

Las imágenes de los líderes ante las elecciones generales de 2004

Guillem Rico (UAB y UPF).

RESUMEN. Este trabajo analiza los componentes de la popularidad de los líderes de los dos principales partidos políticos españoles en el marco de las elecciones generales de marzo de 2004. A partir de los datos que arroja una encuesta nacional elaborada poco tiempo después de los comicios, y dotada de indicadores especialmente diseñados para este propósito, se indaga en la capacidad de dos candidatos “noveles” (en ambos casos era la primera vez que optaban al cargo) para formarse una imagen diferenciada y autónoma de la de sus partidos, basada en características personales y no tanto en meras proyecciones de preferencias partidistas. Con este fin se toman dos líneas de análisis. Una se pregunta sobre el papel de las cualidades específicamente “personales” (más o menos desideologizadas) en las imágenes de los líderes, con el objetivo de valorar hasta qué punto la opinión pública tiene en cuenta estos rasgos, los pondera y los distingue a la hora de valorar a los candidatos a la presidencia del gobierno. Otra línea de análisis compara la relación entre las posiciones ideológicas de los electores en el eje izquierda-derecha y el lugar donde éstos mismos ubican a los partidos en cuestión, por un lado, y a sus respectivos líderes, por el otro, en ese mismo eje.

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

Introducción

Las elecciones generales del 14 de marzo de 2004 enfrentaron a tres candidatos inéditos en estos lances al frente de los tres principales partidos de ámbito nacional. Esta situación no se producía desde que en 1977 tuvieron lugar las primeras elecciones democráticas después del período franquista. Las convocatorias celebradas entre 1979 y 2000 vieron no pocos relevos al frente de las candidaturas de los partidos,⁹² pero esta era la primera vez que los tres coincidían en unos mismos comicios, la primera vez también que coincidían en los partidos del gobierno y su principal opositor (véase la Tabla 1). Desde este punto de vista, las elecciones generales de 2004 constituyen una buena oportunidad para el análisis de la formación de las imágenes y valoraciones de los candidatos de los partidos a ocupar la presidencia del gobierno.

TABLA 1. 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 (3,2)	González (5,7) *			<u>Aznar</u> (5,1)
2000	Frutos (3,0)	Almunia (4,8)			<u>Aznar</u> (5,3) *
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, 2210 y 2382; y TNS-Demoscopia 2004.

No es mucho lo que se sabe acerca de los componentes a partir de los cuales los líderes políticos se forjan una reputación en la opinión pública. En la línea de los “termómetros de simpatía” propios de los estudios de opinión norteamericanos, las encuestas realizadas en nuestro país han venido midiendo la sensación que producen los candidatos entre la ciudadanía. En el sondeo postelectoral sobre el que se basa el análisis de este trabajo, se planteaba la siguiente pregunta:

⁹² La candidatura de UCD cambió en 1982; la del PSOE en 2000; la del PP en 1989; la de IU en 1986, 1989 y 2000; y la del CDS en 1993.

Quisiera saber ahora sus sentimientos hacia algunos líderes políticos. Aquí tiene una escala que va de 0 a 10. Si se siente muy favorable hacia esa persona, puede darle la valoración más alta, de 10; si se siente muy desfavorable, puede darle la valoración de 0, la más baja posible; si se siente absolutamente neutral hacia esa persona, puede darle una valoración de 5. Empecemos por... [José Luis Rodríguez Zapatero; Mariano Rajoy; Gaspar Llamazares; etc.]

A pesar de la evidente difusión de este formato de pregunta, no ha abundado la investigación sobre la naturaleza de las respuestas que recoge. “*No one knows what thermometer scores really measure*”, ha llegado a afirmar Fiorina (1981: 154). Quizá la más influyente y duradera de las constataciones parciales de la literatura acerca del carácter de las valoraciones de los líderes políticos sea la que establece la poderosa influencia que ejercen las predisposiciones políticas de los electores en su formación. Los candidatos son objetos políticos necesariamente transitorios, y en las democracias con sistemas de partidos consolidados lo habitual es que los líderes políticos se sucedan en un escenario más o menos estable en el que las formaciones partidistas, entre otros elementos, confieren continuidad a la vida política y constituyen los principales objetos de referencia. La cuestión que esta situación suscita es qué hay entonces de genuino en las valoraciones de los candidatos. Una vez controladas las predisposiciones que tamizan las valoraciones ¿qué ingredientes aportan por sí mismos los líderes a sus propias imágenes?

Este trabajo se propone realizar un análisis de los componentes de las valoraciones de los líderes y candidatos a la presidencia del gobierno español de los dos principales partidos de ámbito nacional. Su objetivo es establecer la capacidad de José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy para construirse una imagen diferenciada y autónoma de la de sus partidos y otros objetos previos de identificación, centrando la atención en dos ámbitos de evaluación: sus características personales y su posición ideológica. Los datos analizados proceden principalmente del estudio realizado con posterioridad a los comicios de 2004, y que forma parte de la última oleada del Comparative National Election Project (CNEP) (N=2929).⁹³

La exposición procede de la siguiente manera. En primer lugar se relatan los pormenores de la elección y la evolución de la popularidad de los líderes de PSOE, PP e IU entre las elecciones generales de 2000 y 2004. A continuación, una vez establecida la diferenciación entre componentes afectivos y racionales (o genuinos) de las valoraciones de los candidatos, se analizan las características de las percepciones, en primer lugar, de la personalidad de los candidatos y, en segundo lugar, de su ubicación ideológica, en comparación con la de su partido. Finalmente se estima la influencia de estos dos componentes en las valoraciones de Zapatero y Rajoy, controlando el impacto de los componentes aquí llamados afectivos.

Camino de la elección

Tras las elecciones generales de 2000 y a lo largo de la VIII legislatura se fueron fraguando las candidaturas que se enfrentarían cuatro años más tarde, el 14 de marzo de 2004. Los cambios de liderazgo en los partidos de la izquierda se produjeron con mayor antelación, al poco tiempo de constatar los negativos resultados que estas formaciones registraron en las elecciones de marzo de 2000. En el PSOE, tras la dimisión de Joaquín Almunia, los delegados del XXXV Congreso Federal eligieron por un estrecho margen de votos, y contra la mayoría de los pronósticos, a un desconocido, José Luis Rodríguez Zapatero, como secretario general del partido, que derrotaba así a su más serio competidor y favorito, el Presidente de Castilla-La Mancha José Bono. Poco después, en octubre del mismo año, Gaspar Llamazares fue nombrado coordinador general de Izquierda Unida, al obtener en las votaciones de la coalición una ventaja también escasa frente al que fuera cabeza de lista en las anteriores elecciones, Francisco Frutos.

En el Partido Popular, José María Aznar, cumpliendo su promesa de no ocupar la presidencia del gobierno más allá de dos legislaturas, propuso en septiembre de 2003 a Mariano Rajoy para sucederle como candidato ante la Ejecutiva Nacional del PP, momento desde el cual ejerció además como secretario general. De este modo se cerraba una carrera sucesoria sobre la que los medios habían estado debatiendo durante meses y en la que se habían visto implicados, además del premiado, otras destacadas figuras del partido y del gobierno como Rodrigo Rato, Ángel Acebes y Jaime Mayor Oreja.

Los tres líderes se dieron a conocer a la opinión pública a ritmos muy distintos (véase el

⁹³ Los estudios del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) constituyen el objeto de análisis de la sección introductoria de la investigación. Quiero agradecer a Joan Font y Rafael Martínez Cassinello la asistencia prestada en el acceso a estas fuentes.

Gráfico 1). A los tres meses de ser elegido, Zapatero había llegado ya a una inmensa mayoría de los ciudadanos y tan sólo el 11% de los ciudadanos admitía no conocerlo. Este porcentaje se fue reduciendo paulatinamente, de tal manera que en la encuesta preelectoral del CIS era únicamente de 1,5%.⁹⁴ En cambio, Llamazares, como es lógico al tratarse de una formación con apoyos mucho más reducidos, hubo de afrontar desde el principio porcentajes de desconocimiento mucho más elevados. En el barómetro de abril de 2001, cuando hacía ya casi seis meses que lideraba IU, el 46% no era capaz de reconocerlo. A partir de ese momento su imagen fue alcanzando una mayor difusión, pero a las vísperas de las elecciones todavía era extraño para el 23% del electorado. Es indudable que un porcentaje de esta magnitud supone un serio obstáculo para la personalización del voto de IU. A tenor de los datos de los que disponemos, nunca antes un candidato de la coalición (ni del PCE) había llegado a unos comicios con un nivel tan bajo de notoriedad, ni siquiera su antecesor Frutos, que en este sentido le iba a la par.⁹⁵ Por su parte, Rajoy contaba con la ventaja de ser un miembro destacado del gabinete de Aznar, lo cual le permitió mantenerse en una posición de visibilidad durante años antes de ser designado al frente del PP. La popularidad de los ministros, sin embargo, tiene unos límites notables. En julio de 2000, cuando los socialistas todavía no contaban con un líder, Rajoy era desconocido para un 22% de los ciudadanos. Durante la legislatura redujo esta cifra, moviéndose alrededor del 15%, pero hasta que no fue anunciada su candidatura no logró bajar del 10%. En la encuesta preelectoral ya sólo el 3,4% declaraba no conocerlo, y probablemente si el nombre del sucesor se hubiera hecho público con mayor antelación, Rajoy habría igualado en trascendencia al líder socialista.

La suerte de los nuevos candidatos en los sondeos fue variada, tal y como se observa en el tramo final del Gráfico 2. Las líneas trazan la evolución de las valoraciones medias de los candidatos de los tres partidos entre el primer trimestre de 1983 y el segundo trimestre de 2005, señalando los momentos en los que se producen los cambios de liderazgo.⁹⁶ Tanto en el caso de Zapatero como en el de Rajoy, las designaciones van acompañadas de sendos incrementos de popularidad de aproximadamente un punto en la escala de 0 a 10.⁹⁷ Sin embargo, dicho incremento es de corta duración y las valoraciones tienden a recuperar los niveles precedentes en los meses sucesivos, un fenómeno que está en la línea de los observados en otros estudios (Nadeau y Mendelsohn 1994). El impulso permitió al líder socialista superar la barrera simbólica del 5 y rebasar a Aznar de forma prácticamente ininterrumpida hasta la designación de Rajoy, momento en el que igualaron sus valoraciones medias. Llamazares, por su parte, no experimentó una subida de popularidad equivalente a raíz de su designación, manteniéndose en los niveles en torno a los cuales viene fluctuando la serie de IU desde finales de los años 90, alrededor de un punto por debajo de sus rivales.

Pero el cambio más llamativo se produjo no antes sino inmediatamente después de las elecciones del 11 de marzo. En el sondeo preelectoral del CIS, Zapatero obtenía una valoración media de 4,9, pero en el postelectoral ascendía a 6,6, esto es, una cota a la que ningún líder nacional había logrado acercarse desde que lo hiciera Felipe González a principios de los 80. El registro de Rajoy apenas varió (de 5 a 4,8) mientras que el de Llamazares superó su propio techo (de 4 a 4,3).

En los meses siguientes el récord de Zapatero se demostró poco estable, pues enseguida sus marcas bajaron sensiblemente, a pesar de que se mantuvo por encima del 5.⁹⁸ No obstante, el dato es significativo porque abre la puerta a la posibilidad de que las valoraciones de los líderes sean más un reflejo de sus logros electorales que un factor del voto. Si hay un requisito que las valoraciones deben cumplir para poder plantear la hipótesis de la personalización es que las imágenes de los líderes, más allá de racionalizaciones y sesgos procedentes de factores exógenos, es que tengan algún componente genuino. En las páginas siguientes trataré de desentrañar el peso y la naturaleza de dos de estos componentes.

⁹⁴ Estudio CIS 2555 (enero-febrero 2004).

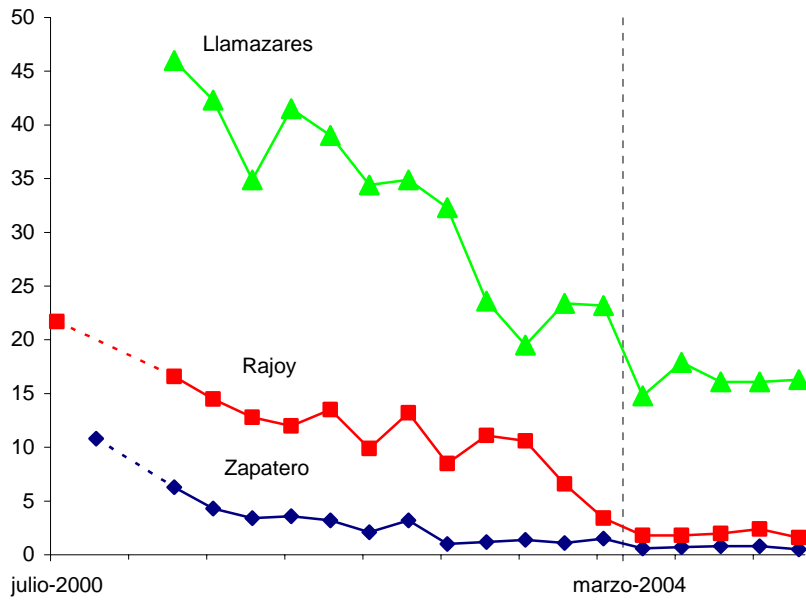
⁹⁵ Frutos no era conocido para un 19% en la encuesta preelectoral de febrero de 2000 (estudio CIS 2383).

⁹⁶ El texto de la pregunta es el utilizado habitualmente en los barómetros del CIS: "Le voy a citar ahora el nombre de algunos líderes políticos. Le agradecería me indicara con respecto a cada uno de ellos si lo conoce y qué valoración le merece su actuación política. Puntúelos de 0 a 10, sabiendo que el 0 significa que lo valora muy mal y el 10 que lo valora muy bien." Los datos son trimestrales. En los casos en que se disponía de más de una valoración para un mismo trimestre se calculó la media de las puntuaciones.

⁹⁷ Los barómetros correspondientes al segundo y tercer trimestres de 2000 –inmediatamente anteriores a la elección de Zapatero– no preguntaron por la valoración de ningún líder socialista, por lo que el punto de referencia se retrasa hasta enero.

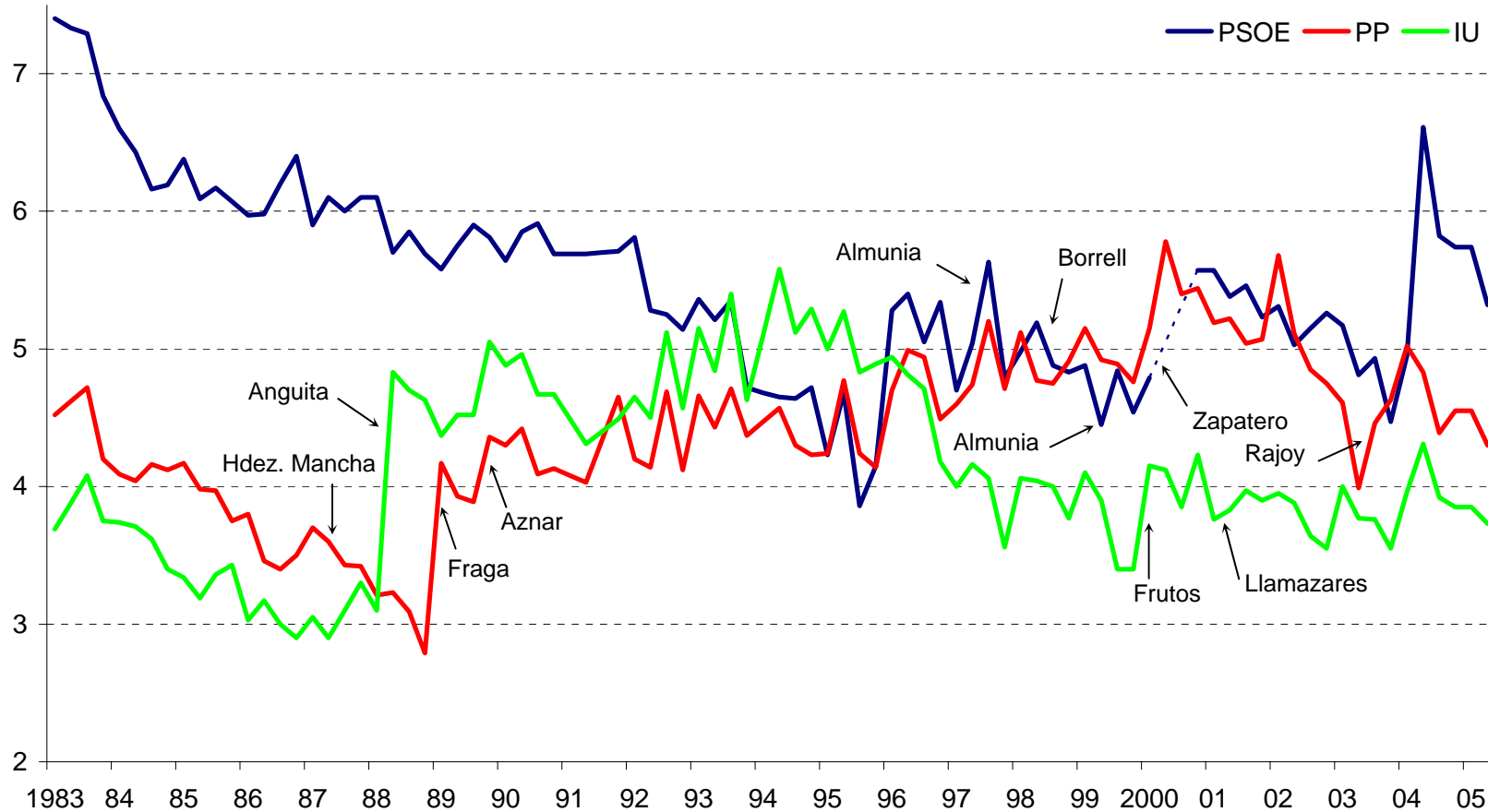
⁹⁸ En el estudio CNEP 2004, la valoración media de Zapatero es de 5,6 (véase la Tabla 1).

GRÁFICO 1. PORCENTAJES DE DESCONOCIMIENTO DE LOS LÍDERES



Fuente: barómetros trimestrales del CIS

GRÁFICO 2. EVOLUCIÓN DE LAS VALORACIONES MEDIAS DE LOS LÍDERES, 1983-2005



Fuente: barómetros trimestrales del CIS.

Componentes afectivos de las valoraciones

El debate académico en torno a la naturaleza de las valoraciones de los personajes políticos se ha visto afectado por la tensión entre la teoría de la imagen y la teoría de la consistencia cognitiva (véase, por ejemplo, McGrath y McGrath 1962, y Sigel 1964). La teoría de la imagen defiende la idea de que la percepción de los políticos obedece a la imagen que éstos proyectan en la opinión pública. La teoría de la consistencia cognitiva, en cambio, hace hincapié en el ajuste que se produce en la percepción para situarla en la línea de otras percepciones, evitando así el malestar psicológico que se derivaría de la incongruencia. Por lo tanto, la teoría de la imagen entiende la percepción como un producto del *estímulo* (la imagen del líder, en este caso), mientras que la teoría de la consistencia cognitiva la ve como un producto de las actitudes del *perceptor* (las predisposiciones políticas del elector). La primera insiste en el componente racional de la percepción; la segunda, en el componente afectivo.

Los postulados de la teoría de la consistencia cognitiva tuvieron una gran influencia en los trabajos pioneros sobre el comportamiento electoral de las escuelas Columbia y Michigan, que convirtieron en un tema recurrente la manifestación de un sesgo perceptivo en la formación de actitudes hacia los objetos políticos (Berelson et al. 1954; Campbell et al. 1960). Los candidatos de los partidos son objetos políticos cuya permanencia en la escena pública es limitada, por lo que los ciudadanos, que en general prestan poca atención a la información política, construyen sus valoraciones en buena medida a partir de las actitudes que mantienen hacia objetos más duraderos como los partidos. Esta visión nunca ha dejado de estar presente en el estudio de la popularidad de los líderes y, a pesar de las revisiones posteriores, sigue teniendo vigencia (Bartels 2002).

Para controlar los efectos de los componentes afectivos en la formación de las valoraciones de los líderes, los modelos que se presentan más adelante incluyen dos variables, partidismo e ideología, que representan las actitudes políticas duraderas de los perceptores.

El líder como persona

La gente está habituada a formarse juicios sobre otras personas con las que se relaciona en su vida cotidiana a partir de una serie de estrategias interiorizadas que guían el procesamiento de la información disponible y permiten construir expectativas sobre su comportamiento. Numerosos estudios han podido constatar que los electores utilizan estas estrategias como “atajos” para formarse opiniones sobre los personajes políticos (Kinder 1986; Lodge et al. 1989; Miller et al. 1986; Rahn et al. 1990; Sullivan et al. 1990; Popkin 1994). Esto les permite ser cognitivamente eficaces, ya que la información que requieren se adquiere fácilmente a través de las imágenes de los líderes que transmiten los medios de comunicación. Y, en contra de lo que se podría pensar, esta información es sustantiva y no superficial, porque la mayor parte de ella se refiere a cualidades personales que son relevantes para el ejercicio de un cargo político y que la gente considera deseables con independencia de sus posiciones ideológicas (Fiorina 1981; Page 1978; Popkin 1994; Popkin et al. 1976).

Si este argumento es correcto, los votantes deben ser capaces de distinguir en las imágenes de los líderes un pequeño número de categorías o dimensiones sustantivamente diferentes que orienten la adquisición y sistematización de la información y la formación de juicios. En otras palabras, si los votantes valoran la personalidad de los líderes y lo hacen de una forma instrumental y no meramente afectiva, deberían ser capaces de diferenciar sus atributos en función de sus implicaciones políticas y ponderarlos en consecuencia (Funk 1999; Miller et al. 1986).

Dejando de lado las aproximaciones más normativas, las investigaciones empíricas no coinciden en el número y la naturaleza de las dimensiones a partir de las cuales el público organiza las características personales de los candidatos. En la Tabla 2 aparecen resumidos los resultados de algunos de los principales análisis realizados para tratar de determinar empíricamente la dimensionalidad de las percepciones de la personalidad de los líderes políticos. Para cada uno de ellos se indican cuáles son las dimensiones detectadas, el ámbito del análisis y la metodología empleada. Tal y como se puede apreciar, la mayoría de los estudios se enmarcan en Estados Unidos, aunque afortunadamente también los hay que han utilizado datos procedentes de países con regímenes políticos de distinta naturaleza, como Alemania y el Reino Unido. En casi todos los casos se analizan baterías de preguntas –normalmente de respuesta precodificada– acerca de aspectos personales de los líderes por medio de técnicas de reducción de datos basadas en el análisis factorial, sobre todo en la modalidad de análisis factorial confirmatorio.

Como he señalado, los resultados obtenidos son muy variados, quizá los como consecuencia de la disparidad de enfoques y objetivos de investigación y la heterogeneidad de las cualidades sobre las que se pregunta en cada estudio. La inevitable utilización de etiquetas con distintas posibles lecturas para definir los factores supone una traba adicional a la hora de extraer unas conclusiones generales a partir de los trabajos publicados. Quizá los análisis más elaborados y los que han tenido mayor repercusión sean los de Miller et al. (1986) y Kinder (1986). Miller y sus colegas analizan las respuestas a las tradicionales

preguntas abiertas sobre los aspectos positivos y negativos de los candidatos presidenciales americanos entre las elecciones de 1952 y 1984, y encuentran cinco dimensiones: *competencia*, entendida como capacidad intelectual y experiencia; *integridad*, que incorpora aspectos como la confianza, la honestidad y la sinceridad; *fiabilidad*, que define atributos relacionados con la responsabilidad, la dedicación y la agresividad, que hacen de puente entre la competencia y la integridad; el *carisma*, concebida en términos de liderazgo y la facultad para comunicar y conectar con la gente; y finalmente encuentran una quinta dimensión en la que tienen cabida todos los rasgos relacionados con la *apariencia* de los candidatos y sus características sociodemográficas, como su edad, habilidades retóricas, religión, antecedentes militares, etc.

Por su parte, Kinder, que estuvo implicado en el diseño de las baterías de preguntas cerradas sobre características personales que en los años ochenta se introducirían de forma ya permanente en los cuestionarios de los National Election Studies, halló un patrón de cuatro factores definidos con las etiquetas de competencia, liderazgo, integridad y empatía. *Competencia* y *liderazgo* son dos aspectos distintos de la competencia en sentido amplio, recogiendo la primera las capacidades técnicas y gerenciales, y las de tipo místico o carismático la segunda. La *integridad* se concibe en los mismos términos que Miller et al. (1986), mientras que la *empatía* abarca los aspectos que definen a las personas como compasivas, amables y comprensivas (o sus contrarios).⁹⁹

Estos dos trabajos se caracterizan por manejar un gran número de variables, lo que les permite afinar mucho sus análisis y hacer distinciones sutiles entre factores. El resto, en su mayor parte, trabajan con datos más modestos, lo que les obliga a conformarse con un número más limitado de dimensiones – dos, tres, a lo sumo cuatro. En cualquier caso, prácticamente todos coinciden en dos categorías, a las que se suele designar con los nombres de competencia e integridad. La competencia definiría la capacidad de llevar a cabo las metas propuestas; la integridad, la observación de unos principios éticos en el ejercicio de las responsabilidades políticas. Éstas serían, a tenor del examen de la literatura, las dos principales dimensiones que los electores utilizan para valorar la personalidad de los líderes políticos.

TABLA 2. ANÁLISIS EMPÍRICOS DE LAS DIMENSIONES EN LA PERCEPCIÓN DE LA PERSONALIDAD DE LOS LÍDERES POLÍTICOS

<i>Autor/es</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Ámbito</i>	<i>Método</i>
Miller & Miller (1976)	1. Competencia 2. Confianza 3. Responsabilidad 4. Liderazgo 5. Apariencia y características sociodemográficas	Estados Unidos, 1972 (Nixon, McGovern)	Análisis factorial de 34 códigos/variables obtenidos a partir de las respuestas a preguntas abiertas sobre los candidatos
Kinder et al. (1979)	1. Competencia 2. Integridad (3. Idiosincrásico)	Estados Unidos, 1979 (Carter, Ford, Kennedy, Reagan)	Análisis factorial de batería cerrada de 16 ítems
Markus (1982)	1. Competencia 2. Integridad	Estados Unidos, 1980 (Carter, Reagan, Anderson, Kennedy)	Análisis factorial de batería cerrada de 7 ítems (<i>pooled</i>)
Kinder (1986)	1. Competencia 2. Liderazgo 3. Integridad (4. Empatía)	Estados Unidos, 1983 (Reagan, E. Kennedy, Mondale)	Análisis factorial confirmatorio de batería cerrada de 24 ítems

⁹⁹ A pesar de su diferenciación, las dimensiones de integridad y empatía aparecen tan fuertemente correlacionadas en el análisis de Kinder que el autor acaba entendiendo que la distinción apenas merece la pena.

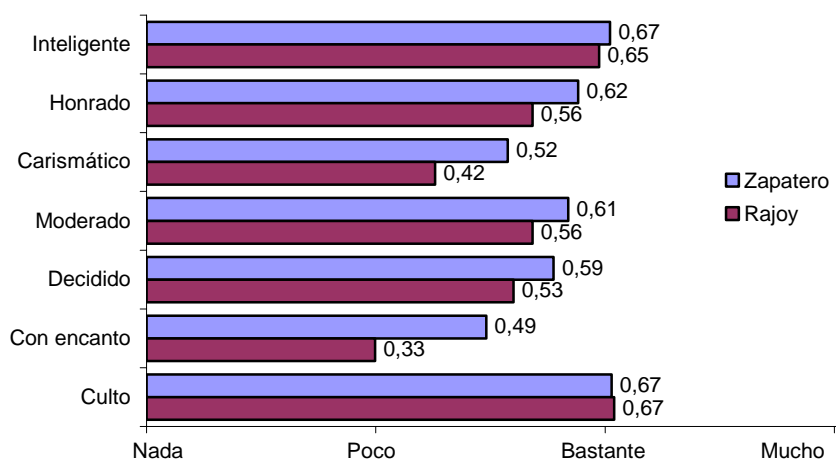
<i>Autor/es</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Ámbito</i>	<i>Método</i>
Miller et al. (1986)	1. Competencia 2. Integridad 3. Fiabilidad 4. Carisma 5. Apariencia y características sociodemográficas	Estados Unidos, 1952-1984 (candidatos presidenciales)	Análisis factorial de respuestas a preguntas abiertas sobre los candidatos
Lodge et al. (1989)	1. Competencia 2. Integridad	Estados Unidos, 1987 (experimento en torno a un congresista ficticio)	Análisis factorial de batería cerrada de 24 ítems
Stewart & Clarke (1992)	1. Competencia 2. Receptividad	Reino Unido, 1987 (Thatcher, Kinnock)	Análisis factorial confirmatorio de batería cerrada de 9 ítems
Caprara et al. (1997)	1. Energía / receptividad 2. Honestidad / honradez	Italia (Berlusconi, Prodi) y Estados Unidos (Clinton, Dole)	Análisis factorial de batería cerrada de 25 ítems
Funk (1999)	1. Liderazgo + eficacia 2. Integridad 3. Empatía	Estados Unidos, 1984-1996 (Reagan, Mondale, Dukakis, Bush, Clinton)	Análisis factorial confirmatorio de batería cerrada de 9 (+2) ítems
Pancer et al. (1999)	1. Carisma 2. Competencia 3. Integridad	Canadá, Estados Unidos y Reino Unido, 1993 (líderes nacionales, extranjeros y figuras de ámbitos no políticos)	Análisis factorial confirmatorio de batería cerrada de 40 ítems
Brettschneider & Gabriel (2002)	1. Competencia para resolver problemas (<i>issues</i>) 2. Liderazgo 3. Atractivo personal 4. Integridad	Alemania, 1997 (Kohl y Schröder)	Análisis factorial confirmatorio de batería cerrada de 11 ítems
Caprara et al. (2002)	1. Energía 2. Simpatía	Italia, 1997 y 1998 (Berlusconi, Prodi, Fini, D'Alema)	Análisis de componentes principales de baterías cerradas de 25 ítems
Newman (2003)	1. Competencia 2. Integridad	Estados Unidos, todos los presidentes entre 1980 y 2000	Análisis factorial confirmatorio de batería cerrada de entre 5 y 13 ítems
Ohr & Oscarsson (2003)	1. Competencia 2. Liderazgo 3. Honradez 4. Empatía	Estados Unidos, 1988-2000; Australia, 1993-2001	Análisis factorial confirmatorio de baterías cerradas
Clarke et al. (2004)	1. Competencia 2. Receptividad	Reino Unido, 2001 (Blair, Hague, Kennedy)	Análisis factorial confirmatorio de batería cerrada de 7 ítems

Fuente: elaboración propia.

El estudio CNEP de las elecciones generales de 2004 incluyó una batería de preguntas en las que se pedía a los entrevistados que dijeran en qué medida creían que Zapatero y Rajoy se ajustaban a una lista de siete características personales, utilizando una escala de cuatro puntos. De estas características, una (“inteligente”) estaba destinada a recoger la dimensión de competencia, y otra (“honrado”) la de integridad. Las cinco características restantes tenían como finalidad recoger otros aspectos de la personalidad que han sido abordados en otros estudios pero que han recibido menos atención en el estudio de los líderes políticos españoles. El ítem “culto” se inscribe claramente dentro de la dimensión competencial. La moderación, a pesar de sus connotaciones ideológicas, es una cualidad que tiene que ver

con el control y la templanza del carácter, y como tal probablemente deba considerarse dentro del ámbito de la integridad. La decisión define capacidad de iniciativa, empuje e independencia personal. El carisma es, literalmente, el don de agradar, aunque el origen de dicha atracción resulta difícil de precisar. Finalmente, el encanto es una cualidad relevante de la personalidad pero se acerca al terreno de la apariencia y de lo políticamente trivial. Las tres últimas características recogen una dimensión menos aprehensible del liderazgo, la que tiene un perfil menos instrumental pero no por ello una significación menor.

GRÁFICO 3. VALORACIONES MEDIAS DE LAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES DE ZAPATERO Y RAJOY



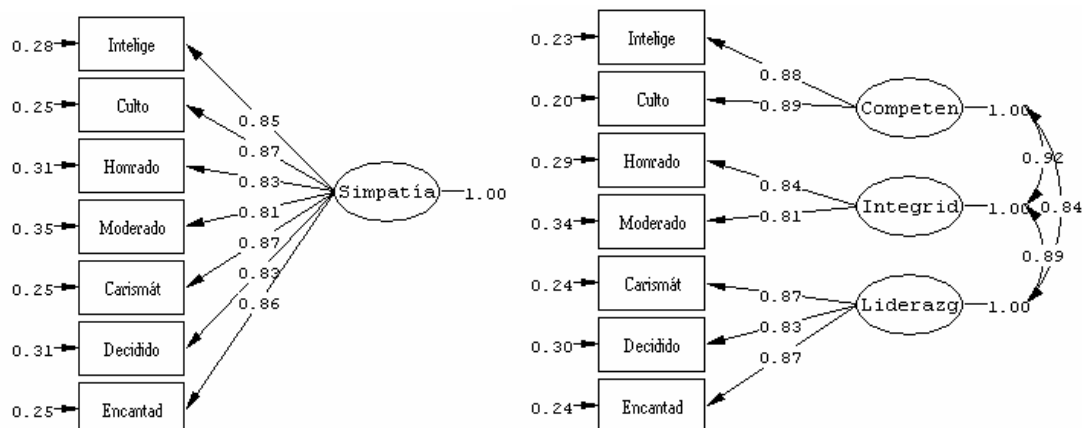
Fuente: estudio CNEP 2004.

Los porcentajes de no respuesta se situaron alrededor del 15% para todos los atributos requeridos salvo para el de “honrado”, que en el caso del líder socialista alcanza el 27% y en el del popular el 25%. Como puede apreciarse en el Gráfico 3, hay una cierta coincidencia en la percepción de los rasgos que describen a ambos líderes. Los valores junto a cada barra indican la puntuación media de las percepciones de cada característica, recodificadas a una escala entre 0 (“nada”) y 1 (“mucho”). Los dos obtienen sus mejores puntuaciones en las categorías de “culto” e “inteligente”, y las más negativas en relación a las categorías “carismático” y “con encanto”. Como han señalado varios autores, existen características, en especial las que tienen que ver con las capacidades intelectuales, que se suponen de todos los políticos casi por defecto (Colton 2002; Ohr y Oscarsson 2003; Wattenberg 2004). No obstante, se observan diferencias entre las percepciones de uno y otro personaje, diferencias que, salvo en el caso de la cualidad “culto”, son estadísticamente significativas. Puesto que en todas ellas resulta favorecido el líder socialista, podríamos decir que en el terreno de la personalidad el PSOE contó con una importante ventaja en las elecciones de 2004.

En línea con los trabajos revisados más arriba, se realizó un análisis de la dimensionalidad de estas variables mediante análisis factoriales confirmatorios. Para cada uno de los candidatos, se comprobó el ajuste de los datos en relación a dos escenarios hipotéticos. El primero (correspondiente al diagrama de la izquierda en la

Figura 1) hace depender todas las características de un único factor. Bajo este supuesto se entiende que no existen diferencias sustantivas entre atributos sino que todos son reflejo del afecto o simpatía que el elector siente por el candidato. El segundo escenario (dibujado en el diagrama de la derecha) contempla la presencia de tres dimensiones diferenciadas pero correlacionadas entre sí: competencia (que influye sobre las cualidades “inteligente” y “culto”), integridad (“honrado” y “moderado”) y liderazgo (“carismático”, “decidido” y “con encanto”).

FIGURA 1. ANÁLISIS FACTORIAL CONFIRMATORIO DE LAS DIMENSIONES DE PERSONALIDAD DE ZAPATERO



Fuente: estudio CNEP 2004.

Los análisis se estimaron mediante el método de mínimos cuadrados ponderados disponible en el paquete LISREL 8.7, que es adecuado para datos de tipo ordinal como los nuestros. Los resultados obtenidos, en forma de medidas de ajuste, se muestran en la Tabla 3. Al tratarse de modelos “anidados” (*nested*), es posible comparar la mejora en la bondad del ajuste que se produce entre un modelo y el más restrictivo.¹⁰⁰ Esto se lleva a cabo mediante una prueba de diferencias en las χ^2 . La mejora que se produce al pasar del modelo de una dimensión al modelo de tres es estadísticamente significativa tanto para Zapatero ($\chi^2=81,15$; $p<0,001$) como para Rajoy ($\chi^2=131,38$; $p<0,001$). Otras pruebas de ajuste habituales, como el índice de ajuste comparado (CFI), o que permiten comparar los ajustes de modelos alternativos desde un punto de vista predictivo, como el criterio de información de Akaike (AIC) y el índice de validación cruzada esperada (ECVI), confirman la conclusión de que el escenario de tres dimensiones es más fiel a los datos que el de una sola dimensión. El modelo de tres factores de Zapatero obtiene por sí mismo un ajuste global lo bastante razonable, de acuerdo con el valor del error cuadrático medio de aproximación (RMSEA), como para considerarlo válido sin más correcciones.¹⁰¹

TABLA 3. ANÁLISIS FACTORIAL CONFIRMATORIO DE LAS DIMENSIONES DE PERSONALIDAD DE ZAPATERO Y RAJOY

	Zapatero		Rajoy	
	1 factor	3 factores	1 factor	3 factores
Grados de libertad	14	11	14	11
χ^2	136,249	55,096	248,531	117,156
RMSEA	0,067	0,045	0,093	0,071
(int. conf. 90% RMSEA)	(0,057-0,078)	(0,034-0,057)	(0,083-0,104)	(0,039-0,075)
CFI	0,968	0,989	0,958	0,981
AIC	164,249	89,096	276,531	151,156
ECVI	0,084	0,045	0,144	0,079
(N no ponderada)	(1.969)		(1920)	

Fuente: estudio CNEP 2004.

Los valores que aparecen en la

¹⁰⁰ En nuestro caso, el modelo de un factor es más restrictivo que el modelo de tres factores, ya que se puede obtener a partir del segundo fijando el valor de las correlaciones entre los factores a 1.

¹⁰¹ Hay que destacar que los modelos son lo más sencillos posibles, en el sentido de que no incorporan las habituales modificaciones marginales (como la correlación entre los términos de error de las variables observadas) que producirían un mejor ajuste global.

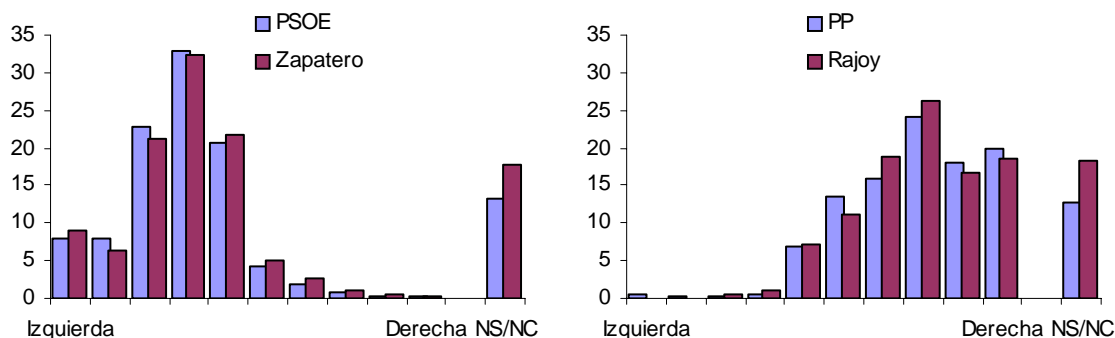
Figura 1 corresponden a los coeficientes estandarizados de los análisis de Zapatero, que fue el que mejor ajuste global obtuvo en el segundo escenario. Como puede observarse, las correlaciones entre los factores en el segundo modelo son próximas a 1, lo cual denota una escasa diferenciación de la personalidad de los principales líderes partidistas al poco tiempo de celebrarse las elecciones de 2004.¹⁰² Aunque son diferentes, la percepción de una dimensión del carácter de un líder no es independiente de la percepción de las demás dimensiones, sino que están estrechamente relacionadas. En otras palabras, a pesar de que el electorado fue capaz de percibir rasgos distintivos en la personalidad de dos candidatos relativamente desconocidos, en el momento de emitir su voto no tenía todavía una imagen bien perfilada de su carácter.

El líder como ideólogo

En el ámbito de los regímenes parlamentarios, el líder no suele ir asociado a una ideología, pues se entiende que ésta es un atributo que no le corresponde a él sino al partido. Esta visión ignora el posible papel del líder como ideólogo en el seno de su propia formación, una vertiente del liderazgo que a menudo se olvida. A José María Aznar, por ejemplo, se le atribuye el mérito de acercar al PP al centro del espectro ideológico y lograr así el apoyo necesario para llegar al gobierno. En la medida en la que disponga del suficiente grado de autonomía, nada impide que la imagen electoral de un candidato contenga algún tipo de ingrediente ideológico. Para que esto suceda es imprescindible que los ciudadanos perciban los movimientos que puedan hacer los líderes al margen de la línea ideológica habitual de sus partidos, algo que a tenor de los estudios realizados no suele suceder (Koch 2001; Norpoth y Buchanan 1992). Más a menudo, la gente se sirve de estereotipos partidistas para inferir las posiciones políticas de los candidatos, en lugar de procesar *ex novo* toda la información recibida para deducir qué posturas defienden (Rahn 1993).

En el estudio postelectoral de 2004 se pedía a los encuestados que, además de los principales partidos políticos, ubicasen en la escala izquierda-derecha a Zapatero y a Rajoy. El Gráfico 4 compara las posiciones medias atribuidas a ambos líderes y sus partidos. El nivel de no respuesta fue alrededor de un 5% mayor para los candidatos que para los partidos, lo cual viene a corroborar la idea de que son éstos los principales objetos de referencia ideológica, pero también que para la inmensa mayoría situar ideológicamente a los candidatos no supone mayores dificultades. En la distribución agregada a lo largo de la escala, las ubicaciones de líderes y partidos convergen considerablemente y no se aprecian diferencias significativas. A nivel individual, la relación también es estrecha. El coeficiente de correlación entre los posicionamientos de Rajoy y del PP es de 0,75 ($p < 0,001$), y de 0,73 ($p < 0,001$) para el par Zapatero-PSOE. En promedio, el líder conservador obtiene la misma ubicación en el eje que el PP (7,9), mientras que el líder socialista es percibido una décima a la derecha del PSOE (3,9 frente a 3,8), diferencia que, aunque pequeña, es estadísticamente significativa ($t = 3,97$; $p < 0,001$).

GRÁFICO 4. UBICACIONES IDEOLÓGICAS DE LOS PARTIDOS Y SUS RESPECTIVOS LÍDERES



Fuente: estudio CNEP 2004.

En la Tabla 4 aparece un examen más pormenorizado de los posicionamientos líder-partido del que algunos aspectos merecen ser destacados. En primer lugar, se aprecia un pequeño porcentaje de individuos que no son capaces de ubicar a los partidos pero sí a los líderes, una minoría para la que el líder constituiría la referencia ideológica. En segundo lugar, la mitad de los entrevistados sitúan a los candidatos exactamente en el mismo punto donde sitúan a sus formaciones, y aproximadamente un 30%

¹⁰² En el modelo de tres factores correspondiente a Rajoy, las correlaciones entre dimensiones son igualmente elevadas, con un valor medio de 0,90.

los ubican en lugares diferentes (la inmensa mayoría en posiciones inmediatamente adyacentes). Finalmente, estos últimos se reparten casi a partes iguales entre los que ven al líder más a la derecha de su partido y los que lo ven más a la izquierda, con una ligerísima ventaja de los que ven al líder más cercano al centro del espectro. Los datos confirman, por lo tanto, que la mayoría no percibe diferencias de carácter ideológico entre candidatos y partidos, bien porque su uso del esquema no los abarca a los dos, bien porque los considera idénticos a tales efectos. Pero al mismo tiempo muestran que un porcentaje nada desdeñable del electorado sí es capaz de apreciar alguna discrepancia, aunque sea –lógicamente– pequeña. Cuando más adelante pongamos en común todos los elementos que estamos considerando podremos comprobar si esto tiene alguna consecuencia en las valoraciones de los líderes.

TABLA 4. COMPARACIÓN ENTRE LAS UBICACIONES IDEOLÓGICAS DE LOS LÍDERES Y LAS DE SUS RESPECTIVOS PARTIDOS (EN %)

	<i>Zapatero / PSOE</i>	<i>Rajoy / PP</i>
No ubica a ninguno	11,1	11,2
Sólo no ubica al líder	6,6	7,1
Sólo no ubica al partido	2,2	1,6
Los ubica en el mismo punto	51,3	49,9
Líder más a la derecha	16,3	14,4
Líder más a la izquierda	12,6	15,7
(N)	(2.929)	(2.929)

Fuente: estudio CNEP 2004.

Estimación de los modelos

Para calibrar la influencia de los componentes de las imágenes de los líderes identificados hasta este punto se ha estimado un modelo de regresión múltiple para cada una de las valoraciones. Las variables dependientes son, pues, las valoraciones de Zapatero y de Rajoy, medidas en una escala de 0 a 10.

Como componentes afectivos de las valoraciones se han incluido dos variables independientes, partidismo y distancia ideológica. La primera recoge el grado de proximidad que los entrevistados manifiestan sentir en relación al partido en cuestión (el PSOE en el modelo de Zapatero, el PP en el de Rajoy), medido en cuatro puntos, de “muy lejano” a “muy cercano”. La segunda es una medida de la distancia ideológica entre el entrevistado y el partido en cuestión, calculada como la diferencia absoluta entre el punto de la escala izquierda-derecha en la que se ubica el entrevistado y el punto de ese mismo eje en el que ubica al partido, lo cual resulta en una variable de diez puntos en la que los valores menores denotan mayor cercanía ideológica entre el elector y el partido.

La ideología se ha definido también como un posible componente genuino de la imagen de los candidatos. La inclusión en el modelo de una variable de distancia ideológica del líder calculada a la manera de la distancia ideológica del partido supone serios problemas de multicolinealidad y se ha optado por descartarla.¹⁰³ En su lugar, y partiendo del supuesto de que es el partido el que constituye el principal objeto de referencia ideológica (pero no el único), se ha construido un indicador que mide la diferencia entre la distancia ideológica con respecto al partido y la existente en relación al líder, calculada de modo que los valores más elevados denotan una mayor proximidad de éste último, y los más reducidos una mayor proximidad del primero.¹⁰⁴ La variable debe interpretarse, por tanto, como la proximidad adicional que aporta el candidato en el terreno ideológico, manteniendo constante la proximidad atribuida al partido. Finalmente, el componente personal se ha incorporado a los modelos de valoración de dos formas alternativas. Una (modelo 1) consiste en añadir directamente las siete percepciones de las características personales del líder del que se trate, medidas tal y como hemos visto en una escala de cuatro puntos. La otra (modelo 2) aprovecha los resultados del análisis de dimensionalidad realizado más arriba e introduce

¹⁰³ El coeficiente de correlación entre la distancia ideológica del partido y la distancia del líder es de 0,87 en el caso del PSOE y Zapatero, y de 0,92 en el del PP y Rajoy. Hay que destacar que la inclusión simultánea de las dos variables de distancia ideológica, la del partido y la del líder, calculadas de la misma forma, resulta en ambos modelos en la pérdida de significación estadística de la variable relativa al partido, pero no de la relativa al líder.

¹⁰⁴ Se ha asumido que los entrevistados que no son capaces de ubicar ideológicamente al líder pero sí al partido asignan al primero la misma posición que a éste, es decir, que no perciben ninguna diferencia en la proximidad del líder y la del partido.

simplemente tres variables, una por cada uno de los factores identificados, calculadas como el promedio de las características que forman parte de ellos.¹⁰⁵

La Tabla 5 recoge los resultados de las estimaciones de los modelos de valoración de Zapatero y Rajoy. Para facilitar la lectura de los resultados, todas las variables, excepto las dependientes (que conservan su escala original de 0 a 10), han sido recodificadas a un rango entre 0 y 1, de tal manera que el valor de los coeficientes refleja la variación producida en las valoraciones de los candidatos al pasar la variable de su mínimo teórico a su máximo teórico, manteniendo constantes el resto de factores. La influencia de los componentes a los que aquí he llamado afectivos se produce en la dirección esperada y es estadísticamente significativa. La diferencia entre estar en un extremo u otro de la escala de partidismo supone un cambio de aproximadamente 2,5 puntos en la evaluación de Zapatero, de 2,3 puntos en la de Rajoy. Por lo que hace a la ideología, la diferencia entre compartir con el partido la misma ubicación y encontrarse en los polos opuestos del eje izquierda-derecha significa una disminución de la valoración de los líderes de algo más de 2,5 puntos en promedio.

TABLA 5. MODELOS DE VALORACIÓN DE ZAPATERO Y RAJOY

	<i>Zapatero</i>		<i>Rajoy</i>	
	<i>Modelo 1</i>	<i>Modelo 2</i>	<i>Modelo 1</i>	<i>Modelo 2</i>
Partidismo	2,490 *** (0,153)	2,508 *** (0,153)	2,260 *** (0,185)	2,246 *** (0,185)
Distancia ideológica del partido	-2,580 *** (0,266)	-2,607 *** (0,265)	-2,522 *** (0,233)	-2,555 *** (0,233)
Proximidad diferencial del líder	2,835 *** (0,851)	2,950 *** (0,847)	4,384 *** (0,904)	4,513 *** (0,900)
Características personales:				
Inteligente	0,654 * (0,295)		0,963 *** (0,279)	
Honrado	0,530 * (0,267)		1,117 *** (0,269)	
Carismático	0,693 ** (0,237)		0,684 ** (0,250)	
Moderado	0,624 * (0,245)		1,076 *** (0,251)	
Decidido	1,092 *** (0,247)		0,428 (0,239)	
Con encanto	0,669 ** (0,230)		0,475 * (0,231)	
Culto	0,006 (0,286)		-0,012 (0,254)	
Dimensiones de la personalidad:				
Competencia		0,704 * (0,311)		0,878 ** (0,291)
Integridad		1,150 *** (0,322)		2,160 *** (0,316)
Liderazgo		2,344 *** (0,280)		1,661 *** (0,297)
Constante	1,402 ** (0,441)	1,399 ** (0,441)	0,069 (0,445)	0,038 (0,443)

¹⁰⁵ Para asegurar la comparabilidad de los dos modelos, se han calculado los promedios sólo para los individuos que tienen respuestas válidas en todas las variables que forman parte de cada dimensión, lo que permite conservar exactamente a los mismos individuos para el análisis.

R ²	0,53	0,53	0,59	0,58
N	1.485		1.474	

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

Coefficientes de regresión múltiple no estandarizados, con sus errores típicos entre paréntesis.

Fuente: estudio CNEP 2004.

Algo más sorprendente es el efecto ocasionado por la proximidad ideológica adicional entre el líder y el elector. Los coeficientes correspondientes a este factor son significativos estadísticamente y de una magnitud en absoluto desdeñable. Esto significa que los electores tienen en cuenta la diferencia que, en relación a los partidos, puede aportar la posición de los candidatos en el terreno ideológico. La evaluación mejora cuando el candidato es percibido más cercano que el partido, y empeora cuando se considera más alejado. Tal como se ha operacionalizado, el valor del coeficiente indica el máximo impacto teórico que puede llegar a tener esta variable, un escenario que en este caso resulta muy poco plausible, ya que implicaría ubicar al partido y a su líder en los extremos opuestos de la escala izquierda-derecha. No obstante, expresado en términos más realistas, el peso de este factor no deja de ser relevante. Por cada punto más próximo que se ubica al líder a la propia posición, la valoración Zapatero se incrementa en una media de 1,6 puntos, y la de Rajoy en 2,5 (casi una cuarta parte de la escala). El hecho de que un 30% del electorado perciba una diferencia de al menos un punto entre ambos no hace más que subrayar la importancia de esta variable, si no a nivel agregado, sí a nivel individual, a la hora de configurar los juicios acerca de los líderes políticos.¹⁰⁶

La influencia de los componentes específicos del liderazgo se extiende al ámbito de la personalidad. De las siete características personales incluidas en el modelo 1 de la Tabla 5, tan sólo una (“culto”) registra un coeficiente no significativo estadísticamente. Sin embargo, más allá de esta coincidencia, el efecto de la dimensión personal en la valoración de los candidatos sobresale por la falta de homogeneidad. La magnitud de los coeficientes, que indica la diferencia de considerar que el rasgo en cuestión se ajusta “nada” o “mucho” al candidato, varía de forma considerable. Por ejemplo, en el caso de Rajoy el impacto de la característica “decidido” es 0,428 ($p < 0,1$), mientras que el de “honrado” asciende a 1,117. Este fenómeno es coherente con la hipótesis de una opinión pública que no sólo aprecia la *valencia* o sentido valorativo (positivo o negativo) de los rasgos personales sino también su contenido específico (Funk 1999; Miller et al. 1986). Los efectos varían también considerablemente de un candidato a otro. La característica que más pesa sobre la evaluación de Zapatero es la decisión, que destaca claramente por encima de las demás. En cambio, en el caso de Rajoy son la honradez, la moderación y la inteligencia las que llevan ventaja. Según las estimaciones del modelo 2, la valoración del líder socialista está dominada por la dimensión de liderazgo, seguida por la de integridad, quedando la competencia en último lugar. La competencia es también la dimensión menos importante de la valoración de Rajoy, pero es la integridad la que mayor peso tiene. Estos resultados confirman la preeminencia de las consideraciones morales sobre las intelectuales en la evaluación del carácter de los líderes partidistas, una tendencia que ya se intuyó en anteriores estudios del caso español (Rico 2002). Pero quizá la principal característica a destacar de este apartado del análisis sea la naturaleza idiosincrásica de la influencia del componente personal en las valoraciones. Cada candidato parece ser valorado de forma distintiva en función de sus particulares circunstancias. Si el empuje es el ingrediente más determinante de la popularidad de Zapatero, en la de Rajoy lo son la honestidad y la proximidad ideológica diferencial.

Conclusiones

El análisis realizado en este trabajo ha permitido identificar dos ingredientes genuinos de la valoración de los líderes políticos. Más allá de la innegable e ineludible influencia de las predisposiciones políticas de los electores (lo que he llamado componentes afectivos), los modelos estimados parecen constatar la presencia de componentes racionales diferenciados y específicos en la formación de las imágenes de los candidatos. Existe, por un lado, un componente basado en la percepción del carácter personal, lo cual confirma la idea de que los candidatos son en parte evaluados mediante estrategias similares a las que la gente utiliza habitualmente para evaluar a las personas con las que se relaciona en su vida cotidiana. Pero la aportación individual de los líderes se extiende también al ámbito ideológico, ya que una proporción nada desdeñable de la opinión pública se muestra capaz de apreciar en ellos posiciones distintas de las

¹⁰⁶ Este 30% se divide casi a partes iguales entre quienes ven al partido más próximo a su posición y los que ven más próximo al líder, lo cual hace que para el electorado en su conjunto uno y otro estén más o menos a la misma distancia. El valor medio de la proximidad diferencial de Zapatero es 0,5003, y el de Rajoy 0,5022 (0,5 indica exactamente la misma distancia).

que atribuyen de forma general a los partidos que les dan cobijo, hecho que tiene consecuencias significativas en su valoración.

Esta conclusión adquiere mayor significación cuando se tiene en cuenta que ha sido extraída en el contexto de una elección que enfrentaba dos candidatos noveles, relativamente extraños a los ojos del electorado, y cuya presencia en la escena pública había sido reducida en comparación con la de los protagonistas de anteriores comicios.

Los resultados de este estudio sugieren además que la influencia de los componentes afectivos y la de los componentes racionales se manifiestan de manera diferente según su naturaleza. Los primeros ejercen un impacto considerablemente homogéneo en las evaluaciones, con independencia de si se trata de un líder u otro. Así, hemos podido comprobar que la magnitud del impacto de las predisposiciones partidistas e ideológicas en las imágenes de Zapatero y de Rajoy es muy similar. En cambio, los efectos de los componentes genuinos se despliegan de formas considerablemente distintas según el candidato. En los términos definidos en otros trabajos de este ámbito, esto significa que la valoración de los líderes tiene un carácter idiosincrásico. Sin embargo, lejos de concluir que las valoraciones de los líderes políticos son en cierta medida impredecibles, lo que este fenómeno sugiere es la necesidad de un estudio en profundidad de las condiciones que conceden prioridad a unos u otros componentes específicos de evaluación.

Referencias

- Bartels, Larry M. 2002. "Beyond the running tally: partisan bias in political perceptions", *Political Behavior*, 24(2): 117-150.
- Berelson, Bernard R., Paul F. Lazarsfeld y William N. McPhee. 1954. *Voting*. Chicago: University of Chicago Press.
- Brettschneider, Frank y Oscar W. Gabriel. 2002. "The nonpersonalization of voting behavior in Germany", en Anthony King (ed.), *Leaders' personalities and the outcomes of democratic elections*. Oxford: Oxford University Press.
- Campbell, Angus, Philip E. Converse, Warren E. Miller y Donald E. Stokes. [1960] 1976. *The American voter*. Chicago: University of Chicago Press.
- Caprara, Gian V., Claudio Barbaranelli y Philip G. Zimbardo. 1997. "Politicians' uniquely simple personalities", *Nature*, 385(6616): 493.
- 2002. "When parsimony subdues distinctiveness: simplified public perceptions of politicians' personality", *Political Psychology*, 23(1): 77-95.
- Clarke, Harold D., David Sanders, Marianne C. Stewart y Paul Whiteley. 2004. *Political choice in Britain*. Oxford: Oxford university Press.
- Colton, Timothy J. 2002. "The leadership factor in the Russian presidential election of 1996", en Anthony King (ed.), *Leaders' personalities and the outcomes of democratic elections*. Oxford: Oxford University Press.
- Fiorina, Morris. P. 1981. *Retrospective voting in American national elections*. New Haven: Yale University Press.
- Funk. 1999. "Bringing the candidate into models of candidate evaluation", *Journal of Politics*, 61(3): 700-720.
- Kinder, Donald R. 1986. "Presidential character revisited", en Richard R. Lau y David O. Sears (eds.), *Political cognition*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kinder, Donald R., Robert P. Abelson y Susan T. Fiske. 1979. "Developmental research on candidate instrumentation: results and recommendations". Report submitted to NES Board of Overseers, Center for Political Studies, Institute for Social Research, University of Michigan, Ann Arbor.
- Koch, Jeffrey W. 2001. "When parties and candidates collide: citizen perceptions of House candidates' positions on abortion", *Public Opinion Quarterly*, 65(1): 1-21.
- Lodge, Milton, Kathleen M. McGraw y Patrick Stroh. 1989. "An impression-driven model of candidate evaluation", *American Political Science Review*, 83(2): 399-419.

- Markus, Gregory B. 1982. "Political attitudes during an election year: a report on the 1980 NES panel study", *American Political Science Review*, 76(3): 538-560.
- McGrath, Joseph E. y Marion F. McGrath. 1962. "Effects of partisanship on perceptions of political figures", *Public Opinion Quarterly*, 26(2): 236-248.
- 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.
- Miller, Arthur H., Martin P. Wattenberg y Oksana Malanchuk. 1986. "Schematic assessments of presidential candidates", *American Political Science Review*, 80(2): 521-540.
- Nadeau, Richard y Matthew Mendelsohn. 1994. "Short-term popularity boost following leadership change in Great Britain", *Electoral Studies*, 13(3): 222-228.
- Newman, Brian. 2003. "Integrity and presidential approval, 1980-2000", *Public Opinion Quarterly*, 67(3): 335-367.
- Norpoth, Helmut y Bruce Buchanan. 1992. "Wanted: the education president. Issue trespassing by political candidates", *Public Opinion Quarterly*, 56(1): 87-99.
- Ohr, Dieter y Henrik Oscarsson. 2003. "Leader traits, leader image and vote choice", trabajo entregado en la conferencia del European Consortium of Political Research, Marburg, Septiembre de 2003.
- Page, Benjamin I. 1978. *Choices and echoes in presidential elections. Rational man and electoral democracy*. Chicago: University of Chicago Press.
- Pancer, S. Mark, Steven D. Brown y Cathy Widdis Barr. 1999. "Forming impressions of political leaders: a cross-national comparison", *Political Psychology*, 20(2): 345-368.
- 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.
- Rabinowitz, George y Stuart E. MacDonald. 1989. "A directional theory of issue voting", *American Political Science Review*, 73: 724-736.
- Rahn, Wendy M. 1993. "The role of partisan stereotypes in information processing about political candidates", *American Journal of Political Science*, 37(2): 472-496.
- 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.
- Sigel, Roberta S. 1964. "Effect of partisanship on the perception of political candidates", *Public Opinion Quarterly*, 28(3): 483-496.
- 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.
- 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.
- Wattenberg, Martin P. 2004. "Elections: personal popularity in U.S. presidential elections", *Presidential Studies Quarterly*, 34(1): 143-155.