

Los factores de la personalización del voto en las elecciones generales en España, 1979-2004

Guillem Rico
(guillem.rico@uab.es)

Universitat Autònoma de Barcelona & Universitat Pompeu Fabra

Trabajo presentado en el VII Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración. Madrid, 21, 22 y 23 de Septiembre de 2005. Grupo de Trabajo GT.12, “Las elecciones legislativas españolas del 14-M”.

Este trabajo ha recibido el apoyo financiero del proyecto SEC2002-03364 del Ministerio de Educación y Ciencia.

Introducción

A pesar de que la investigación sobre los efectos de los líderes políticos en el comportamiento electoral ha acumulado ya un volumen considerable de literatura,¹ todavía no es mucho lo que se sabe acerca de los factores que inciden sobre el grado de personalización del voto. En un reciente trabajo sobre la influencia de los candidatos en Europa, los autores llegan a la conclusión de que el impacto de los líderes es “tan variable e impredecible como las propias personalidades humanas” (Curtice y Holmberg 2005: 252). El objetivo de este trabajo consiste en identificar algunos de los factores de variación de los efectos del liderazgo a través del análisis de las elecciones generales celebradas en España entre 1979 y 2004. Dichos factores pueden ser, a grandes rasgos, de dos tipos: individuales y contextuales. La personalización del voto puede variar en función de las características individuales de los electores, tales como su nivel de sofisticación política (Campbell et al. 1960; Miller y Miller 1976; pero véanse Glass 1985; Miller et al. 1986; Rahn et al. 1990) o la tendencia a seguir la información política a través de determinados medios de comunicación (Keeter 1987; Mendelsohn 1996; Mughan 1995). Y puede variar también en función de las características contextuales, es decir, del contexto político-institucional en el que tienen lugar las elecciones. Por ejemplo, en comparación con los regímenes parlamentarios, los regímenes presidenciales parecen incentivar la personalización del voto en (McAllister 1996), y lo mismo sucede con los sistemas de partidos dominados por dos grandes formaciones que ofrecen mayorías de gobierno alternativas (Curtice y Holmberg 2005).

Dado que el sistema político español no ha sufrido cambios sustanciales durante el periodo bajo consideración, el interés de este trabajo se centra en los factores contextuales de tipo más coyuntural, y en concreto en las características de la competencia electoral y la oferta partidista. Entre éstos cabe destacar en primer lugar la posibilidad de que la influencia de las valoraciones de los líderes en el voto sea mayor en el caso del presidente del gobierno (si se presenta a la reelección) que en el de los candidatos de la oposición. Butt (2005) señala que existen importantes asimetrías en la información disponible sobre los líderes de las formaciones que están en el poder y las que no. Por la propia posición que ocupan, los partidos del gobierno reciben mucha más atención de los medios que sus adversarios. Además, los electores pueden contrastar esta información de primera mano, a través de la experiencia directa de la actuación del ejecutivo. En consecuencia la información sobre el presidente es más fiable, porque se basa en buena medida en la acción real de gobierno, mientras que las valoraciones de los líderes de la

¹ La lista es demasiado larga como para reproducirla aquí. Puede encontrarse un inventario incompleto en la bibliografía recogida en Rico (2002).

oposición se asientan sobre suposiciones acerca de su hipotética actuación al frente de un futuro gobierno. Los presidentes también tienen más facilidades para proyectar una imagen propia y bien diferenciada en la opinión pública (Stewart y Clarke 1992), y por tanto más posibilidades de que ésta se convierta en un beneficio (o un perjuicio) adicional para sus partidos.

Así pues, una de las cuestiones a considerar en estas páginas será comprobar si en efecto la valoración del titular del gobierno (*incumbent*) pesa más que en la decisión de voto que la de los candidatos de la oposición. De esta hipótesis se pueden deducir otras posibles relaciones. Un aspecto a tener en cuenta es la capacidad de los partidos de constituir una alternativa real de gobierno. El sistema de partidos español se ha caracterizado por la presencia de dos grandes formaciones que compiten por encabezar la formación de gobierno. Aunque ha habido ocasiones en las que ninguno de estos partidos ha logrado reunir una mayoría absoluta de escaños en el Congreso, hasta ahora siempre ha sido la opción que ha obtenido más apoyo popular la que ha acabado por asumir la presidencia del gobierno. En la práctica, se ha establecido una conexión muy estrecha (si no directa) entre el resultado de las elecciones y la presidencia, de tal forma que el líder del partido con más votos es investido presidente de manera casi automática. De todo esto se puede deducir que los líderes de los partidos con perspectivas de formar gobierno deberían contar más en la decisión de voto que sus homólogos de los pequeños partidos, ya que estos últimos no tienen apenas posibilidades de llegar al poder (Curtice y Holmberg 2005).

Un último factor de personalización reside en la personalidad de los líderes mismos. Algunos autores han explorado la relación entre la popularidad de los líderes y su influencia relativa en el comportamiento electoral, con la expectativa de que sean los mejor o peor valorados los que los votantes tengan más en cuenta a la hora de elegir una opción. Hasta ahora los resultados de estos análisis no han permitido confirmar la relación, e incluso es frecuente topar con evidencias de lo contrario, esto es, de candidatos vulgares que han ejercido mayor influencia que otros aparentemente más destacados o considerados como auténticas figuras (Bartels 2002; Curtice y Holmberg 2005; Crewe y King 1994; King 2002). Pero existen razones para pensar que los líderes que sobresalen en uno u otro sentido deben tener más peso en el voto, ya que su imagen distintiva les otorga visibilidad pública, su personalidad se convierte en noticia, y esto repercute en el grado en que los votantes ponderan este aspecto en las urnas.

Pueden extraerse hipótesis similares al extender el análisis del impacto electoral del liderazgo a la percepción de las características personales de los líderes. Es sabido que este es uno de los componentes esenciales de las valoraciones de los personajes políticos. A la hora de formarse un juicio sobre un candidato, la gente utiliza estrategias similares a las que emplea

para evaluar a las personas con las que se encuentra diariamente en su vida cotidiana (Kinder 1986; Lodge et al. 1989; Miller et al. 1986; Rahn et al. 1990; Sullivan et al. 1990; Popkin 1994). El seguimiento de esta sencilla regla de decisión permite al elector ser cognitivamente eficaz, ya que la información que requiere puede ser adquirida fácilmente a través de las imágenes de los líderes que transmiten los medios de comunicación. Los rasgos personales constituyen además un elemento de juicio sustantivo a la hora de decidir el voto, puesto que aportan información relevante y fiable acerca de la hipotética actuación del líder en el ejercicio de un cargo de responsabilidad política con grandes dosis de discrecionalidad y en circunstancias de incertidumbre (Fiorina 1981; Page 1978; Popkin 1994; Popkin et al. 1976). El grado en que la valoración de estas cualidades incide en el voto también es susceptible de variar en función de los factores contextuales de la elección. Las asimetrías de información afectan al ámbito de los rasgos personales y, en consecuencia, cabe esperar que su impacto sea mayor en el caso de los presidentes que optan a la reelección y, en general, de los candidatos de las dos alternativas de gobierno, y menor en el caso de terceros partidos. De la misma manera, resulta razonable pensar que las características más decisivas sean las que, por activa o por pasiva, más sobresalen de la imagen de cada candidato. Más allá de este aspecto, el análisis nos debe permitir también avanzar hipótesis sobre la forma en que determinadas dimensiones de la personalidad ejercen un impacto según la posición que la formación del líder ocupe en la competición electoral.

En la siguiente sección se describen y justifican los modelos de voto utilizados para calibrar la influencia electoral de los líderes y se da cuenta de los datos que han servido para estimarlos. A continuación se exponen los resultados de los modelos simples de personalización del voto, en los que se compara la trascendencia de este fenómeno en todas las elecciones celebradas entre 1979 y 2004, utilizando como único indicador de liderazgo la clásica valoración o termómetro de simpatía de los candidatos. Más adelante se presentan las estimaciones de la influencia electoral de las características personales de los líderes, que están restringidas a los comicios de 1982, 1993 y 2004. Finalmente se extraen las principales conclusiones que se derivan del análisis realizado.

Metodología y datos

El concepto de personalización alude al grado en que los electores toman en consideración a los líderes partidistas a la hora de decidir su voto. El voto tiene dos posibles objetos de elección: partidos y líderes. Bajo un sistema electoral como el español, el votante da su apoyo a la lista de candidatos de un partido en su circunscripción. Sin embargo, en la mayoría de las ocasiones desconoce a los candidatos por los que en realidad está votando (Montero y Gunther 1994), y en

cambio es consciente de quién lidera la formación y se presenta como candidato a la presidencia del gobierno. Como acabamos de ver, la pauta habitual en el sistema político español es que sea investido presidente el líder del partido más votado en las elecciones generales. Así, aunque formalmente elija la lista de un partido, cabe la posibilidad de que en la mente del elector el líder sea el auténtico objeto de su elección.

Desde este sencillo punto de vista, la decisión de voto puede ser entendida como el resultado de la preferencia por un partido y/o un líder. El votante da su apoyo al objeto político que le resulta más atractivo.² Habrá un mayor grado de personalización en la medida en que ese objeto político esté encarnado más por un líder que por un partido. Las razones por las cuales el votante tiene una determinada preferencia pueden ser varias. En términos racionales, las preferencias se construyen a partir de los programas políticos propuestos (Downs 1957), de los resultados derivados de la actuación del gobierno (Fiorina 1981) y de la credibilidad y la percepción de confianza que genera cada opción. Pero tanto los líderes como los partidos pueden encarnar estas motivaciones. A menudo se asocia ineludiblemente el fenómeno de la personalización con una creciente significación de las cualidades personales de los líderes en el voto, en detrimento de las consideraciones ideológicas y de orientación o posición política. Sin embargo la personalización puede adoptar otro carácter. En su obra *The rise of candidate-centered politics* (1991), Wattenberg defiende precisamente la idea de que los candidatos presidenciales norteamericanos han ganado protagonismo frente a los partidos pero no sobre la base de sus rasgos personales sino de las políticas que defienden (véase también Wattenberg 2004). Se produce una personalización del voto cuando el líder adquiere importancia en la representación de las motivaciones que subyacen a las preferencias, sean éstas del tipo que sean.

Los modelos de voto que se presentan en este trabajo están contruidos a partir de este planteamiento. La decisión electoral es una función de las valoraciones de los partidos y de las valoraciones de los líderes. El modelo escogido adopta esta sencilla forma:

$$\text{Voto} = a + b_1 (\text{Valoración del partido}) + b_2 (\text{Valoración del líder}) + u \quad (1)$$

El voto a una determinada lista (frente a las demás) es el resultado de la valoración que el individuo hace del partido y del líder en cuestión. Cuanto mayor sea el valor de b_2 , mayor será el peso de la evaluación del líder y, por tanto, mayor el grado de personalización. La exclusión de toda otra variable es deliberada. Esta elección obedece a la necesidad de que las valoraciones

² Obviamente, esta regla se cumplirá siempre que no entren en juego consideraciones estratégicas. No obstante, en este trabajo no se plantea esta posibilidad.

de partidos y líderes recojan por sí mismas las motivaciones precedentes. De acuerdo con planteamiento expuesto, si se incorpora algún otro factor (por ejemplo, la ideología del entrevistado) cuyos efectos se transmitan de manera desigual a través de las valoraciones del partido y del líder, la estimación de los efectos de estas variables se verá reducida de forma también desigual, según el grado de asociación que mantengan con aquél, con lo que el ejercicio propuesto quedaría desvirtuado.

Esta especificación ofrece la posibilidad de estimar la importancia de los líderes en el voto sin la necesidad de construir un complejo modelo de voto ni de asumir arriesgados supuestos teóricos en torno a las relaciones causales entre variables que están fuera del alcance de este trabajo. En el mejor de los casos, el modelo propuesto representa una regla simple de decisión (*heuristics*) del voto que resulta plausible y es compatible con prácticamente cualquier modelo de comportamiento electoral; en el peor, es una simplificación excesiva, pero que al menos sirve para el propósito de medir el grado de personalización del voto. Tiene además la ventaja de que puede ser estimado a partir de los estudios electorales disponibles para todas las elecciones celebradas entre 1979 y 2004, puesto que sólo requiere dos variables independientes. El principal inconveniente es que estas variables (valoraciones de partidos y valoraciones de líderes) están recogidas de maneras distintas según la encuesta. Lamentablemente los datos tienen procedencias diversas, y ni siquiera el hecho de que procedan de un mismo organismo garantiza que la variable mantenga el mismo formato. Para las elecciones de 1979, 1982 y 1993 tomo los datos de los estudios de DATA; los de las elecciones de 1986 y 1989 proceden de sendas encuestas del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS);³ los de 1996 y 2000 proceden de las muestras españolas pertenecientes al Comparative Study of Electoral Systems (CSES); para la convocatoria de 2004 he utilizado el estudio de Demoscopia-UAM.

Las valoraciones de los líderes están medidas en todos los casos a partir de escalas de 11 puntos, entre 0 y 10, aunque los extremos no siempre representan los mismos calificativos, y tampoco el texto de la pregunta es idéntico. En los estudios DATA se oponen las etiquetas “Hostil” (0) y “Favorable” (10); en el de Demoscopia, “Muy desfavorable” y “Muy favorable”; en los del CSES, los extremos van acompañados de las frases “Me desagrade profundamente” y “Me gusta mucho”; en los del CIS, la pregunta hace referencia a la “actuación política que le merece [la] actuación política” del líder, y pide una puntuación “sabiendo que el 0 significa que lo [*sic*] valora muy mal y el 10 que lo valora muy bien”.

³ Se trata de los estudios 1543 (para 1986) y 1842 (1989).

Entre los indicadores de las valoraciones de los partidos las diferencias son mucho más acentuadas. En los estudios de 1979, 1996 y 2000 se utilizaron escalas entre 0 y 10 a la manera de las evaluaciones de los líderes.⁴ En los demás años, la cuestión hace referencia al grado en que el entrevistado se siente cercano o lejano a cada una de las formaciones, utilizando escalas de cuatro (1982 y 2004) y cinco puntos (1986 y 1989).

En los modelos que tienen en cuenta una lista de características personales del líder, la variable de valoración del líder en la ecuación (1) se sustituye por las percepciones de cada una de dichas características:

$$\text{Voto} = a + b_1 (\text{Valoración del partido}) + b_2 (\text{Característica A}) + \\ + b_3 (\text{Característica B}) + \dots + b_n (\text{Característica M}) + u \quad (2)$$

Las variables de las características personales de los candidatos sólo están disponibles para las convocatorias de 1982, 1993 y 2004. Tampoco estos indicadores se mantienen de una encuesta a otra. En 1982 se pide al entrevistado que dé su opinión sobre una lista de que incluye seis características; en 1993 son cuatro; en 2004, siete. Tan sólo una característica (“honrado”) se repite a lo largo de los tres estudios. En 1982 se pregunta sobre los líderes de los cinco principales partidos de ámbito nacional, esto es, el Partido Socialista, Alianza Popular, la Unión de Centro Democrático, el Partido Comunista y Centro Democrático y Social; en los estudios de 1993 y 2004 la cuestión se limita a las dos principales opciones, PSOE y Partido Popular. Las preguntas permiten sólo una respuesta simple en 1982 y 1993 (el líder tiene o no la cualidad correspondiente), mientras que en 2004 se ofrece una escala de cuatro puntos (se ajusta mucho, bastante, poco o nada a la cualidad).

Las variables dependientes son dicotómicas, asumiendo el valor 1 si el entrevistado afirma haber votado al partido en cuestión, y 0 si ha apoyado a cualquier otra formación (los abstencionistas y los que no declaran recuerdo de voto quedan fuera del análisis). De este modo se calcula una función por cada partido considerado, limitando las opciones a los principales partidos de ámbito nacional. Los modelos se han estimado mediante regresión logística binaria. Todas las variables se han recodificado a un rango entre 0 (peor valoración) y 1 (mejor valoración) para facilitar las comparaciones

⁴ En el estudio DATA 1979, los calificativos empleados son algo distintos (“el 0 indicaría hostilidad extrema”, “el 10 que siente una gran atracción”) y los ítems incluyen a otros “grupos e instituciones” además de partidos políticos.

Resultados de los modelos simples de personalización

La Tabla 1 recoge los resultados de las estimaciones del modelo de voto correspondiente a la ecuación (1) para los principales partidos en las elecciones al Congreso celebradas entre 1979 y 2004. Todos los coeficientes tienen el signo esperado (positivo) y son estadísticamente significativos al nivel de 0,1% o inferior, salvo los correspondientes a las variables del líder de las funciones de voto al PSOE e Izquierda Unida en 1996 y 2000, y del PP en 1996, que sobrepasan el nivel de 10% (el del PSOE en 1996 tiene además signo negativo). Aunque no debemos descartar otras explicaciones, llama la atención el hecho de que todos estos casos procedan de los estudios CSES, donde las valoraciones de partidos y líderes están recogidas mediante idénticos indicadores y en preguntas inmediatamente correlativas, lo que acentúa la presión de coherencia cognitiva. No es de extrañar entonces que las correlaciones entre las variables de cada partido y su líder correspondiente alcancen en estos casos sus valores más elevados, entre 0,7 y 0,9 (la correlación media en los demás estudios es 0,6), lo que genera problemas de multicolinealidad. En cualquier caso, y al margen de los modelos de 1996 y 2000, los resultados de este análisis permiten constatar la importancia de las valoraciones de los líderes en la configuración del voto en la mayor parte de las elecciones generales celebradas en nuestro país. Esta conclusión adquiere más valor cuando se tiene en cuenta que la inclusión de la valoración de los partidos como variable independiente constituye un control muy exigente sobre el impacto de las valoraciones de los líderes, sobre todo en el supuesto de que las opiniones sobre los candidatos contribuyan a configurar los juicios sobre los partidos (Curtice y Holmberg 2005).⁵

Como era previsible, en la mayoría de los modelos los coeficientes de las valoraciones del partido son mayores que los de las valoraciones de los líderes. Las excepciones son el PCE y AP en 1979, PSOE y CDS en 1989, y PSOE en 2004. Por lo general los coeficientes de los partidos son algo más estables que los de los líderes. Pero las estimaciones calculadas mediante regresión logística no son directamente interpretables, por lo que he realizado simulaciones de los efectos de las variables independientes transformándolos en probabilidades de voto. El Gráfico 1 recoge la evolución de la magnitud de los efectos de las valoraciones del líder sobre el voto para cada una de las formaciones políticas. Los valores representan primeras diferencias, es

⁵ De todos modos, como señalan estos mismos autores, “el riesgo que entraña este planteamiento es claramente menor que el que implicaría no tener en cuenta en absoluto la posibilidad de que las evaluaciones de los líderes sean simplemente un producto de las evaluaciones de los partidos” (Curtice y Holmberg 2005: 239).

decir, la diferencia entre la probabilidad de votar al partido pronosticada por la regresión cuando la valoración del candidato asume su máximo teórico (la valoración más favorable: 1) y la probabilidad estimada cuando asume su mínimo (0), manteniendo las demás variables (en este caso, la valoración del partido) en sus medias muestrales. Los datos indican la magnitud del impacto electoral de los líderes, y pueden interpretarse como estimaciones del grado de personalización del voto. El valor de UCD en 1979, por ejemplo, señala que un votante que daba la puntuación más positiva a Suárez tenía un 64,9% más de probabilidad de votar a UCD que un votante que compartía su misma opinión sobre el partido pero otorgaba al líder la puntuación más negativa.

Los resultados de estas simulaciones se ajustan considerablemente a las hipótesis apuntadas más arriba. En primer lugar, el peso de la valoración del presidente del gobierno es en todas las convocatorias mayor que la de sus contrincantes. Así sucede con Suárez en 1979, con González entre 1986 y 1993, y con Aznar en el año 2000. Dejando de lado los confusos resultados de 1996, sólo en 1982 se rompe esta tendencia, aunque esta elección fue excepcional en este como en tantos otros aspectos, ya que el único candidato que había ocupado el cargo de presidente (Adolfo Suárez) había renunciado a él y se presentaba en esta ocasión al frente de un partido de nueva formación cuyas posibilidades estaban seriamente limitadas. En este punto confluye otro de los aspectos señalados anteriormente: los líderes de los partidos que constituyen las dos alternativas (más o menos realistas) de gobierno registran un mayor impacto en el voto. Este es el caso de la UCD y el PSOE en 1979 y del PSOE y AP/PP de 1982 en adelante. Los candidatos de los partidos minoritarios ejercen una influencia comparativamente mucho más restringida, siendo el CDS (una formación fuertemente personalizada en torno a la figura de Suárez) el que mayor ventaja obtiene de su líder. El impacto de los candidatos del PCE/IU se mantiene de forma estable en niveles muy bajos, desde 1982 siempre por debajo del 20%.

Un último aspecto a considerar es la conexión entre la popularidad de los líderes y su impacto electoral. En la Tabla 2 pueden observarse las puntuaciones medias de los candidatos a la presidencia del gobierno con ocasión de las elecciones generales entre 1979 y 2004. El Gráfico 2 muestra la relación entre estas valoraciones y la influencia del líder respectivo sobre el voto en términos de primeras diferencias, tal como ha sido estimada a partir de los modelos de la Tabla 1. Los datos no parecen corroborar la idea de que son los líderes que despiertan reacciones más intensas (en sentido positivo o negativo) los que ejercen una mayor influencia en las urnas. Es cierto que, así como el grado de personalización exhibe un elevado grado de variación, las valoraciones medias se concentran en una franja relativamente estrecha de la escala, lo cual dificulta la identificación de la relación existente entre estas variables. Sin

embargo, los datos se ajustan aparentemente a una relación lineal y positiva, lo cual significa que el impacto del líder se incrementa cuanta más simpatía despierta entre la opinión pública. Este patrón estaría en la línea de los resultados de investigaciones según las cuales las emociones positivas atraen mayor adhesión que rechazo generan las emociones negativas (Marcus 1988).

El carácter de la personalización

La incorporación de las percepciones de las cualidades personales de los líderes políticos permite abordar con detenimiento un aspecto específico de la personalización como es la influencia de la imagen que transmite su carácter individual. Como he avanzado más arriba, los estudios disponibles sólo permiten llevar a cabo un análisis de tres elecciones, si bien con la suerte de que se extienden a lo largo de gran parte del periodo considerado y dan cuenta de tres momentos separados entre sí por algo más de una década. Las tres elecciones se presentan además en circunstancias de competencia política diferenciadas. En 1982 faltaba la figura del *incumbent*, pero los líderes en liza eran políticos experimentados y cuatro de ellos repetían por tercera vez como candidatos a la presidencia del gobierno. En 1993 era la tercera ocasión en la que el jefe del gobierno socialista, Felipe González, optaba a la reelección, mientras que su principal adversario, José María Aznar, que ya se había presentado en 1989, afrontaba por primera vez el reto de ganar una mayoría para el PP en el Congreso. La consulta de 2004 tuvo como protagonistas a dos candidatos noveles en unas elecciones generales, algo que no sucedía desde 1977.

De acuerdo con la función definida en la ecuación (2), las siguientes tablas recogen las estimaciones de las regresiones logísticas correspondientes a las elecciones generales de 1982 (Tabla 3), 1993 (Tabla 4) y 2004 (Tabla 5). Los resultados, en términos de qué cualidades obtienen coeficientes estadísticamente significativos, son similares para todos los líderes en los modelos de 1982 y 1993, pero radicalmente distintos en los de 2004. La responsabilidad y la honradez fueron las cualidades más decisivas en las elecciones de 1982, y al mismo tiempo las más sobresalientes en la imagen de González, y los aspectos más deficitarios del liderazgo de Carrillo. La experiencia sólo contó para el líder socialista y el candidato de la UCD. El autoritarismo de los candidatos restó apoyos a las formaciones situadas en los extremos del espectro ideológico (PCE y AP), y la excitabilidad a los tres partidos a la derecha del centro (AP, UCD y CDS). Llama la atención que el hecho de considerar “hábil” a González redujese significativamente la probabilidad de votar al PSOE, aunque en una magnitud reducida en

comparación a los demás efectos.⁶ Posiblemente esto se deba a una mala interpretación de la cualidad por parte de los entrevistados, a la que quizá se confirió algún tipo de connotación negativa que los votantes socialistas, a diferencia de los de otras opciones, no querrían ver en su líder.

En los comicios de 1993 se observa un considerable paralelismo en las características personales que resultan decisivas para uno y otro líder. Los votantes tuvieron principalmente en cuenta la sinceridad y la capacidad de los principales contendientes. La percepción de que el candidato fuera “atractivo” reducía de forma estadísticamente significativa la posibilidad de votar a los partidos correspondientes. Quiero pensar que, como sucedía con la habilidad de González en 1982, se produjo algún tipo de racionalización de las respuestas de los entrevistados a esta cuestión (véase Rico 2002). A diferencia de esta elección, en la convocatoria de 2004 cada uno de los candidatos exhibe un patrón de efectos considerablemente diferenciado. Para Zapatero, los rasgos decisivos fueron el carisma, la decisión y el encanto, las tres cualidades que en un análisis factorial confirmatorio realizado en otro lugar constituyen una dimensión distintiva de la personalidad, a la que se da el nombre de liderazgo, entendido como la capacidad de inspiración, o el aspecto no intelectual y menos aprehensible de la competencia (Rico 2005; véase también Kinder 1986). La única característica de Rajoy que coincide en sus efectos con Zapatero es la decisión, pero las cualidades más determinantes del líder conservador son la honradez y la moderación, las variables que en el análisis mencionado forman una dimensión diferenciada definida como integridad o contención.

Como se hizo para los modelos simples, y con el fin de facilitar la interpretación de las estimaciones, he calculado los cambios en la probabilidad de voto resultantes de cambiar la percepción de las cualidades personales de los líderes de sus valores mínimos a sus máximos. Los resultados de estas simulaciones están recogidos en las tablas 6, 7 y 8. A pesar de la disparidad de indicadores utilizados en cada estudio, es posible advertir una cierta tendencia en el sentido señalado por la hipótesis de las asimetrías de información y relevancia de los diferentes objetos políticos. En 1982, el único caso en el que es posible analizar los efectos de un abanico más amplio de líderes, son las características de los candidatos con mayores posibilidades de ocupar la presidencia las que registran un impacto de mayor magnitud en el voto. En las elecciones de 1993, las percepciones de Felipe González, el titular, resultan en conjunto más relevantes que las Aznar. En cambio, no se aprecian diferencias en la dimensión

⁶ Como se puede apreciar en la Tabla 6, el cambio en la probabilidad de votar al PSOE entre quienes creen que González tiene la cualidad y los que piensan que no es sólo de un 7%.

de los efectos de Zapatero y Rajoy en la consulta de 2004, cuando ninguno de los dos destacaba en términos de visibilidad en la escena pública.

En cuanto a la relación entre los aspectos distintivos de las imágenes personales y el patrón de efectos electorales, se aprecian algunos indicios en el sentido pronosticado, aunque con ciertos matices. Las cualidades más decisivas en las elecciones de 1982, responsabilidad y honradez, fueron las más distintivas de la imagen de González (véase la Tabla 9), el favorito en la carrera hacia la presidencia. En 1993, los factores determinantes se concentraron en los aspectos instrumentalmente relevantes más destacados de la imagen del *incumbent* en comparación con su oponente, es decir, sinceridad y capacidad (Tabla 10). Estos resultados sugieren la hipótesis de que las percepciones que prevalecen en la decisión de voto son, con independencia del líder en consideración, las relativas a las características más sobresalientes de la personalidad del candidato con mejores perspectivas electorales. En las elecciones de 2004, los aspectos distintivos de la imagen de Zapatero, carisma y encanto, fueron también los que más pesaron en el voto socialista, pero en el caso de Rajoy no tuvieron ningún efecto significativo (Tabla 11). Quizá la relativa falta de visibilidad de los principales candidatos, y sobre todo la falta de visibilidad de un favorito (al menos en comparación con anteriores convocatorias), impidió que el electorado estableciera una contraposición entre ambos personajes, lo que supuso que cada uno ejerciera una influencia basada en los aspectos más distintivos de su propia imagen. En cualquier caso, y dada la escasez de datos, los análisis presentados aquí no permiten confirmar estas hipótesis. Será necesario ampliar este campo de la investigación para poder contrastarlas en el futuro.

Conclusiones

A lo largo de este trabajo se ha podido constatar la naturaleza variable del nivel de personalización del voto. No todos los líderes ejercen el mismo impacto electoral, ni todas las elecciones exhiben un mismo patrón de efectos. En cierta medida, dicha variabilidad viene condicionada por los cambios producidos en la coyuntura política. En estas páginas me he propuesto identificar algunos factores de personalización relativos al contexto de la competencia electoral. Por un lado, los resultados obtenidos confirman que los electores conceden más importancia a la valoración del candidato titular o *incumbent*, cuando lo hay, y en general de los líderes de las opciones que constituyen mayorías de gobierno alternativas. Este fenómeno se explica por la presencia de asimetrías en la información acerca de los diferentes líderes partidistas, así como por la estrecha conexión entre los resultados electorales y la investidura del

presidente del gobierno, un aspecto que incide en la presidencialización del sistema político español.

Por otro lado, los resultados del análisis parecen rechazar hipótesis según la cual los candidatos con una imagen más distintiva y notoria, tanto en sentido positivo como en sentido negativo, ejercen un mayor impacto electoral. Por el contrario, los datos muestran una relación directa entre popularidad y personalización del voto, lo cual sugiere que los líderes constituyen un elemento de atracción (más que de rechazo) electoral.

Por último, los análisis del impacto electoral de las características personales de los líderes demuestran la importancia de este ámbito de valoración en el comportamiento de los votantes en tres momentos muy distintos de la vida política española. Más allá de esta constatación, y con la prudencia que aconseja el reducido número de observaciones, las estimaciones obtenidas de estos modelos coincidirían en señalar una mayor personalización del voto en torno a los líderes electoralmente más relevantes y mejor conocidos por el público. Por otra parte, las relaciones observadas entre los rasgos más prominentes de la imagen de los personajes políticos y su impacto electoral no permiten extraer ninguna conclusión firme, aunque sugieren posibles líneas de investigación.

Referencias

- Bartels, Larry M. 2002. "The impact of candidate traits in American presidential elections", en Anthony King (ed.), *Leaders' personalities and the outcomes of democratic elections*. Oxford: Oxford University Press.
- Butt, Sarah. 2005. "First among unequals? A comparison of the influence of the incumbent prime minister and opposition party leaders on vote choice", paper preparado para la conferencia anual de la Political Studies Association, Universidad de Leeds, abril de 2005.
- Campbell, Angus, Philip E. Converse, Warren E. Miller y Donald E. Stokes. [1960] 1976. *The American voter*. Chicago: University of Chicago Press.
- Crewe, Ivor y Anthony King. 1994. "Are British elections becoming more 'presidential'?", en M. Kent Jennings y Thomas E. Mann (eds.), *Elections at home and abroad. Essays in honor of Warren E. Miller*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Curtice, John y Sören Holmberg (2005). "Party leaders and party choice", en Jacques Thomassen (ed.), *The European voter: a comparative study of modern democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- Downs, Anthony. 1957. *An economic theory of democracy*. Nueva York: Harper and Row.
- Fiorina, Morris. P. 1981. *Retrospective voting in American national elections*. New Haven: Yale University Press.
- Glass, David P. 1985. "Evaluating presidential candidates: who focuses on their personal attributes?", *Public Opinion Quarterly*, 49(4): 517-534.
- Keeter, Scott. 1987. "The illusion of intimacy: television and the role of candidate personal qualities in voter choice", *Public Opinion Quarterly*, 51(3): 344-358.
- Kinder, Donald. R. 1986. "Presidential character revisited", en Richard R. Lau y David O. Sears (eds.), *Political cognition*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- King, Anthony. 2002. "Conclusions", en Anthony King (ed.), *Leaders' personalities and the outcomes of democratic elections*. Oxford: Oxford University Press.
- Lodge, Milton, Kathleen M. McGraw y Patrick Stroh. 1989. "An impression-driven model of candidate evaluation", *American Political Science Review*, 83(2): 399-419.
- Marcus, George E. 1988. "The structure of emotional response: 1984 presidential candidates", *American Political Science Review*, 82(3): 737-761.
- McAllister, Ian. 1996. "Leaders", en Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi y Pippa Norris (eds.), *Comparing democracies: elections and voting in global perspective*. Thousand Oaks: Sage.
- Mendelsohn, Matthew. 1996. "The media and interpersonal communications: the priming of issues, leaders and party identification", *Journal of Politics*, 58(1): 112-125.
- Miller, Arthur H., Martin P. Wattenberg y Oksana Malanchuk. 1986. "Schematic assessments of presidential candidates", *American Political Science Review*, 80(2): 521-540.

- Miller, Arthur H. y Warren E. Miller. 1976. "Ideology in the 1972 election: myth or reality—A rejoinder", *American Political Science Review*, 70(3): 832-849.
- Montero, José R. y Richard Gunther. 1994. "Sistemas 'cerrados' y listas 'abiertas': sobre algunas propuestas de reforma del sistema electoral español", en José R. Montero, Richard Gunther, José I. Wert, Julián Santamaría, Miguel A. Abad y otros, *La reforma del régimen electoral*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales.
- Mughan, Anthony. 1995. "Television and presidentialism: Australian and U.S. legislative elections compared", *Political Communication*, 12(3): 327-342.
- Page, Benjamin I. 1978. *Choices and echoes in presidential elections. Rational man and electoral democracy*. Chicago: University of Chicago Press.
- Popkin, Samuel L. 1994. *The reasoning voter: Communication and persuasion in presidential campaigns*. Chicago: University of Chicago Press. 2ª ed.
- Popkin, Samuel L., John W. Gorman, Charles Phillips y Jeffrey A. Smith. 1976. "Comment: what have you done for me lately? Toward an investment theory of voting", *American Political Science Review*, 70(3): 779-805.
- Rahn, Wendy M., John H. Aldrich, Eugene Borgida y John L. Sullivan. 1990. "A social-cognitive model of candidate appraisal", en John Ferejohn y James Kuklinski (eds.), *Information and democratic processes*. Urbana: University of Illinois Press.
- Rico, Guillem. 2002. *Candidatos y electores: la popularidad de los líderes políticos y su impacto en el comportamiento electoral*. Barcelona: Institut de Ciències Polítiques i Socials.
- 2005. "Las imágenes de los líderes ante las elecciones generales de 2004", trabajo presentado en el VII Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración. Madrid, Septiembre de 2005
- Sullivan, John L., John H. Aldrich, Eugene Borgida y Wendy Rahn. 1990. "Candidate appraisal and human nature: man and superman in the 1984 election", *Political Psychology*, 11(3): 459-484.
- Stewart, Marianne C. y Harold D. Clarke. 1992. "The (un)importance of party leaders: leader images and party choice in the 1987 British election", *Journal of Politics*, 54(2): 447-470.
- Wattenberg, Martin P. 1991. *The rise of candidate-centered politics: presidential elections of the 1980s*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- 2004. "Elections: personal popularity in U.S. presidential elections", *Presidential Studies Quarterly*, 34(1): 143-155.

Tabla 1. Regresiones logísticas del voto en elecciones generales, 1979-2004

		<i>Partido</i>		<i>Líder</i>		<i>Constante</i>		χ^2	<i>N</i>
1979	UCD	5,038	(0,264)	3,803	(0,260)	-5,485	(0,183)	2.080,142	3.406
	PSOE	3,924	(0,256)	3,831	(0,271)	-5,595	(0,186)	1.395,387	3.380
	PCE	3,982	(0,361)	4,188	(0,379)	-6,866	(0,266)	942,113	3.365
	AP (CD)	3,514	(0,454)	4,759	(0,492)	-7,494	(0,363)	460,658	3.335
1982	PSOE	5,050	(0,225)	3,986	(0,280)	-5,698	(0,209)	2.186,569	3.721
	AP	5,053	(0,269)	5,730	(0,352)	-6,936	(0,255)	2.468,981	3.711
	UCD	6,345	(0,400)	3,372	(0,443)	-7,570	(0,331)	678,007	3.663
	PCE	6,391	(0,538)	3,073	(0,520)	-8,352	(0,431)	658,018	3.699
	CDS	5,802	(0,602)	2,608	(0,695)	-8,419	(0,494)	252,167	3.688
1986	PSOE	7,620	(0,447)	5,374	(0,459)	-7,755	(0,368)	1.743,262	2.150
	AP (CP)	8,312	(0,663)	5,168	(0,591)	-8,669	(0,484)	1.353,783	2.107
	CDS	6,636	(0,556)	4,949	(0,549)	-9,012	(0,464)	639,214	2.068
	IU	6,514	(0,711)	4,419	(0,768)	-8,704	(0,592)	331,759	1.972
1989	PSOE	6,235	(0,429)	6,948	(0,505)	-8,802	(0,438)	1.447,865	1.716
	PP	7,335	(0,562)	6,180	(0,644)	-9,087	(0,563)	1.075,299	1.545
	IU	7,453	(0,626)	3,735	(0,595)	-8,651	(0,533)	635,027	1.453
	CDS	4,752	(0,676)	5,777	(0,683)	-8,488	(0,530)	345,683	1.653
1993	PSOE	7,019	(0,600)	3,484	(0,515)	-6,266	(0,438)	658,460	870
	PP	8,854	(0,789)	3,504	(0,760)	-6,770	(0,523)	944,045	1.027
	IU	6,525	(0,689)	2,829	(0,701)	-7,441	(0,581)	329,609	1.016
1996	PP	4,248	(0,642)	0,636 †	(0,625)	-2,836	(0,188)	318,421	888
	PSOE	4,535	(0,637)	-0,405 †	(0,586)	-2,494	(0,193)	268,468	905
	IU	2,791	(0,861)	1,113 †	(0,837)	-3,819	(0,280)	82,075	884
2000	PP	7,208	(0,773)	2,243	(0,645)	-5,374	(0,411)	469,758	788
	PSOE	8,338	(0,752)	0,657 †	(0,611)	-5,833	(0,411)	375,010	777
	IU	8,071	(1,247)	1,856 †	(1,183)	-7,468	(0,725)	134,082	699
2004	PSOE	4,999	(0,288)	5,493	(0,424)	-5,560	(0,292)	1.311,952	1.836
	PP	6,852	(0,372)	5,641	(0,498)	-6,345	(0,342)	1.604,817	1.833
	IU	7,211	(0,669)	3,101	(0,638)	-8,639	(0,647)	363,078	1.507

† $p > 0,1$ (Los demás coeficientes y estadísticos de ajuste son significativos al nivel 0,001 o inferior).

Coefficientes de regresión logística, con sus errores típicos entre paréntesis.

Fuente: estudios DATA 1979, 1982 y 1993; CIS 1543, 1842; CSES 1996 y 2000; Demoscopia 2004.

Tabla 2. Puntuaciones medias de los candidatos a la presidencia del gobierno, 1979-2004

	<i>PCE / IU</i>	<i>PSOE</i>	<i>UCD</i>	<i>CDS</i>	<i>AP / PP</i>
1979	Carrillo (3,7)	González (5,4)	<u>Suárez</u> (5,5) *		Fraga (3,1)
1982	Carrillo (2,9)	<u>González</u> (6,8)	Lavilla (3,3) *	Suárez (4,2)	Fraga (4,0)
1986	Iglesias (3,2)	<u>González</u> (6,3) *		Suárez (5,0)	Fraga (3,4)
1989	Anguita (3,1)	<u>González</u> (6,4) *		Suárez (4,0)	Aznar (4,7)
1993	Anguita (3,1)	<u>González</u> (5,3) *		Calvo O. (3,5)	Aznar (4,2)
1996	Anguita (3,9)	González (5,3) *			<u>Aznar</u> (3,9)
2000	Frutos (3,7)	Almunia (4,0)			<u>Aznar</u> (5,2) *
2004	Llamazares (3,4)	<u>Zapatero</u> (5,6)			Rajoy (4,6) *

* Candidato del partido que ocupaba la presidencia del gobierno en la legislatura anterior. Subrayado aparece el candidato cuyo partido obtuvo más votos.

Fuente: estudios DATA 1979, 1982 y 1993; CIS 1543, 1842; CSES 1996 y 2000; Demoscopia 2004.

Tabla 3. Regresiones logísticas del voto en las elecciones generales de 1982

	<i>PSOE</i>	<i>AP</i>	<i>UCD</i>	<i>PCE</i>	<i>CDS</i>
Partidismo	5,971 *** (0,208)	6,216 *** (0,260)	6,473 *** (0,392)	7,198 *** (0,500)	6,386 *** (0,603)
Características del líder:					
Responsable	0,635 *** (0,096)	1,114 *** (0,148)	1,078 *** (0,186)	0,566 * (0,254)	1,548 *** (0,317)
Honrado	0,676 *** (0,094)	0,573 *** (0,154)	0,728 *** (0,184)	0,760 ** (0,260)	1,234 *** (0,303)
Con experiencia	0,408 *** (0,114)	0,146 (0,141)	1,093 *** (0,189)	0,161 (0,241)	-0,366 (0,311)
Hábil	-0,282 ** (0,100)	0,245 † (0,148)	0,184 (0,214)	-0,289 (0,249)	-0,013 (0,295)
Autoritario	-0,311 (0,189)	-0,456 ** (0,144)	0,037 (0,279)	-0,594 † (0,303)	-0,212 (0,542)
Excitable	-0,308 (0,238)	-0,737 *** (0,161)	-0,656 * (0,267)	-0,639 (0,432)	-3,575 † (2,120)
Constante	-4,208 *** (0,153)	-4,819 *** (0,184)	-7,114 *** (0,303)	-7,379 *** (0,400)	-8,509 *** (0,522)
χ^2_7	2.075,634 ***	2.318,172 ***	770,024 ***	651,278 ***	299,539 ***
N	3.758	3.749	3.746	3.740	3.718

† p < 0,1; * p < 0,05; ** p < 0,01; *** p < 0,001

Coefficientes de regresión logística, con sus errores típicos entre paréntesis.

Fuente: estudio DATA 1982.

Tabla 4. Regresiones logísticas del voto en las elecciones generales de 1993

	<i>PSOE</i>	<i>PP</i>
Partidismo	8,121 *** (0,655)	6,322 *** (0,520)
Características del líder:		
Sincero	1,645 *** (0,292)	1,068 ** (0,363)
Honrado	0,049 (0,314)	0,172 (0,390)
Atractivo	-0,627 * (0,266)	-0,543 † (0,320)
Capaz	0,833 * (0,350)	2,030 *** (0,373)
Constante	-5,894 *** (0,468)	-5,500 *** (0,422)
χ^2_5	799,561 ***	661,618 ***
N	921	836

† $p < 0,1$; * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Coefficientes de regresión logística, con sus errores típicos entre paréntesis.

Fuente: estudio DATA 1993 (primera oleada).

Tabla 5. Regresiones logísticas del voto en las elecciones generales de 2004

	<i>PSOE</i>	<i>PP</i>
Partidismo	5,361 *** (0,309)	7,469 *** (0,460)
Características del líder:		
Inteligente	0,384 (0,554)	0,561 (0,795)
Honrado	-0,400 (0,478)	2,984 *** (0,754)
Carismático	0,880 * (0,406)	0,370 (0,565)
Moderado	0,739 (0,458)	2,564 *** (0,719)
Decidido	0,872 * (0,443)	1,101 † (0,624)
Con encanto	0,986 * (0,407)	-0,010 (0,526)
Culto	0,232 (0,540)	0,060 (0,697)
Constante	-4,382 *** (0,370)	-8,243 *** (0,621)
$\chi^2_{8/10}$	850,841 ***	1.256,704 ***
N	1.397	1.364

† $p < 0,1$; * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Coefficientes de regresión logística, con sus errores típicos entre paréntesis.

Fuente: estudio Demoscopia 2004.

Tabla 6. Efectos de las características de los líderes sobre el voto en las elecciones generales de 1982

	<i>PSOE</i>	<i>AP</i>	<i>UCD</i>	<i>PCE</i>	<i>CDS</i>
Partidismo	0,891	0,817	0,468	0,419	0,144
Características del líder:					
Responsable	0,156	0,088	0,015	0,002	0,005
Honrado	0,166	0,042	0,009	0,003	0,004
Con experiencia	0,101	(0,009)	0,015	(0,000)	(-0,001)
Hábil	-0,070	0,016	(0,002)	(-0,001)	(0,000)
Autoritario	(-0,076)	-0,029	(0,000)	-0,001	(0,000)
Excitable	(-0,075)	-0,042	-0,005	(-0,001)	-0,002

Las simulaciones de los coeficientes no significativos al nivel 0,1 aparecen entre paréntesis.

Fuente: véase la Tabla 3.

Tabla 7. Efectos de las características de los líderes sobre el voto en las elecciones generales de 1993

	<i>PSOE</i>	<i>PP</i>
Partidismo	0,957	0,875
Características del líder:		
Sincero	0,312	0,098
Honrado	(0,009)	(0,014)
Atractivo	-0,116	-0,039
Capaz	0,143	0,184

Las simulaciones de los coeficientes no significativos al nivel 0,1 aparecen entre paréntesis.

Fuente: véase la Tabla 4.

Tabla 8. Efectos de las características de los líderes sobre el voto en las elecciones generales de 2004

	<i>PSOE</i>	<i>PP</i>
Partidismo	0,865	0,952
Características del líder:		
Inteligente	(0,094)	(0,064)
Honrado	(-0,099)	0,349
Carismático	0,215	(0,045)
Moderado	(0,180)	0,299
Decidido	0,211	0,131
Con encanto	0,240	(-0,001)
Culto	(0,057)	(0,007)

Las simulaciones correspondientes a los coeficientes no significativos al nivel 0,1 aparecen entre paréntesis.

Fuente: véase la Tabla 5.

Tabla 9. Percepciones de las características personales de los líderes en las elecciones generales de 1982

	<i>González</i>	<i>Fraga</i>	<i>Suárez</i>	<i>Carrillo</i>	<i>Lavilla</i>
Responsable	55,2	30,2	22,6	13,1	21,8
Honrado	52,6	22,2	22	10,6	21,3
Con experiencia	24,1	46,7	37,1	38	20,4
Hábil	36,9	28,8	41,1	28,4	17,1
Autoritario	6,5	46	6,6	27,8	13,4
Excitable	4,2	31,4	3,5	17,8	20

Porcentaje de entrevistados que consideran que el líder tiene la característica en cuestión.

Fuente: estudio DATA 1982.

Tabla 10. Percepciones de las características personales de los líderes en las elecciones generales de 1993

	<i>González</i>	<i>Aznar</i>
Sincero	46,3	35,5
Honrado	56,3	49,1
Atractivo	46,9	24,7
Capaz	70,1	46,2

Porcentaje de entrevistados que consideran que el líder tiene la característica en cuestión.

Fuente: estudio DATA 1993.

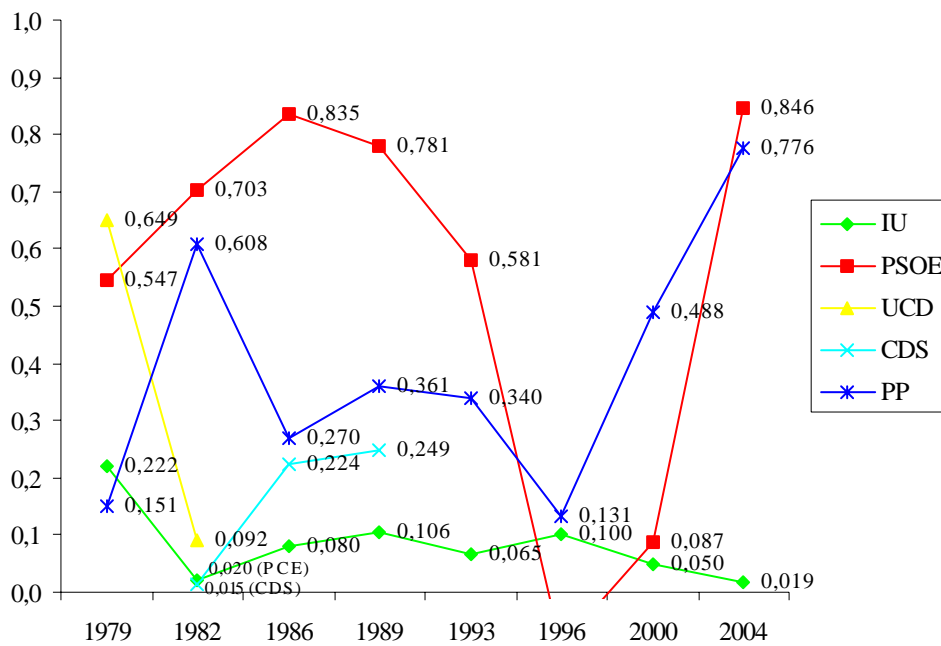
Tabla 11. Percepciones de las características personales de los líderes en las elecciones generales de 2004

	<i>Zapatero</i>	<i>Rajoy</i>
Inteligente	0,67	0,65
Honrado	0,62	0,56
Carismático	0,52	0,42
Moderado	0,61	0,56
Decidido	0,59	0,53
Con encanto	0,49	0,33
Culto	0,67	0,67

Valoración media del grado en que la característica en cuestión se ajusta al líder (nada =0; poco=0,33; bastante=0,67; mucho=1).

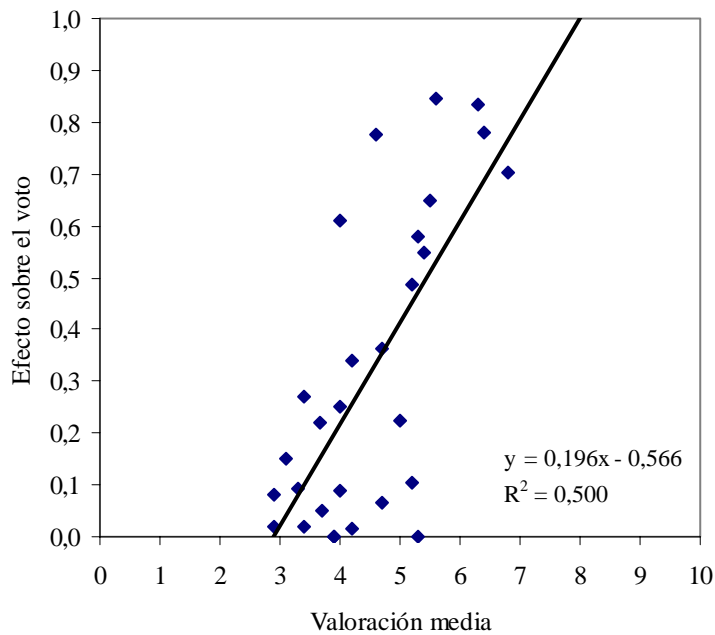
Fuente: estudio Demoscopia 2004.

Gráfico 1. Efectos de las valoraciones de los líderes sobre el voto en las elecciones generales, 1979-2004



Fuente: véase la Tabla 1.

Gráfico 2. Relación entre la popularidad de los líderes y sus efectos sobre el voto



Fuente: véanse las tablas 1 y 2.