step-flow Hypotheses". En: *Public Opinion Quarterly*. Fall-1976, vol. 40, núm. 3, pp. 304-319.
- RODRÍGUEZ IBÁÑEZ, José E. *La perspectiva sociológica. Historia, teoría y método*. Madrid: Taurus, 1998.
- ROELOFS, Mark H. "The Prophetic President: Charisma in the American Political Tradition". En: *Polity*. Fall-1992, vol. 25, núm. 1, pp. 1-20.
- ROIG, Montserrat. *Els catalans als camps nazis*. Barcelona: Edicions 62, 2001 [1977].(No Ficció).
- ROSENSTOCK, Bruce. "Athena's Cloak. Plato's Critique of the Democratic City in the Republic". En: *Political Theory*. Agosto-1994, vol. 22, núm. 3, pp. 363-390.
- ROSS, George. "Machiavelli Muddling Through: The Mitterrand Years and French Social Democracy". En: *French Politics and Society*. Spring-1995, vol. 13, núm. 2, pp. 51-66.
- ROSSILLI, Mariagrazia (coord.). *Políticas de género en la Unión Europea*. Madrid: Narcea, 2001
- ROTH, Guenther. "I Virtuosi e la Contro-cultura. Sull'utilità tipologica del concetto di *carisma*". En: *Rassegna Italiana di Sociologia*. 1973, núm. 3, pp. 431-452.  
"Socio-historical Model and Developmental Theory. Charismatic Community, Charisma of Reason and the Counterculture". En : *American Sociological Review*. Abril-1975, vol. 40, núm. 2, pp. 148-157.
- ROUGEMONT, Denis de. *El amor y occidente*. Barcelona: Kairós, 1997 [1978].



- ROUSSEAU, J.J. *Discurso sobre el origen y los fundamentos de la desigualdad entre los hombres*. Barcelona: Península, 1976 [1755].
- ROVIRA I VIRGILI, Antoni. *Els sistemes electorals*. Barcelona: Undarius, 1977
- ROZELL, Mark. *The Ford Press and The Ford Presidency*. Michigan: The University of Michigan Press, 1995. [1992].
- RUDERMAN, Richard S. “Democracy and the Problem of Statesmanship”. En: *The Review of Politics*. Fall-1997, vol. 59, núm. 4, pp. 759-787.
- RUDOLPH, Susanne Hoerber ; RUDOLPH, Lloyd I. *Gandhi: The Traditional Roots of Charisma*. Chicago: University of Chicago Press, 1983 [1967].
- RUSTOW, D. A. *Filósofos y estadistas: Estudios sobre el liderismo*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1976.
- SOTIROPOULOS, Dimitri. *Populism and Bureaucracy. The Case of Greece under PASOK, 1981-1989*. Notre Dame, Indiana: University of Notre Dame Press, 1996.
- SABINE, George Holland. *Historia de la teoría política*. México-Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1996.
- SAHGAL, Nayantara. *Indira Gandhi. Her Road to Power*. New York: Frederick Ungar, 1982.
- SAMPEDRO BLANCO, Víctor. “Agendas de poder. Modelos de control político e informativo de los problemas sociales”. En: *Revista Internacional de Sociología*. Tercera Época. Septiembre-Diciembre 1996, núm. 15, pp. 7-36.
- SANCHEZ, Ángel. *Quien es quién en la democracia*. Barcelona: Flor del viento Ediciones, 1995. (Del Viento Terral).
- SÁNCHEZ NORIEGA, José Luís. *Crítica de la seducción mediática*. Madrid: Tecnos, 1997.
- SANTAMARÍA, Julián. *Transición a la democracia en el sur de Europa y América Latina*. Madrid : Centro de Investigaciones Sociológicas, 1982.

- SANTOLAYA MACHETTI, Pablo. *Manual de procedimiento electoral*. Madrid: Ministerio del Interior, Secretaría General Técnica, 1991.
- SANTORA, Joseph C. “Teaching undergraduates about charismatic leadership: one pedagogical approach”. En: *Journal of Management Education*. 1995, vol. 19, núm. 1, pp. 109-113.
- SARASQUETA, Anxon. *De Franco a Felipe (España 1975-1985)*. Madrid: Plaza & Janes, 1984.
- SARTORI, Giovanni. *Partidos y sistemas de partidos*. Madrid: Alianza Editorial, 1980. (Alianza Universidad, 267).  
*Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus, 1997.
- SARTORI, Giovanni; MORLINO, Leonardo. *La comparación en las ciencias*. Madrid: Alianza Editorial, 1991. (Alianza Universidad).
- SATRÚSTEGUI, Miguel. “PSOE: A new catch-all party”. En: COLOMÉ, Gabriel (coord.). *Socialist parties in Europe II: of class, populars, catch-all?*. Barcelona: Institut de Ciències Polítiques i Socials, 1992.
- SAYLES, Leonard R. *Liderazgo, estilos y técnicas: cuales son y cómo aplicarlos para alcanzar el éxito*. México: McGraw-Hill, 1982.
- SEBTI, Abdelahad. “Au Maroc: sharifisme citadin, charisme et historiographie”. En: *Annales*. Marzo-Abril 1986, vol. 41, núm. 2, pp. 433-457.
- SELIGMAN, Adam B. “Moral Authority and Reformation Religion: On Charisma and the Origins of Modernity”. En: *International Journal of Politics, Cultural and Society*. Winter 1990, vol. 4, núm. 2, pp. 159-179.  
“Charisma and the Transformation of Grace in the Early Modern Era”. En: *Social Research*. Fall-1991, vol. 58, núm. 3, pp. 591-620.
- SCHARFSTEIN, Ben-Ami. *Amoral Politics. The Persistent Truth of Machiavellism*. New York : State University of New York Press, 1995.

- SCHELER, Max. *El Santo, el Genio, el Héroe*. Buenos Aires: Editorial Nova, 1961.  
*Six essais de philosophie et de religion*. Friburg: Editions Universitaires Friburg Suisse, 1996.
- SCHLAMM, Leon. “Rudolf Otto and Mystical Experience”. En: *Religious Studies*. 1991, pp. 389-398.
- SCHMITTER, Philiipe, KARL, Terry.  
“Modes of Transition in Latin America, Southern, and Eastern Europe”. En: *International Social Science Journal*. Mayo-1991, 128.
- SCHROETER, Gerd. “Bureaucracy and Charisma: The Political Sociology of Max Weber”. En: *Canadian Journal of Sociology*. Winter-1996, vol. 21, núm. 1, pp. 95-97.
- SCHÜTZ, John Howard. “Charisma and Social Reality in Primitive Christianity”. En: *The Journal of Religion*. 1974, vol. 54, pp. 51-70.
- SCHWEITZER, Arthur. *The Age of Charisma*. Chicago: Nelson-Hall, 1984.  
“Democracy and Charisma”. En: *Sociologia Internationalis*. 1990, vol. 28, núm. 1, pp. 27-41.
- SCHWIMMER, Erik. *Religión y cultura*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1982.
- SCOTT, John T.; SULLIVAN, Vickie.  
“Patricide and The Plot of the Prince: Cesare Borgia and Machiavelli’s Italy”. En: *American Political Science Review*. Diciembre-1994, vol. 88, núm. 4, pp. 887-900.
- STRAUSS, Sandra; SANOW, Arnold.  
*Charisma Cards: 50 Irresistible Ways to Energize Your Personal Magnetism*. [En línea]. Página web, URL <  
<http://www.amazon.com>.
- SECANELLA LIZANO, Petra M<sup>a</sup>.  
*La prensa en las elecciones norteamericanas de 1976 y 1989*. Madrid: Centro de Investigaciones Científicas, 1981.
- SEERY, John Evan. “Politics as Ironic Community. On the Themes of Descent and Return in Plato’s Republic”. En: *Political Theory*. Mayo-1988, vol. 16, núm. 2, pp. 229-256.

- SÉGUY, Jean. "Max Weber: agir, savoir et savoir pourquoi". En: *Archives de Science Social des Religions*. Octubre-Diciembre 1996, 17-39.  
 "Conflicts et fabrique de connaissance". En: *Archives de Science Social des Religions*. Octubre-Diciembre 1992, vol. 80, núm. 211.
- SEIDMAN, Steven. "Max Weber: A Classic Analysed". En: *Contemporary Sociology*. 1985, vol. 14, núm. 6, pp. 673-677.
- SELIGMAN, Adam. "Charisma and the Transformation of Grace in the Early Modern Era". En: *Social Research*. Fall-1991, vol. 58, núm. 3, pp. 591-620.
- SENNETT, Richard. *La corrosión del carácter*. Barcelona: Anagrama, 1998. (Colección Argumentos, 239).
- SENTIS, Carlos. "De un funeral a otro". En: *La Vanguardia*. 24 de Julio de 1999.
- SHAMIR, Boas. "Social Distance and Charisma: Theoretical Notes and Exploratory Study". En: *Leadership Quarterly*. Spring-1995, vol. 6, núm. 1, pp. 19-47.
- SHAPIRO, Michael. *The Politics of Representation. Writing Practices in Biography, Photography, and Policy Analysis*. Madison, Wisconsin: The University of Wisconsin Press, 1988.
- SHAPIRO, Paul. *Weber and Freud: Comparison and Synthesis*. Michigan: U.M.I. Dissertation Services. A Bell & Howell Company, 1996. (Microfilm, 9608622).
- SHAROT, Stephen. "Hasidism and the Routinization of Charisma". En: *Journal for the Scientific Study of Religion*. Diciembre-1980, vol. 19, núm. 4, pp. 325-336.
- SHELLEY, Marck C.; HWANG, Hwarng-Du. "The Mass Media and Public Opinion Polls in the 1988 Presidential Election. Trends, Accuracy, Consistency, and Events." En: *American Politics Quarterly*. Enero-1991, vol. 19, núm. 1, pp. 59-79.
- SHILS, Edward. "Tradition And Liberty: Antinomy And Interdependence". En: *Ethics*. 1958, núm. 68, pp. 153-165.  
 "The Theory of Mass Society". En: *Diogenes*. 1962, núm. 39, pp. 45-66.

- “Charisma, Order, and Status”. En: *American Sociological Review*. 1965, núm. 2.  
**Center and Periphery. Essays in Macrosociology.** Chicago: University of Chicago Press, 1975.
- SILBER, Ilana Friedrich. *Virtuosity, Charisma, and Social Order: A Comparative Sociological Study of Monasticism in Theravada Buddhism and Medieval Catholicism.* Cambridge : Cambridge University Press, 1995.
- SIMMEL, George. *Sociología. Estudios sobre las formas de socialización.* Madrid: Alianza Editorial, 1986.  
*El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura.* Barcelona: Península, 1986.
- SINGH, Yogendra. “Sociology and the Emerging Challenge of Change”. En: *Sociological Bulletin*. Marzo-1996, vol. 45, núm. 1, pp. 1-13.
- SITES, William. “The Limits of Urban Regime Theory: New York City under Koch, Dinkins and Giuliani”. En: *Urban Affairs Review*. Marzo-1997, vol. 32, núm. 4, pp. 536-557.
- SMILDE, David A. “Virtuosity, Charisma, and Social Order: A Comparative Sociological Study of Monasticism in Theravada Buddhism and Medieval Catholicism. By Ilana Freidrich Silber. Cambridge: Cambridge University Press, 1995”. En: *American Journal of Sociology*. Mayo-1996, vol. 101, núm. 6, pp. 1776-1778 .
- SMITH, David. “Faith, Reason, and Charisma: Rudolf Sohm, Max Weber, and the Theology of Grace”. En: *Sociological Inquiry*. Winter-1998, vol. 68, núm. 1, pp. 32-60.
- SMITH, Peter. “The Routinization of Charisma? Some Comments on “Motif Messianique et Proecessus Social dans le Bahaisme”. En: *Babi and Baha’i Studies*. 1998, vol. 2, núm. 6.
- SMOLICZ, Jerzy J. “Nation State Dominance and Local Cultures in the Age of Globalism”. International Sociological Association. Paper, 1998.
- SOARES, Mario. “Cronstruyamos juntos la U.E. para el siglo XXI”. En: *EL País*. Sábado 9 de Mayo de 1998
- SOBREQUÉS I CALLICÓ, Jaume.  
*Autonomia i Democràcia a Catalunya: crònica política*

*de la transició*. Barcelona: Columna, 1986.

SOTO, Álvaro; TUSELL, Javier.

*Historia de la Transición (1975-1986)*. Madrid: Alianza Editorial, 1996. (Alianza Universidad, 862).

SPENCER, Martin E.

“What is Charisma?”. En: *British Journal of Sociology*. Septiembre-1973, vol. 24, núm. 3, pp. 341-357.

SPINRAD, William.

“Charisma: a Blighted Concept and an Alternative Formula”. En: *Political Science Quarterly*, 1991, vol. 106, núm. 2, pp. 295-311.

SPROTT, W.J.H.

*Introducción a la psicología social*. Buenos Aires: Paidós, 1968.

STAUDE, John-Raphael.

“Language, Narration and the Self”. En: *History of the Human Sciences*. 1994, vol. 7, núm. 2, pp. 141-149.

STEINBERGER, Peter J.

“Ruling: Guardians and Philosopher-Kings”. En: *American Political Review*. Diciembre-1989, vol. 83, núm. 4.

STERN, Geoffrey.

*Leaders and Leadership*. Oxford: London School of Economics, 1993

STOELTING, Erhard.

“Religiosity in the Fundamental Political Changes of Eastern Europe”. International Sociological Association. Paper, 1998.

STONE, Brad Lowell.

“Political Leadership and Nihilism: A Study of Weber and Nietzsche. By Robert EDEN. Tampa: University Press of Florida, 1984”. En: *Sociological Forum*. Diciembre-1990, vol. 5, núm. 4, pp. 669-676.

SUBIRATS, Joan.

*Análisis de políticas públicas y eficacia de la administración*. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública, 1989.

*Un problema de Estilo. La formación de políticas públicas en España*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1992. (Cuadernos y debates).

“De líderes y seguidores”. En: *El País*. Lunes 13 de Julio de 1998.

*¿Existe sociedad civil en España?: responsabilidades y valores públicos*. Madrid: Fundación Encuentro, 1999.

- SWATOS, William H. "The Disenchantment of Charisma: A Weberian Assessment of Revolution in Rationalized World". En: *Sociological Analysis*. Summer-1981, vol. 42, núm. 2, pp. 119-136.
- SYNNOTT, Anthony. "Thruuth and Goodness, Mirrors and Masks. Part I: a Sociology of Beauty and the Face". En: *The British Journal of Sociology*. 1989, vol. 40, núm. 4, pp. 607-636.
- TÀBARA, David. "Birds as Nature and Bird Conservation as Culture". Paper presented at the conference "New Natures, New Cultures, New Technologies". 5-7 Julio 2001. Cambridge: Fitzwilliam College.
- TAMAMES, Ramón. *La España alternativa*. Madrid: Espasa-Calpe, 1993.
- TAMAYO ACOSTA, J.J. *Diez palabras clave sobre Jesús de Nazaret*. Estella: Verbo Divino, 1999
- TAN, Alexis S. "Mass Media Use, Issue Knowledge and Political Involvement". En: *Public Opinion Quarterly*. Summer-1980, vol. 44, núm. 2, pp. 241-248.
- TARDE, G. *L'opinion et la foule*. Paris: Alcan, 1901.
- TAYLOR, Charles. *Sources of the Self. The Making of the Modern Identity*. Cambridge: Cambridge University Press, 1991.
- TAYLOR, Philip M. *War and the Media. Propaganda and Persuasion in the Gulf War*. Manchester: Manchester University Press, 1992.
- TCHAKHOTINE, Serge. *Le viol des foules par la propagande*. Paris: Gallimard, 1992.
- TEZANOS, José Felix (coord.)  
*La Transición democrática española*. Madrid: Editorial Sistema, 1993. (Colección Politeia).  
*Década del cambio. Diez años de Gobierno socialista. 1982-1992*. Madrid: Sistema, 1992.  
*Sociología del socialismo español*. Madrid: Tecnos, 1983.
- TIRYAKIAN, Edward A. "Collective Effervescence, Social Change and Charisma: Durkheim, Weber and 1989". En: *International Sociology*. Setiembre-1995, vol. 10, núm. 3, pp. 269-281.

- TORRE, Rene de la. “Los motivos de conversion, estudios de caso en La Luz del Mundo, Guadalajara, México.” En: *Iztapalapa*, Enero-Junio, 16, 39, pp. 109-126.
- TORREGROSA, J. R. *Teoría e Investigación en la psicología social actual*. Madrid: IOP, 1974.
- TOURAINÉ, Alain. *Els Mass Media: Nou Fòrum Polític o Destrucció de l'Opinió Pública?*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1996.  
“El regreso del populismo”. En: *El País*. 28 de Mayo de 1998.
- TREIBER, Hubert (ed.) *Per leggere Max Weber: nella prospettive della sociologia tedesca contemporanea*. Padoue: CEDAM, 1993. (Biblioteca di Sociologia, 9).
- TREJO DELARBRE, Raúl. “¿Videopolítica vs. Mediocracia? Los medios y la cultura democrática”. En: *Revista Mexicana de Sociología*. 1994, 3, pp. 23-58.
- TUCKER, Robert. “The Theory of Charismatic Leadership”. En: *Daedalus: An Academy of Arts and Sciences*, 1968, vol. 97, pp. 731-755.
- TURNER, Bryan S. “A Weber-Marx Dialogue”. En: *American Journal of Sociology*. Mayo-1986, vol. 91, núm. 6, pp. 1505-1506.  
“Political Leadership and Nihilism: A Study of Weber and Nietzsche By Robert EDEN. Tampa: University Press of Florida, 1984”. En: *Sociological Review*. Mayo-1985, vol. 33, núm. 2, pp. 368-370.
- TURNER, Stephen. “Carisma e obbedienza. Un approccio cognitivista”. En: *Quaderni di Sociologia*. 1993, vol. 37, núm. 6, pp. 63-88.  
“The Significance of Shils.” En: *Sociological Theory*. 1999, vol. 17, núm. 2, pp. 125-145.
- TURNER, Stephen; FACTOR Regis. *Max Weber and the Dispute over Reason and Value: a Study in Philosophy, Ethics, and Politics*. London: Routledge & Kegan Paul, 1984
- TUSELL, Javier; SINOVA, Justino. *La década socialista. El ocaso de Felipe González*. Madrid: Espasa Hoy, 1992.



- TUSELL, Javier. *La transición española a la democracia*. Madrid: Historia 16, 1997. (Biblioteca de Historia).  
 “Tres reglas para un nuevo año”. En: *El País*. 3-Enero 1998.  
*Historia de España*. Madrid: Taurus, 1998. (Pensamiento).
- UMBRAL, Paco. *El socialfelipismo: la democracia detenida*. Barcelona: Ediciones B, 1991.
- VACEK, Edward. “Personal Growth and the Ordo Amoris”. En: *Listening*. 1986, núm. 21, pp. 197-209.
- VALENZUELA, Javier. “Bush suspende en política exterior. El aspirante a suceder a Clinton no supo nombrar en televisión a los líderes de India, Pakistán y Chechenia”. En: *El País*. Sábado 6 de Noviembre de 1999.  
 “Porqué los americanos quieren a Bush”. En: *El País semanal*. Domingo 10 de Junio de 2001, núm. 1289.
- VANDEROEF, John S. “The Spellbinders: Charismatic Political Leadership by Ann Ruth WILLNER”. En: *Journal of Politics*. Mayo 1985, vol. 47, núm. 2, pp. 761-763.
- VECCHIONE, Lucia. “Sigmund Freud e Max Weber: eros e carisma come forze salvifiche”. En: *La Critica Sociologica*. 1993, 19, núm. 107-10, pp. 32-50.
- VICENS, Jesús. *El valor de la salud*. Madrid: Siglo XXI, 1995.
- VIDAL-FOLCH, Xavier. “El primer ministro portugués propone a González para la presidencia de la Comisión Europea”. En: *El País*. Jueves 7 de Mayo de 1998.
- VELASCO, Luís de. *Políticas del PSOE 1982-1995. Del cambio a la decepción*. Icaria Editorial, 1996. (Antrazyt, 84).
- VIDICH, Arthur J. *Gerth, Mills, and Shils: The Origins*. En: *International Journal of Politics Culture and Society*. 1999, vol. 12, núm. 3.
- VILAR, Pierre. *Iniciación al vocabulario del análisis histórico*. Barcelona: Editorial Crítica, 1982 [1980]. (Estudios y Ensayos, 61).
- VILLADSEN, Soren. “Another Century for Local Democracy ? Desentralization, Deregulation and Participation”. En:

- Scandinavia in Times of European Integration*. 1993, vol. 17, núm 1. 1993.
- VILLANI, Pasquale. *La Edad contemporánea 1914-1945*. Barcelona: Ariel, 1997. (Ariel Historia).
- VILAROS, T. M. *El mono del desencanto*. Madrid: Siglo XXI, 1998. (Sociología y política).
- VILLALONGA, José Luís de. “*Los sables, la corona y la rosa* “ Argos- Vergara: Madrid, 1984.
- VINCENT, Jean-Marie. *La metodología de Max Weber. Max Weber, Fundamentos metodológicos de la sociología*. Barcelona: Anagrama, 1972 [1967]. (Cuadernos Anagrama, 29).
- VIVES, Josep. “Parlar de Déu a l'albada del segle XXI?”. En: *Cristianisme i justícia*. 1997, núm. 75.
- VOLZ, Paul. *Prophetengestalten des Alten Testaments*. Stuttgart: Calwer Verlag, 1949 [1938].
- VORONKOV, Víctor M. “Charismatic Leaders in Contemporary Russia: Factors of Popularity”. International Sociological Assosiation. Paper, 1994.
- WALLERSTEIN, Immanuel. *El futuro de la civilización capitalista*. Barcelona: Icaria Editorial, 1999. (Antrazyt, 101).
- WALLIS, Wilson. “Quelques aspects du Messianisme”. En: *Archives de Sociologie des Religions*. 1958, núm. 5, pp. 99-100.
- WALLIS, Roy. *Millennialism and Charisma*. Belfast: Queens University, 1983.  
“Charisma, History and Social Structure”. En: *Sociological Analysis*. Spring-1989, vol. 50, núm. 1, pp. 91-94.
- WANG, Shaoguang. *Failure of Charisma: The Cultural Revolution in Wuhan*. Oxford: Oxford University Press, 1995.
- WASIELEWSKI, Patricia. “The Emotional Basis of Charisma”. En: *Symbolic Interaction*. Fall-1985, vol. 8, núm. 2, pp. 207-222.  
“The Spellbinders: Charismatic Political Leadership”. En: *Social Science Journal*. Enero-1987, vol. 24, núm. 1, pp.

102-104.

- WEABER, David H. "What Voters Learn from Media". En: *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, AAPSS. Julio-1996, 546, pp. 34-47.
- WEBER, Max. *Economía y sociedad*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1993 [1922].  
*La ciencia como profesión; La política como profesión*. Madrid: Espasa-Calpe, 1992 .  
*L'ètica protestant i l'esperit del capitalisme*. Barcelona: Edicions 62/Diputació de Barcelona, 1994.  
*La acción social: ensayos metodológicos*. Barcelona: Ediciones Península, 1984. (Homo sociologicus, 30).  
*Sociología de la religión*. Madrid: Istmo, 1997.
- WEBER, Marianne. *Max Weber, una biografía*. València: Edicions Alfons el Magnànim, 1995.
- WEIERTER, Stuart J.M. "Who Wants to Play "Follow the Leader? A Theory of Charismatic Relationships Based on Routinized Charisma and Follower Characteristics". En: *Leadership Quarterly*. Summer-1997, vol. 8, núm. 2, pp. 171-193.
- WELLHAUSEN, Julius. *Prolegomena zur Geschichte Israels*. Berlin: Reimer, 1883.
- WELLMAN, Christopher. "Liberalism, Samaritanism and Political Legitimacy". En: *Philosophy & Public Affairs*. 1996, vol. 25, núm. 3, pp. 211-237.
- WENDT, Hans W.; LIGHT, Paul C. "Measuring *Greatness* in American Presidents: Model Case for International Research on Political Leadership ?". En: *European Journal of Social Psychology*. 1976, vol. 6, núm. 1, pp. 105-109.
- WERBNER, Pnina; BASU, Helen (ed.). *Embodying Charisma. Modernity, Locality and Performance of Emotion In Sufi Cults*. London-New York: Routledge, 1998.
- WHITE, Theodore H. *The Making of the President 1968*. New York: Atheneum Publishers, 1969 .

- WIATR, Jerzy J. "Political Elites and Political Leadership: Conceptual Problems and Selected Hypotheses for Comparative Research". En: *Indian Journal of Politics*. Diciembre-1973, vol. 7, núm. 2, pp. 137-149.
- WILLIAMS, Bernard. "Truth, Politics, and self-deception". En: *Social Research*. Fall-1966, vol. 66, núm. 3, pp. 603-617.
- WILLNER, Ann Ruth. *Charismatic Political Leadership: a Theory*. Princeton: Princeton University Press, 1968.  
*The Spellbinders Charismatic Political Leadership*. New Haven and London: Yale University Press, 1984.
- WODAK, Ruth. *Language, Power and Ideology. Studies in Political Discourse*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishers Company, 1989.
- WOLDMAN, Harold; GOLDSMITH, Michael.  
*Urban Politics and Policy: a Comparative Approach*. Oxford: Blackwell, 1992.
- WOLF, Eric R. Et al. *Antropología social de las sociedades complejas*. Madrid: Alianza Editorial: 1990 [1966]. (Alianza Universidad, 259).
- WOLINETZ, Steven B. "Party System Change: the Catch-all Thesis Revisited". En: *West European Politics*. Enero-1991, vol. 14, núm. 1, pp. 113-128.
- WOODS, Robert. *Ideas y trucos para tener carisma y magnetismo personal*. Barcelona: Robinbook, 1997.
- WOODWARD, Burns; McGRATH, Marianne.  
"Charisma in Group Therapy with Recovering Substance Abusers". En: *International Journal of Group Psychotherapy*. Abril-1988, vol. 38, núm. 2, pp. 223-236.
- WORSLEY, P. *Al son de la trompeta final. Un estudio de los cultos cargo en Melanesia*. Madrid: Siglo XXI, 1980.
- WRIGHT, Stuart A. "Millennialism and Charisma, edited by Roy WALLIS. Belfast: Queens University, 1983". En: *Contemporary Sociology*. Marzo-1984, , vol.13, núm. 3, pp. 219-221.

- YÁÑEZ-BARNUEVO, Luís. "El Efecto Borrell. José Borrell aportará al partido, según el autor, la misma capacidad de transmitir un mensaje de novedad que Felipe González llevó a Suresnes". En: *El País*. Viernes 24 de Abril de 1998.  
"El factor Aznar". ". En: *El País*. Miercoles 1 de Julio de 1998.
- YOUNG, Oran R. "Political Leadership and Regime Formation: on the Development of Institutions in International Society". En: *International Organization*. Summer-1991, vol. 45, núm. 3, pp. 281-308.
- ZABLOCKI, Benjamin David. "Charisma and Control in Rajneeshpuram: The Role of Shared Values in the Creation of Community. By Lewis F. Carter. Cambridge: Cambridge University Press, 1990". En: *American Journal of Sociology*. Enero-1997, 4, pp. 1147-1149.  
*Alienation and Charisma: A Study of Contemporary American Communes*. New York: The Free Press, 1980.
- ZAVALA, José María. *Las mentiras de González. Los sorprendentes malabarismos dialécticos de un líder político para perpetuarse en el poder*. Barcelona: Plaza & Janés, 1996.
- ZERILLI, Linda M. G. "Machiavelli's Sisters. Women and the Conversation of Political Theory". En: *Political Theory*, Mayo-1991, vol. 19, núm. 2, pp. 252-276.
- ZINGERLÉ, Arnold (ed.). *Carisma. Dinamiche dell'origine e della quotidianizzazione*". Trente: Associazione Italo-Tedesca de Sociologia, 1993.

### Entrevistas

- Entrevistas con Mary Nash. Barcelona, desde 1995 hasta 1999
- Entrevista con Carolina Orriols. Vilanova i la Geltrú, octubre de 1996.
- Entrevista con Isidro Molas. Barcelona, enero de 1997.
- Entrevista con Ernest Lluch. Barcelona, mayo de 1997.
- Entrevista con Santols Julià. Madrid, diciembre de 1997.
- Entrevistas con Salvador Giner. Barcelona, desde 1998 hasta la finalización de la Tesis Doctoral.
- Entrevista con Jaume Casanovas. Vilanova i la Geltrú, mayo de 1998.
- Entrevista con Assumpta Baig. Vilanova i la Geltrú, septiembre de 1998.
- Entrevista con Joan Raventós. Parlamento de Cataluña. Barcelona, noviembre de 1998.
- Entrevista con Raimon Obiols. Barcelona, septiembre 1999.

## Filmografía

- El Candidato* (película cinematográfica); producida por Walter Coblenz; escrita por Jeremy Lerner; dirigida por Michael Ritchie; Wild Wood-Ritchie: Warner Bros, 1972.
- Primary Colours.* (película cinematográfica); producida por Mike Nichols; escrita por Elaine May; dirigida por Mike Nichols, 1998.
- Power.* (película cinematográfica); producida por Reene Schigal, Mark Parlov; escrita por David Himmelstein; dirigida por Sidney Lumet. Polard Film, 1985.