

Presidencialización y personalización en el Sistema Político Español, 1975 – 2008

Lucia Picarella - lucia.picarella@tiscali.it

Facultad de Ciencias Políticas, Università degli Studi di Salerno, Italia

El estudio de las tendencias de presidencialización/personalización en la España de los últimos 30 años fue realizado por el examen de tres áreas de investigación: el gobierno, los partidos, las campañas electorales. La vinculación entre elementos institucional/políticos es fundamental para comprender los factores que han conducido, desde la consolidación democrática, al fortalecimiento de los Presidentes del Gobierno. La estructura y la selección del liderazgo en el PP y en el PSOE, y las estrategias en las campañas electorales, muestran que estas tendencias, fuerte desde el nacimiento de la democracia, se han consolidado en particular con Aznar, para reducirse un poco, en términos de presidencialización, con la primera legislatura de Zapatero, un gobierno donde el elemento personalista se ha estabilizado mucho.

Palabras clave: Presidencialización, personalización, gobierno, partidos, campañas.

PRESIDENTIALIZATION AND PERSONALIZATION IN THE SPANISH POLITICAL SYSTEM

The study of the trends of presidentialization/personalization in Spain of the last 30 years was conducted by the examination of three research areas: the government, the parties, election campaigns. The link between institutional/political elements is fundamental to understanding the factors that have gone, from consolidation of democracy, to the strengthening of the premier. The structure and the selection of leadership in PP and in the PSOE, and the strategies in electoral campaigns, show that these trends, strong since the birth of democracy, have been consolidated in particular with Aznar, to decline, in terms of presidentialization, with the first legislature of Zapatero, a government where but the personalist element has very stabilized.

Keywords: Presidentialization, personalization, government, parties, campaigns.

Introducción

En los últimos años se han intensificado los estudios sobre las tendencias de presidencialización y personalización, fenómenos que se han registrado en todas las democracias europeas, como Gran Bretaña de Blair, Alemania de Schroeder, Italia de Berlusconi y Francia de Sarkozy. En este artículo, analizando el período desde 1975 hasta ahora, vamos a observar el fenómeno de la presidencialización y de la personalización en el contexto español, una democracia joven que por vicisitudes históricas e intensas transformaciones difiere de otros sistemas democráticos, pero es aún poco analizada en referencia a estas últimas dinámicas. Las iniciales consideraciones relativas a las nociones de presidencialización y personalización y un resumen de las principales características de este sistema político durante los años de la transición democrática, nos permitirá determinar la existencia de tales fenómenos ya en esta delicada fase histórica. La concentración, también, en tres áreas principales de investigación de la presidencialización –gobierno, partidos y campañas electorales–, nos permitirá registrar los cambios en las tendencias hacia la presidencialización/personalización en estos últimos 30 años, un *trend* que ha experimentado una fuerte consolidación con la segunda legislatura de José María Aznar, en comparación de la cual, esto *trend* parece reducirse, en términos de presidencialización, con el primer gobierno de Zapatero, donde el elemento personalista se ha estabilizado mucho.

1. Presidencialización y personalización: dimensión conceptual

Como notan Thomas Poguntke y Paul Webb (2004: 1), “presidencialización es el proceso en virtud del cual ciertos regímenes se están convirtiendo, en su práctica, más presidencial, sin cambios, en muchos casos, de su estructura formal”. En estos regímenes, por lo tanto, serán más influyentes “los actores políticos y las reglas del juego típica de un régimen presidencial” (Calise, 2006: 43). La comprensión de los efectos de la presidencialización en un régimen democrático aplaza el análisis sobre indicadores institucionales, políticos y electorales, que constituyen los tres aspectos principales de la presidencialización:

- 1) el gobierno, por la mayor autonomía y el fortalecimiento de los poderes del premier;
- 2) los partidos políticos, ya que el refuerzo del liderazgo en el partido favorece una mayor autonomía del líder;
- 3) las campañas electorales, porque la intensa concentración durante las mismas sobre las características personales (imagen, carisma, estilo. etc.) del líder, es desfavorable para el partido y para su programa, que pasan, en consecuencia, en segundo plano.

La concentración masiva sobre el líder apoyará, por lo tanto, los altos niveles de personalización, entendida como “un efecto de la lógica de los medios de comunicación, en virtud del cual la narración y las imágenes requieren un enfoque sobre la personalidad específica antes que conceptos abstractos” (Giglioli, 2005: 204). Como señala Legnante (2003: 11), a esta definición deben añadirse otras cinco distinciones analíticas: personalización como presidencialización del ejecutivo, como liderización de los partidos, como personalización de la comunicación política en general, o de las campañas electorales y del marketing político y, finalmente, del voto.

Presidencialización y personalización son, por lo tanto, dos dinámicas estrechamente relacionadas porque, si es cierto que cuando se habla de presidencialización generalmente se considera el poder ejecutivo y la consolidación del líder y de los recursos a su disposición, aunque con la personalización se observa el desarrollo y las características de las campañas, también es cierto que los dos fenómenos no están separados. No es posible pensar en uno sin referirse al otro: la conexión es inherente al hecho de que instituciones firmemente presidencializadas suelen corresponder a partidos personalizados, que a su vez implementan, especialmente en ocasión de las elecciones generales, campañas fuertemente personalizadas basadas en complejas estrategias de comunicación y marketing político. La comunicación electoral por lo tanto es íntimamente relacionada con las otras dos dimensiones (el gobierno y los partidos), ya que una es la consecuencia directa de la otra. Además de estos factores, explican el desplazamiento de las democracias modernas hacia una mayor presidencialización una serie de causas estructurales,

que son comunes hoy a todos los sistemas democráticos, y que se refieren a la *internacionalización de la política*, que favorece un mayor traspaso de poder en manos de los presidentes de gobierno mediante los instrumentos intergubernamentales de resolución de problemas (por ejemplo, el terrorismo internacional, las políticas ambientales, las políticas de inmigración); *el crecimiento y la complejidad de las aptitudes de Estado*, crecimiento que ha ocurrido en el largo plazo y que ha llevado a una gran complejidad burocrática y una mayor especialización organizativa; *la erosión de los tradicionales clivajes sociales y políticos*, demostrada por el debilitamiento de los vínculos tradicionales entre los partidos y sus grupos de apoyo y por la mayor diversidad de la oferta política; *la función y la creciente utilización de medios electrónicos*, que han transformado la naturaleza de las comunicaciones en las modernas democracias (Poguntke-Webb, 2004: 13-15).

2. Presidencialización y personalización: el caso español

Los indicadores de la presidencialización y personalización –fortalecimiento del ejecutivo, fuerte liderazgo en los partidos, enfoque sobre el mismo en campañas electorales– deben estar relacionados con las particularidades políticas e histórico-culturales de cada sistema. En España, estas tendencias se pueden leer a la luz de tres factores de particular importancia:

En el primer lugar, el contexto sociopolítico de la transición democrática. España cae en la tercera ola de democratización, en efecto, “se ha transformado en un modelo de la tercera ola: un punto de referencia al que vieron muchos países en transición, en Latinoamérica y Europa oriental” (Quagliariello, 2001). Para la mayoría de los académicos, el ejemplo típico del pacto que debe desarrollarse durante un período de transición entre las fuerzas moderadas del régimen y las de la oposición ha sido representado por el modelo español. En esta delicada etapa de la historia –que coincide con el periodo entre 1976 y 1982¹– se ha desarrollado la democracia, en la que los medios de comunicación tenían una capacidad de formación del público mayor que en el pasado.

1 Para un análisis interesante sobre los debates historiográficos, véase Adagio-Botti 2006.

En segundo lugar la ausencia, en la transición, de una precisa identidad de partido que ha alentado el líder, convertido en un instrumento de configuración de la identidad.

En tercer lugar, la memoria histórica, por la referencia constante en la historia española a los errores del pasado y a la necesidad de diálogo y moderación². En la memoria histórica, un papel relevante ha sido desarrollado sin duda a partir de la dictadura personalista de Franco³, un régimen que es nuestro primer y necesario punto de partida. La dictadura franquista ha sido, en realidad, fuertemente presidencializada –Franco tuvo todos los poderes institucionales– y personalizada desde el principio (1936), ya que la apología de la personalidad desembocó en una “ritualización de la memoria” (Di Febo-Juliá, 2003: 17), que ha permitido la larga duración del franquismo. El término “caudillo” mostró de hecho la combinación entre capacidad militar, por qué Franco fue considerado por todos como un intransigente jefe militar, y la dimensión divina. Franco fue celebrado como el líder inmejorable protegido por Dios, y estaba convencido que su suerte y el futuro de España fueron establecidos por un plan divino (Ashford Hodges, 2001:14). Apoyaban esta exaltación la aplicación de rituales medievales y barrocos o conexos al integrismo católico: el objetivo fue la reconfirmación del enlace entre Iglesia y militares (Di Febo-Juliá, 2003: 9)⁴. El segundo aspecto de evaluación, aplaza el análisis sobre las particularidades de la transición democrática y sobre la relación –necesaria para apoyar el consolidamiento– que se establece en ella entre la so-

2 Entrevista con el Profesor Mariano Torcal, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, 05/10/2007.

3 Linz (2000:172) clasifica el franquismo como un régimen autoritario militar, caracterizado por la combinación de autoritarismo burocrático con un solo partido de género fascista.

4 Se recuerdan la concesión a Franco por la Iglesia de la mano de Teresa de Ávila, proclamada Santa de la raza durante la guerra. Hubo además algunas fiestas nacionales, como el Día del Caudillo (1 de octubre) y l' Alzamiento Nacional (18 de octubre), un día de fiesta que muestra el rígido protocolo estético: después del desfile militar, en la iglesia de Santa Bárbara, Franco ofreció al altar la espada de la victoria. Después de los disparos de cañón y el saludo de la multitud, el ritual preveía el pasaje de Franco bajo un arco de palmas blancas y, tras la reunión con las jerarquías eclesíásticas, la entrada en la Iglesia donde fue reservado al general el altar cubierto por el dosel, concedido sólo a los Reyes, del Santísimo Sacramento. Di Febo-Juliá (2003: 17-18).

ciudad civil, política y económica (para un análisis detallado de esta relación, ver Linz y Stepan, 2000: 22).

La conexión entre la sociedad civil y el desarrollo económico se ha deducido de las masivas transformaciones económicas y, consecuentemente, sociales, culturales y urbanísticas, que se iniciaron a finales de los años cincuenta y que han permitido en sólo 20 años la alineación del sistema español, todavía bajo una dictadura, al nivel de las otras democracias europeas. Esta relación a su vez se ha vinculado al escenario político mediante la memoria histórica, el filtro principal de observación de la transición, porque el equilibrio y la tendencia de diálogo que caracterizan la actitud de los españoles y de las mismas élites del tiempo deben ser considerados como el fruto de la memoria del pasado, que reclamaba una acción conjunta de todos los sectores a fin de evitar una nueva involución en dirección autoritaria. Para este fin, ha sido necesaria la *rule of law* —ámbito fundamental porque el nivel de autonomía del ámbito civil y político está garantizado por la legislación y el respeto de la misma— representada en España por la Constitución Democrática de 1978. El objetivo de la memoria histórica y de la reforma pactada ha sido, por eso, tanto la estabilidad institucional, llegada mediante la creación de un parlamento no fragmentado y de un sólido gobierno, como la estabilidad política, asegurada por la moderación no sólo de las elites sino también del electorado, que ha evitado hendiduras extremas centrandó la atención en los principales partidos colocados en el medio del espectro ideológico (Gunther, Montero y Botella, 2004: 231; Bosco, 2005: 77). De esta forma, ha sido favorecida una competencia centrípeta apoyada tanto por las grandes mayorías que han marcado este país, como por la fórmula electoral, un “sistema proporcional con efecto mayoritario” (Baldini-Pappalardo, 2004: 45), caracterizado por la combinación entre circunscripciones reducidas y el método de Hondt. El conjunto de estos factores ha alentado fuertes tendencias de presidencialización y personalización desde el origen de la democracia española.

Esta declaración puede ser fácilmente demostrada mediante el examen de las primeras elecciones democráticas y del sistema de partidos que se ha evolucionado después del franquismo. Caciagli (1986: 8-28) ha analizado el desarrollo de los partidos españoles durante la transición en tres etapas: (a) 3 de julio 1976, 15

de junio 1977, cuando un gran crecimiento en el número de partidos se oponía a su debilidad organizativa. (b) 15 junio 1977 - 30 de mayo 1980, etapa en que se aprobó la Constitución Democrática, pero vio partidos todavía incapaces de consolidarse y presos de crisis internas (UCD, PSOE) o renovaciones (PP). (c) 30 de mayo 1980 - 28 de octubre 1982, etapa que comenzó la consolidación democrática y en la que se registró la crisis y la disolución de UCD y el comienzo de las mayorías socialistas con la victoria del PSOE en 1982.

Los partidos políticos españoles, en realidad, han realizado inmediatamente una estrategia *catch-all* que, junto con la cultura política “mediática y personalizada” (Colomé-López Nieto, 1989: 4), han engendrado moderación y fuerte personalización de la política. Esta última tendencia se dedujo de las elecciones de 1977, que marcó la victoria de Adolfo Suárez (UCD, Unión de Centro Democrático), y demostró no sólo el regreso de España a la democracia, sino también una fuerte personalización de la campaña electoral por los dos grandes líderes del tiempo, el joven socialista Felipe González y el persuasivo Suárez. La intensa cobertura de los medios y, sobre todo, la exhibición final de los líderes, decretaron una campaña “*en estilo americano*” (Caciagli, 1986: 45; Bosco, 2005: 73).

2.1 EL GOBIERNO

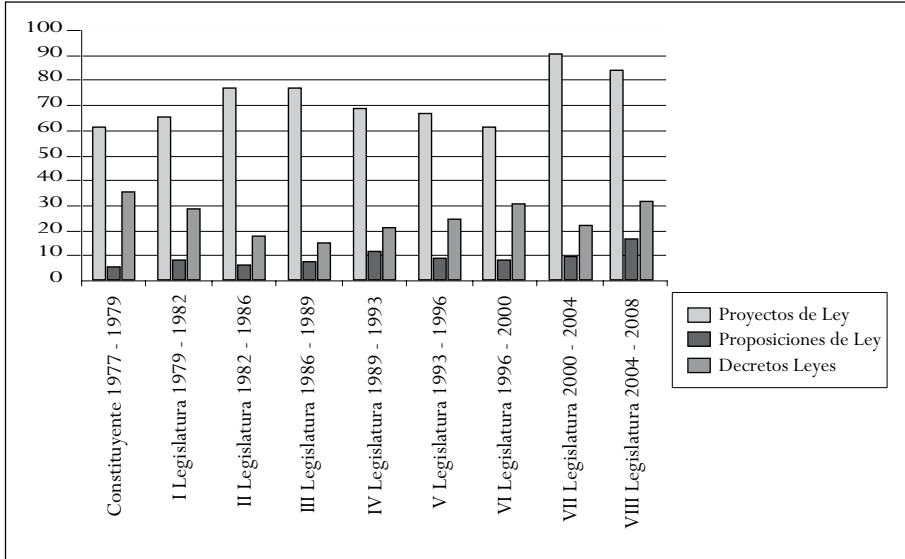
El objetivo que tenemos al tratar el examen del Gobierno español, es verificar qué factores están empujando a afirmar que España está sujeta a una tendencia de presidencialización, que ha fomentado un fortalecimiento del Presidente del gobierno para colocarlo entre los presidentes europeos más fuertes, es decir el canciller alemán y el premier británico, haciendo hablar de una gradual ampliación de la *Moncloa complex* (Van Biezen-Hopkin, 2004: 114) que parece haber aumentado el carácter presidencial y personalizado del Gobierno español desde la etapa de la consolidación democrática. Este control debe realizarse mediante la unión de elementos institucionales con elementos políticos, una unión que ha apoyado la estabilidad, las grandes mayorías, el carismático liderazgo —el carisma de Felipe González, durante sus 14 años de gobierno, se resumía en *felipismo*, pero acontecimientos similares se observan también en el caso de Suárez y Aznar— que ha colocado a España entre las democracias mayoritarias como Francia,

Suecia, Alemania y Gran Bretaña (Raniolo, 2005: 202). Si por elementos políticos nos referimos a calidad como el carisma y el liderazgo, cuando hablamos de factores institucionales debemos mirar, en el primer lugar, a la Constitución española que establece el principio de dirección presidencial del gobierno (art. 98.2). Como prueba de la importancia que asume el Presidente del gobierno se coloca, en segundo lugar, tanto la coincidencia entre el cargo de Presidente del gobierno y el liderazgo en el partido –que claramente implica el fortalecimiento de la Presidencia del gobierno y de la élite de partido– como la confianza individual al Primer Ministro, que consolida el aspecto monocrático de gobierno (Bar Cendón, 1983: 26; Montabes, 1997: 152; Paniagua Soto, 1992: 209).

Estos factores deben ser combinados con los fuertes poderes del Presidente del Gobierno español –propone al Rey los ministros que deben ser elegidos, coordina la acción del gobierno y las actividades de los ministros, fija la preeminencia en la aplicación departamental del programa– y especialmente los mecanismos de racionalización parlamentaria. En consideración de estos últimos, la disolución anticipada y la cuestión de confianza son dos de los principales instrumentos en las manos del Presidente, porque en ambos casos él los propone, bajo su propia responsabilidad y previa opinión del Consejo de Ministros. La moción de censura constructiva es el gran instrumento en manos del Parlamento para romper el pacto de confianza con el Gobierno, pero el carácter constructivo de la misma, es decir, la necesaria indicación del nombre del candidato alternativo a la presidencia y el criterio de la mayoría absoluta, incita las partes al acuerdo y a las negociaciones. Estos instrumentos, que en España fueron utilizados raramente y en casos de delicados ciclos institucionales y políticos, han empujado a la estabilidad y gobernabilidad, esforzándose por evitar tanto que coyunturales mayorías de diferente afiliación política podrían conducir a la caída del gobierno, como un vacío de poder, y, simultáneamente, se ha procurado promover la existencia de gobiernos de minoría (Mateos y De Cabo, 2006; Lozano Miralles, 1997: 416).

Con el propósito de evaluar las tendencias presidenciales de España y, por lo tanto, el fortalecimiento de los Presidentes de gobierno y una mayor personalización del ejecutivo, vamos a observar mediante el gráfico 1 la actividad legislativa en el periodo 1977-2008.

Gráfico 1
 Actividad legislativa, 1977-2008



Notas: los porcentajes indicados se refieren al total de proyectos de ley, proposiciones de ley y decretos leyes aprobados.

Fuente: para las legislaturas desde 1977-2000 ver CAPO GIOL (2003, 118). Actualización nuestra para VII y VIII legislatura, Ministerio de la Presidencia, junio 2008.

En el periodo 1977-2000, el porcentaje de proyectos de ley aprobados fluctúa entre 60,5% y 76,5%. En la II (1982-1986) y III legislatura (1986-1989), este porcentaje permanece estable en 76,5% y cae debajo de este nivel en la IV (1989-1993) y V legislatura (1993-1996), ya que el liderazgo socialista en el gobierno cruzaba una gran crisis interna, y en la VI legislatura (1996-2000), el primer gobierno minoritario de Aznar, donde se registra un porcentaje de 60,5%, lo mismo que en la I legislatura, un dato explicado probablemente por el duro combate entre PP y los nacionalistas (CIU) que lo apoyaban. Observando los dos últimos gobiernos, en la VII legislatura (2000-2004), sobre un total de 192 leyes aprobadas, 173 (90%) han sido de iniciativa gubernamental (164 proyectos de ley aprobados y 9 decretos leyes convertidos en proyectos de ley), contra 18 (9%) de iniciativa parlamentaria. En este gobierno se alcanza el pico de 90%, el más alto

porcentaje claramente vinculado a la mayoría absoluta de Aznar. En la VIII legislatura (2004-2008), sobre un total de 167 leyes aprobadas, 141 (84%) fueron de iniciativa del gobierno (136 proyectos de ley aprobados y 5 decretos leyes convertidos en proyectos de ley), contra 27 (16%) de iniciativa parlamentaria. En el gobierno en minoría de Zapatero, por lo tanto, el valor se reduce a 84% (- 6 puntos porcentuales en comparación a Aznar), aunque manteniendo niveles elevados de presidencialización, ya que, si comparamos este gobierno con el primero de Aznar —de hecho dos gobiernos minoritarios— notamos un gran fortalecimiento del Presidente en la legislatura socialista.

El gráfico también muestra que en la I, V, VI y VIII legislatura, el número de decretos leyes aumentó: en el complejo, en las legislaturas en minoría, el 75% de los decretos leyes no ha sido discutido en retraso como las proposiciones de ley⁵, y aquellos que han sido examinados, siempre han recibido la aprobación del partido en el gobierno, contribuyendo así a la consolidación de su líder. Por último, sobre la iniciativa parlamentaria, su crecimiento en la IV, V y VIII legislatura, es un indicador muy débil para deducir la influencia de las proposiciones parlamentarias (Capo Giol, 2003:118). Este crecimiento es probablemente debido a la gran crisis de González en la IV y V legislatura, que tras 10 años de mayoría absoluta estableció un gobierno minoritario, mientras que la VIII legislatura, fue un gobierno minoritario fuertemente vinculado a los partidos nacionalistas. En España, en realidad, la relación entre los dos órganos institucionales es complicada por la presencia del Estado Autonómico y, por lo tanto, de relaciones triangulares en que se desplazan el Parlamento central, el Gobierno y los Parlamentos autonómicos. El nivel periférico generalmente ha apoyado el centro, haciendo registrar un índice de consentimiento parlamentario alto en las legislaturas de minoría, donde los gobiernos y los presidentes han sido capaces de trabajar como si hu-

5 En España, en realidad, los proyectos de ley del gobierno son repuestos en comisión, mientras que las proposiciones de ley parlamentaria y las de los gobiernos autonómicos deberán pasar el examen anticipado por la Cámara Baja, la toma en consideración, mediante la cual se delibera la aceptación o el rechazo de las mismas. En el sistema constitucional español los decretos leyes (cuando son aceptados por el Congreso y por lo tanto en vigor) podrían ser debatidos como propuestas a solicitud de un grupo parlamentario, y con aceptación de las Cámaras (Bosco, 2005:56).

bieran logrado una mayoría, gracias al apoyo de los partidos nacionalistas (Capo Giol, 2003:121)⁶.

Los datos confirman, por lo tanto, la mayor fuerza del gobierno y de su presidente –sobre todo en las dos últimas legislaturas–, sino también la existencia en el contexto español del apoyo de los partidos nacionalistas que, para el propósito de gobernabilidad, han permitido niveles medios de presidencialización aun en situaciones de minoría. Las características estructurales han favorecido por lo tanto el desequilibrio de las relaciones gobierno-parlamento en favor del primero, pero estos mismos factores pueden imponer importantes limitaciones sobre este proceso. El contrapeso es explicado, en realidad, por la presencia de una fuerte integración entre gobierno y parlamento: si los poderes del primero aumentan, en manos del segundo existen los instrumentos del parlamentarismo clásico (control del trabajo del gobierno y responsabilidad del gobierno hacia el parlamento) que podrían empujar la reafirmación del poder parlamentario. Giuseppe Ieraci (2003) coloca a España entre los sistemas de *premierato* (Gran Bretaña, Irlanda, España, Alemania, Austria, Dinamarca, Suecia, Noruega), y en particular entre las formas diádicas con altos niveles de integración entre el gobierno y el parlamento, ya que la investidura del gobierno cubre sólo al primer ministro, y el gobierno puede disolver el parlamento y convocar a nuevas elecciones. Como Alemania, España puede también contar con el voto de censura constructivo. Como el gobierno depende del parlamento, la supervivencia del parlamento depende a su vez del gobierno.

Si comparamos el segundo período de Aznar (2000-2004) y el primero de Zapatero (2004-2008), notamos cómo en este último caso, el liderazgo del gobierno se ha equilibrado por la activación de importantes instrumentos de control del parlamento: Zapatero respondió a un total de 239 preguntas orales antes el Pleno del Congreso de Diputados, contra 168 de Aznar, y un total de 43 comparencias

6 El cuarto gobierno de González (1993-1996), el primer gobierno de Aznar (1996-2000) y el primer gobierno de Zapatero (2004-2008) se basaban en el apoyo parlamentario de las minorías, pero en estos dos últimos gobiernos se ha fortalecido el liderazgo en el partido de gobierno por la presencia de nuevos y jóvenes líderes menos vinculados al pasado y por la inercia del primer partido de oposición. (Bar Cendón, 2004: 71-74).

antes el Pleno contra 32 de Aznar (Ministerio de la Presidencia, 2008). Limitaciones a estas dinámicas, pueden ser activadas aun por factores contingentes, es decir, la presencia de una mayoría absoluta a nivel central. El sistema de partido puede limitar, de hecho, las tendencias de presidencialización, ya que si durante los años de la transición los partidos eran débiles y no fueron capaces de contrarrestar carismáticas personalidades, con su institucionalización la estructura interna a los mismos es útil como contrapeso (Van Biezen-Hopkin, 2004: 122; Capogioi, 2003:128; Heywood, 1999:106).

2.2 LOS PARTIDOS

El análisis de los partidos políticos es esencial para comprender el delicado equilibrio que se establece entre los presidentes y los partidos. Como dijo Mauro Calise (2006: 81-82), ellos “están vinculados a un doble hilo”, una cohabitación que es tan necesaria como precaria, reconocible en el ámbito institucional, ya que los partidos y los presidentes deben coordinar el proceso de gobierno; o, en presencia de importantes plazos electorales, mediante la formación de coaliciones. El funcionamiento del sistema de partidos políticos influencia, por lo tanto, los poderes del presidente del gobierno, de manera que, a cambios en el primero, cambian las capacidades del segundo (Pasquino, 2005: 342). En referencia a las tendencias de presidencialización y personalización, este examen debe ser considerado básico porque el nivel alcanzado por estas dinámicas dependerá de la capacidad de influencia que el líder lleva sobre la organización de los partidos: a un fuerte control de un líder carismático, sucederá por lo tanto un alto nivel de presidencialización/personalización.

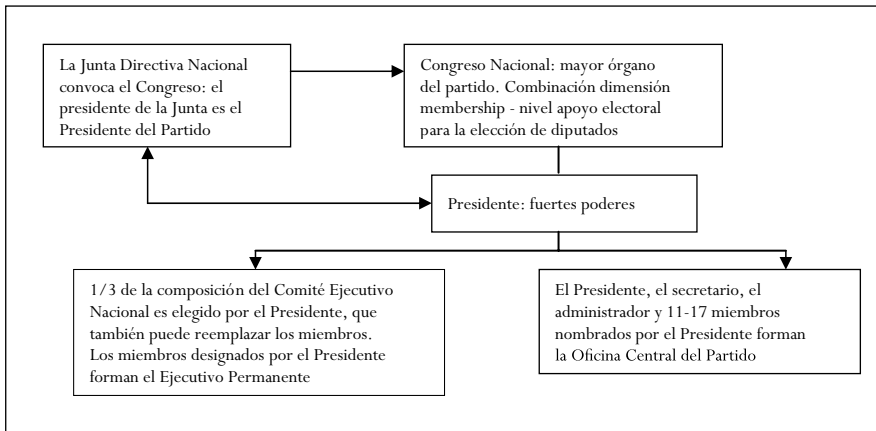
En el contexto español, podemos reducir la investigación sobre el Partido Popular (PP) y el Partido Socialista Obrero Español (PSOE), que están configurados como los dos principales partidos en el escenario político/electoral español, con un promedio electoral, en el período 1977-2008, respectivamente de 28,9% y 38,9%. Además del criterio de relevancia política, el marco analítico de selección escogido ha sido la organización interna, porque el estudio de la estructura de los dos partidos es útil para comprender las restricciones que el partido puede imponer a los fenómenos de presidencialización/personalización. Para este fin, es

necesaria la aplicación en el PP y PSOE de la fundamental división de Katz y Mair (2002) –*party in public office* (partidos en las instituciones representativas), *party in central office* (partidos como organización central), *party on the ground* (partido en el territorio)– por la que se puede lograr importantes diferencias entre los dos partidos. La figura 2 nos permite examinar las características estructurales del Partido Popular.

El PP sigue la dirección general que se está encontrando en los partidos europeos, caracterizados por la dependencia del *party in public office* de los otros dos aspectos: el presidente del Partido coge fuertes facultades, la organización está presidencializada y personalizada y rueda alrededor del propio Presidente, reduciendo la importancia de la administración central del partido.

Figura 2

Estructura del Partido Popular



La fuerte presidencialización interna puede ser notada por el hecho que es el mismo Presidente del partido quien adopta un papel fundamental frente a la cumbre ejecutiva (el Comité), ya que elige casi 1/3 de los miembros, que van a ser el

Comité Ejecutivo, que se ocupa de la organización y la gestión diaria del partido, dando al Presidente un control excepcionalmente grande sobre el partido. El presidente del Partido, de hecho, es también el presidente de la Junta, un organismo que convocará y aplicará los acuerdos concertados en el Congreso, el mayor órgano del partido y, finalmente, nombra los miembros de la Oficina Central (ex Secretaría Central) (Van Biezen, 2003: 96-97; López Nieto, 1988: 23-38-40).

En apoyo de las tendencias de presidencialización/personalilización, además, se pone el escaso espesor de la dimensión del *party on the ground*, ya que el papel de los afiliados en este partido es de hecho pasivo, a pesar de una mayor atención a la misma de Aznar y de Mariano Rajoy⁷, y el proceso de selección del liderazgo. Este último ha sustentado la presidencialización/personalilización del PP, porque en ello no son previstas elecciones primarias: el procedimiento top-down atribuye al líder la decisión final. Aunque formalmente es el Congreso que elige el presidente, en realidad los encargados del Congreso aprueban sencillamente la decisión adoptada y, por lo tanto, resulta completamente ausente en tal procedimiento la participación de los afiliados. También en este caso, no son previstas elecciones primarias y el papel del partido está muy limitado: la elección de Aznar de parte de Manuel Fraga y de Rajoy de parte de Aznar ha sido basada en los encuentros entre el líder y la cumbre política, pero la decisión final es únicamente del líder. Este modelo no está en conflicto con la centralización de la organización popular—de hecho desde 1993 el líder del partido ha adquirido *ex officio* el liderazgo de los grupos parlamentarios, y es también presidente de los grupos parlamentarios—pero alienta una dependencia del partido parlamentario desde el partido central y, especialmente, desde el mismo líder (Ramiro-Fernández, 2005: 219; Van Biezen, 2000: 337; López Nieto, 1997: 131).

Una duplicación semejante fortalece, sin duda, el aspecto personalizado y presidencializado del Partido Popular, favoreciendo la centralización en manos del líder de los mayores y más importantes recursos organizacionales e instituciona-

7 La fase de fortalecimiento estructural aplicada por Aznar ha llevado a un aumento de los afiliados y fue junto con esta posición, también, el nuevo líder del PP Mariano Rajoy—designado presidente del partido en el XV Congreso Popular celebrado en octubre de 2004— que ha buscado un acercamiento particular a los jóvenes.

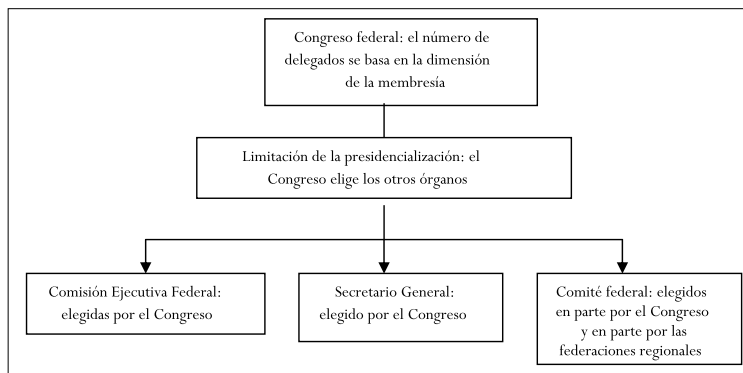
les (en el caso de la victoria del partido). El alto grado de centralización y personalización de este partido se ha consolidado con *el aznarato*⁸, es decir, la fuerte presidencia del líder Aznar evidenciada por la voluntad del mismo para abolir, en 1993, los vicepresidentes, fuertes personalidades que podrían erosionar su poder, y de la estrategia política destinada a liberar al PP de la etiqueta de partido de derecha, y por la política de consolidación de la organización y renovación de la cumbre del partido que permitió en poco tiempo no sólo la ubicación del partido en el centro del espectro político, sino también la profesionalización y unidad interna, que apoyaron el crecimiento de la *membership*, la victoria electoral de 1996 y la mayoría absoluta de 2000 (Méndez Lago, 2006: 428; Raniolo, 2006: 181; López Nieto, 1988: 235).

El resultado de la investigación del PP, en este momento, parece claro. Los altos niveles de presidencIALIZACIÓN y personalización han sido apoyados, desde el nacimiento de AP, por las características de la organización interna que refuerza al líder a expensas de la cumbre de los partidos, y por la selección top-down que permite una alta superposición liderazgo/instituciones. El partido, por lo tanto, no puede ejercer limitaciones a la tendencia de presidencIALIZACIÓN y personalización: todo el partido depende de la influencia del líder carismático.

También el PSOE presenta como el anterior partido un grado de cohesión alto, una estructura jerárquica, un fuerte personalismo dependiente de la influencia de personalidades como Pablo Iglesias, el fundador, y especialmente el incuestionable liderazgo de González. La estructura interna, resumida en la figura 3, nos lleva a importantes diferencias con el PP.

8 Como ha señalado Amando De Miguel Rodríguez (2002: 135-136), el aznarismo fue la única manera para reconstruir el partido y, para alcanzar personalmente el éxito, el único recurso fue a invocar el españolismo de la política de Aznar.

Figura 3
Estructura del Partido Socialista Obrero Español.



En contraste con la tendencia europea, en el Partido Socialista el *party in central office* y el *party on the ground* desempeñan un papel muy importante (Van Biezen, 2003: 96; Bosco, 2006: 227). Esto se explica por la crisis del PSOE tras los escándalos de los años noventa y, sobre todo, por su estructura interna. Los poderes del líder del Partido Socialista, en realidad, no pueden compararse con los del presidente del PP: el Congreso Federal establece las líneas principales de la política del partido y elige tanto al Secretario General, verdadero líder del partido, como la Comisión ejecutiva federal, el órgano encargado de aplicar y dirigir la política del partido (Méndez Lago, 2000: 112-113 y 2006: 425), limitando así la dinámica de presidencialización.

En este caso, la dirección política no depende del líder, de hecho, los mismos niveles parlamentarios están sujetos al mandato, mientras que en el PP el presidente de los grupos parlamentarios es también el presidente del partido. La dimensión del *party on the ground*, además, asume en el Partido Socialista una posición diferente, ya que el partido ha apoyado mucho la consolidación de la *membership*, que tiene una función especial porque el número de delegados al Congreso federal, máximo órgano del partido, está establecido en el tamaño de la misma (Méndez Lago, 2000: 112-113 y 2006: 425). En apoyo de la difusión del Partido en el territorio, existen también los vínculos del partido con asociaciones y grupos y,

en particular, los históricos lazos (pero nunca formalizados) con la UGT (Unión General de Trabajadores).

Una última diferencia fundamental entre PSOE y PP debe estar conectada a los procedimientos para la selección de los dirigentes, porque en 1997 se introdujeron en el Partido Socialista elecciones primarias no basadas en *short-lists* para filtrar el acceso. La presencia de primarias ha tenido dos consecuencias importantes. Por un lado, aumenta la autonomía del líder del partido, empujando así hacia una mayor presidencialización, por la otra parte, el control del partido sobre la selección no falta, porque pueden ocurrir situaciones de oposición al líder de los grupos parlamentarios y de la dirección del partido⁹. La elección de estos últimos no sucede mediante las primarias, sino sobre la base de la *membership* y esto confirma la importancia de esta última y de su juicio (Hopkin, 2001: 357-358). Una importancia que Zapatero mismo tomó en cuenta desde su elección como líder del partido (julio de 2000), con la aplicación de la estrategia de reconquista del partido sobre el territorio (Bosco, 2006: 225-228), destinada a promover una serie de innovaciones en el partido para asegurar la participación y la movilización electoral y que, proyectando una imagen decidida del nuevo dirigente, ha conquistado la opinión pública española, provocando un fuerte aumento de los afiliados. En 2004 ha sido registrado un aumento de 52.179 unidades, en comparación con 2000, el año de la elección de Zapatero como Secretario General del PSOE.

Entre estas transformaciones, se recuerdan el derecho de representación de las organizaciones sectoriales en los congresos del partidos, las relaciones con los sindicatos, la nueva tarjeta magnética de afiliación, la posibilidad de afiliarse por Internet, la modificación del logotipo y del himno musical del partido, la reglamentación de las elecciones primarias (uso limitado a los municipios bajo 50.000 habitantes), el plazo de tres mandatos consecutivos para funciones ejecutivas en el partido y compatibilidad entre sólo dos de éstas con un encargo institucional (Bosco, 2005: 171; Hopkin, 2001: 357; Méndez Lago, 2006: 424).

9 Esta situación ocurrió al final de los años noventa cuando se oponían en el Partido Almunia y Borrell: la victoria de este último causó la crisis interna en el partido y mostró la voluntad del partido de oponerse a su líder. Hopkin (2001: 355).

En conclusión, las tendencias de presidencialización/personalización en el PSOE son inferiores al PP porque las primarias y la estructura jerárquica y centralizada del partido limita esta evolución, porque el partido no está completamente sujeto al líder sino la élite tiene mayor fuerza que, sometiendo al líder al control del partido, tiene una importante presión de re-equilibrio. Con Zapatero, en suma, parece que en este partido se ha reforzado el aspecto personalista ya que el líder –cuya elección (como la de Aznar) fue destinada a apoyar un cambio generacional– ha logrado imponer su liderazgo, estableciendo *el zapaterismo*, una fase en que el desconocido líder consolida firmemente su poder en y sobre el partido. Una demostración de esto, es la reducción en el poder de los líderes regionales (barones)¹⁰, una fuerza incrementada principalmente durante los años de la crisis socialista (decenio de 1990), cuando ellos tomaron parte en las decisiones más importantes de los partidos (como la sustitución de González). La presencia de los líderes regionales ha sido alta incluso cuando Zapatero ha sido elegido Secretario General, pero desde 2004, el año de la victoria en las elecciones generales, disminuyó progresivamente (Méndez Lago, 2006: 426-427).

2.3 LAS CAMPAÑAS ELECTORALES

La última área de investigación se refiere a las campañas electorales, porque desde este estudio es posible grabar la presencia y el posible crecimiento de la personalización de los líderes. Los más recientes e importantes estudios en la esfera de personalización de las campañas electorales han mostrado que importantes cambios han afectado las campañas de las democracias contemporáneas, transformaciones debidas principalmente a las innovaciones metodológicas y tecnológicas¹¹

10 El PSOE está organizado en 18 federaciones autonómicas más el partido asociado catalán (PSC o PSC-PSOE). Las federaciones más influyentes son la de Andalucía (PSOE-Andalucía), Valencia (PSPV-PSOE), Cataluña (Partit dels Socialistes de Catalunya (PSC-PSOE) y, a su lado, han desempeñado un papel importante en el partido dirigentes regionales con más experiencia como José Bono (Castilla-La Mancha), Rodríguez Ibarra (Extremadura) y Manuel Chaves (Andalucía).

11 Pippa Norris (2000) considera tres etapas en la evolución de las comunicaciones electorales: 1) campañas pre-modernas (siglo XIX) caracterizadas por campañas nacionales ad-hoc; 2) campañas modernas (comienzo de 1950 - mitad de 1980), que se caracterizan

y a la evolución política que han cruzado los países occidentales y no sólo ellos, y que han reavivado el interés por la comunicación política. Si la sólida relación comunicación política - campañas electorales parece ser imprescindible, hay más dificultad para la valoración del efecto sobre el electorado. En consideración de los efectos de los medios de comunicación en la votación, Mauro Barisione (2001: 63-82) dice que no es posible establecer definitivamente si la comunicación desplaza muchos o ningún voto, porque si por un lado el comportamiento del electorado está influenciado por factores de largo plazo, como la socialización política, por otro lado, cuando la diferencia entre dos candidatos es mínima, un decisivo papel es desempeñado por los votantes marginales.

En cuanto a los efectos de las campañas electorales sobre el electorado, según los estudios clásicos sobre el tema, puede ocurrir:

- 1) *activación*: los activados son electores que no demuestran intención de voto antes de la campaña electoral.
- 2) *el refuerzo*: electores que votan el partido/candidato que ya tenían en intención de votar antes de la campaña.
- 3) *conversión*: votantes que antes de la campaña tenían la intención de votar por un partido/candidato distintos de los que posteriormente han apoyado (Lago-Martínez, 2004: 104).

En España, la relación entre democracia, información política y medios de comunicación ha sido casi instantánea, desde los partidos políticos inmediatamente han entendido la importancia de la televisión para la movilización de electores, y las campañas electorales se han adherido principalmente al ritmo de los telediarios, concediendo un gran papel a los dirigentes (Rico, 2002: 19).

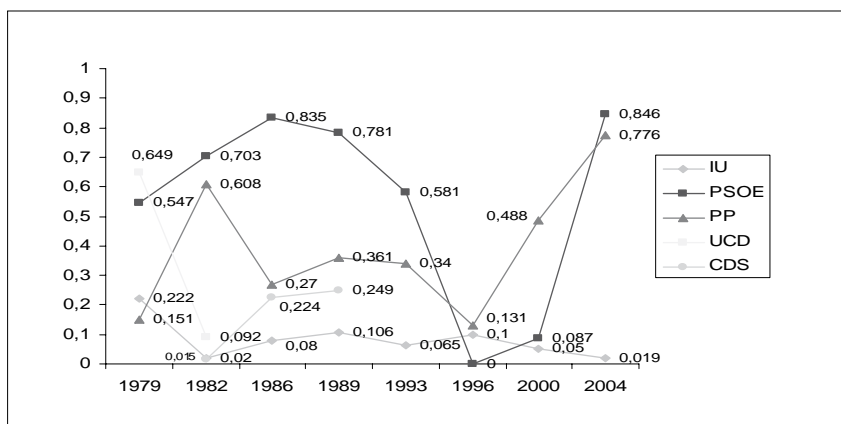
La mayor intervención de los profesionales de marketing y de comunicación ha favorecido también no sólo el cambio de estilo y método de gestión de las mismas campañas españolas, que prestan más atención a la presentación del candidato,

por la transición de voluntarios y sindicatos a expertos en comunicaciones, marketing, encuestas, y por la prensa parte a la televisión nacional; (3) campañas post-modernas (última década), más y más especializadas, fuertemente vinculadas a los medios y a las nuevas tecnologías digitales de comunicación.

pero también un desarrollo casi espontáneo y acelerado de estas estrategias en un sistema político joven frente a otras democracias europeas, donde tales técnicas han sido más lentas (Luque, 1996: 15-17). En el sistema español, por lo tanto, la relación entre medios de comunicación - campañas electorales es muy estable: uno se ha adaptado a la lógica del otro. Masiva cobertura de los medios, enfoque sobre el líder y debates importantes han caracterizado todas las campañas electorales españolas, alentando altos niveles de personalización.

Gráfico 4

Efectos de las evaluaciones de los líderes sobre el voto en elecciones generales, 1979-2004



Fuente: Rico, 2005:22.

Nota: el gráfico expresa la evolución de la importancia de los efectos de las evaluaciones de los líderes sobre el voto para cada partido político y representa la diferencia entre la probabilidad de votar para el partido, pronosticada por la regresión cuando la evaluación de los candidatos alcanza su máximo, es decir, la evaluación más favorable (1) y la probabilidad estimada cuando el candidato alcanza el mínimo (0), manteniendo la otras variables (es decir, la evaluación del partido) en sus medias muestrales.

Como afirma Guillem Rico (2005: 8), un votante que en la elección de 1979 atribuía una puntuación muy positiva a Suárez había un 64,9% de mayor oportunidad de votar UCD que un votante que compartía la misma opinión sobre el partido pero atribuía una valoración más negativa al líder. Los dirigentes que constituyen las dos posibles alternativas para el gobierno marcan, además, un mayor impac-

to en la votación, como en el caso de UCD y de los socialistas en 1979 y de los socialistas y AP/PP desde 1982, mientras que la influencia de los candidatos de PCE/IU (Partido Comunista Español / Izquierda Unida) siguen en niveles bajos, a 20% (Rico, 2005: 9). El gráfico muestra, en realidad, que el peso de la evaluación del presidente del gobierno es en todos los casos más que la de sus adversarios, con Suárez en 1979, con González entre 1986 y 1993, con Aznar en 2000. Los resultados parecen apoyar la importancia de la evaluación de los líderes en la conformación de la votación en la mayoría de las elecciones y, evidentemente, ejercen una mayor influencia los líderes que –por sus características y la calidad personal– son capaces de causar mayor reacción al público.

En 1993, como en la elección de 1982, han tenido más influencia en la decisión de voto las características personales del candidato con mejores perspectivas de victoria, independientemente del líder¹² (Rico, 2005: 11). Al liderazgo de González es asignado el éxito del Partido Socialista en la campaña electoral de 1993, considerada como la campaña más personalizada desde 1977, caracterizada por el vivo enfrentamiento entre los dos dirigentes que celebraron, con una semana de intervalo, dos debates por Antena 3 y Telecinco: Aznar invitó públicamente a González a la dimisión, oponiéndose la lealtad del nuevo *entourage* popular a la corrupción del gobierno, el líder socialista en cambio ofuscó completamente su partido dedicándose personalmente a la campaña, en la que los socialistas presentaban el peligro del renacimiento de la derecha (Van Biezen-Hopkin, 2004: 120; Pérez Díaz, 2003: 197).

En cuanto al efecto sobre electorado, la aguerrida campaña de 1993 ha movilizado el 64% de los electores que no tenían intención de voto, aumentando la posibilidad de voto de alrededor de dos puntos porcentuales y especialmente entre los individuos con una sofisticación política baja, este aumento fue de 1,4 puntos porcentuales, mientras que para los otros la campaña no cuenta (Lago-Martínez, 2004:109). En la elección de 1996, escándalos y corrupción habían deteriorado al líder socialista, y el menos carismático Aznar se presentaba como la única alter-

12 La responsabilidad y la honestidad fueron las calidades decisivas para el éxito de González en 1982, elección en la que los candidatos de las otras dos fuerzas políticas (UCD y AP) eran todos expertos políticos. En 1993, la calidad decisiva ha sido la capacidad. RICO (2005, 10).

nativa honesta. La campaña fue enrollada por la convicción de la caída socialista y Aznar, considerando las encuestas pre-electorales¹³, presentó esta elección como una oportunidad histórica. Los socialistas se batieron vigorosamente promoviendo la revaluación de buenos resultados obtenidos durante sus gobiernos, y González recobró el lema *No pasarán*, grito de la guerra civil contra Franco, pero los populares contraatacaron ponderadamente intentando fortalecer su imagen moderada (Pérez Díaz, 2003: 280; Adagio y Botti, 2006: 115; Montero, 1996: 83).

La personalización y la mediatización han marcado, por lo tanto, también la campaña de 1996 donde, como demuestra el gráfico 4, las evaluaciones relativas a Aznar superaron por primera vez aquellas relativas a González. La alta personalización ha sido la particularidad de las campañas electorales de 2000, 2004 y 2008: la gran importancia de los líderes y una fuerte mediatización, de hecho, han consagrado en estas elecciones la estrecha relación en el contexto español entre política y medios de comunicación. La estrategia de Aznar en 2000, campaña en la que el líder se jugaba la reconfirmación, se concentró en el líder, a fin de proyectar una imagen de certeza y calma. Gran cobertura de los medios, definida como Carrera de Caballo¹⁴, la repetición de la oferta del popular a la opinión pública y 15 vídeo electoral, contribuyeron a cultivar la popularidad de Aznar y entregaron al líder la mayoría absoluta. Interesantes son los efectos sobre los votantes: la campaña electoral del PP en 2000 ha aumentado la oportunidad de votar por este partido de tres puntos porcentuales entre los votantes lejos de todos los partidos, reduciendo correspondientemente la oportunidad de voto por los socialistas de tres puntos porcentuales (Lago-Martínez 2004: 117).

13 Las previsiones previeron insistentemente la mayoría absoluta del PP pero el resultado final fue diferente, con una diferencia de 1,4 puntos porcentuales entre los dos partidos y una alta participación electoral (más del 77%). La consecuencia de los sondeos fue por lo tanto la movilización de los votantes en favor del posible derrotado (efecto *underdog*). Fraile–Meilan (2007:149).

14 En todas las noticias, el líder más citado fue Aznar (40%), seguido por Joaquín Almunia (36%) y Francisco Frutos (23%). En los noticiarios TVE1 las informaciones neutrales eran incluidas sistemáticamente después de las positivas y negativas, mientras que las más encendidas sobre los problemas de los ciudadanos se insertaban en la última parte del noticiario. De Arcaya Ajuria-Martín Llaguno (2003).

La fuerte presencia de Aznar ha ocurrido incluso en el curso de la campaña electoral de 2004 cuando el líder, a pesar de la caída en popularidad registrada hacia el final de la legislatura¹⁵, ofuscó completamente al candidato popular a la presidencia del gobierno –Mariano Rajoy– ayudando a difundir una imagen de debilidad del candidato del PP y una bicefalia interna, que se opuso a la unidad y compactabilidad del liderazgo de Zapatero en el PSOE. El alto grado de personalización alcanzado en esta campaña electoral –en la que para la mayoría de los estudiosos se jugó el resultado electoral– puede ser observado mediante la eficaz acción de comunicación y marketing político empleada por el líder socialista, que inmediatamente se rodeó de un equipo de expertos en comunicación electoral. Desde la pre-campaña, se desplazó la atención sobre el líder, sobre su estilo y cualidad, contraponiendo el cambio de Zapatero a la dureza de Aznar (ninguna presencia en los debates televisivos, acusaciones al PSC y PSOE) (Santamaría, 2004: 38; Company Ibáñez, 2005: 233-241).

La presencia masiva de técnicas de marketing político en la campaña de 2004 ha acercado el estilo de Zapatero al de los dirigentes norteamericanos. La sigla que estaba en todo el material de publicidad ZP (Zapatero Presidente) como el mítico JFK americano, o simplemente como las siglas utilizadas para indicar formato y programas de televisión de éxito entre los jóvenes, ha grabado una fuerte huella personalista a la campaña, resumiendo en ella el entusiasmo por el nuevo líder y la convicción de la posible victoria, estrategia esta última que aumenta la posibilidad de votar. En apoyo de esta acción, hubo el uso masivo de Internet, SMS, mensajes de radio y la gran innovación de la creación de la televisión de partido (www.psoetv.es).

El enfoque sobre el líder, así como para Aznar en 2000, también ha tenido en este caso efectos en la votación. Como se nota en el gráfico 4, la asignación de una

15 El liderazgo de Aznar, cayó abruptamente hacia el final de la legislatura, luego del apoyo a la guerra en Irak y por la política del Gobierno en ocasión de la catástrofe del Prestige (que se hundió frente a la costa de Galicia en noviembre de 2002) y, posteriormente, en ocasión del ataque de 11 de marzo. La intención de voto para los populares, de hecho, se redujo en el período 2000-2004 en 8 puntos porcentuales, mientras que el PSOE creció, al mismo tiempo en tres. La adscripción, por lo tanto, PP/PSOE pasó de 18 a tres puntos de diferencia (Torcal-Rico, 2004: 111-112).

evaluación muy positiva a Zapatero empujaba a 84,6% la oportunidad de votar a favor del PSOE, y las características decisivas que influyeron en la votación para Zapatero fueron la capacidad de decisión (0,59), la única compartida con Rajoy (0,53), el carisma (0,52 contra 0,42 a Rajoy) y el encanto (0,49 contra 0,33 para el popular)¹⁶ (Rico, 2005: 11-12). Por la última elección, Zapatero y Rajoy –que se desafiaban por la segunda vez– han refinado vigorosas estrategias de marketing político y electoral desde la intensa pre-campaña, que osciló entre el lema socialista Z de Zapatero (como el héroe enmascarado), que contenía totalmente el emblema distintivo del líder, y entre los dos videos electorales para ambos partidos que despoblaban en Internet. Los momentos más esperados de la larga campaña electoral de 2008 (los líderes han mantenido una movilización constante en toda la legislatura) han sido, sin duda, los dos cara a cara en televisión (25 de febrero y 3 de marzo 2008), preparados meticulosamente siguiendo el estilo típico de los grandes debates norteamericanos¹⁷, que han llevado a los medios al centro del debate electoral. Como en 1993, la confrontación directa entre los dos candidatos ha tenido un impacto en la votación. Según cifras de Cadena Ser publicadas por El País dos días antes del primer desafío televisivo, el 40% de los españoles ha afirmado que el cara a cara podría influir en su decisión de voto y el 35% ha sostenido que el desarrollo de la campaña podría conducir a un cambio de su decisión de votación. Como para Suárez (1979), González (1986-1993) y Aznar (2000), la evaluación del Presidente Zapatero ha sido mayor que su oponente Rajoy: según los datos del CIS, en consideración de un puntaje que oscila entre 0 (muy mal) y 10 (muy bueno), las evaluaciones relacionadas con la actividad política de Zapatero muestran un promedio de 5,36, contra 3,95

16 Los datos se refieren a la valoración media en que la característica se adapta al líder (ninguna=0; poco=0,33; suficiente 0,67; mucho=1).

17 El debate se celebró en Madrid y fue organizado por la Academia de las Ciencias y de las Artes, que ha enviado la señal a muchas televisiones nacionales, internacionales y en Internet. El campo neutro, un estudio de televisión de la Academia, fue ocupado sólo por los dos líderes y por el moderador, sin público y sin preguntas de periodistas. El tiempo disponible para cada candidato ha sido de 41 minutos: intervenciones inicial y final de tres minutos (Rajoy y luego Zapatero, orden inverso el 3 de marzo). Los argumentos fueron asignados en 5 temas (económico, política social, política exterior, terrorismo, retos para el futuro) de 15 minutos cada uno: dos minutos cada uno más un minuto final.

de Rajoy (CIS, 2008). En conclusión, de acuerdo con Guillem Rico (2005), el principal resultado registrado en la observación de las campañas españolas ha sido el liderazgo y la capacidad de influencia de carismáticos líderes. Los efectos de los líderes son, también, muy fuertes para los dos partidos principales, así como influyentes han sido las campañas más personalizadas ejecutadas por los mismos.

Conclusiones

España es una democracia joven, que fue fundada en 1978 después de una larga dictadura y que ha creado una transición democrática de éxito, que ha acercado rápidamente este País a las otras democracias europeas. El proceso de consenso que ha sido consagrado sobre la base de la memoria histórica entre las élites políticas, que ha llevado a muchos a considerar esta transición como un modelo, se tradujo en una firme voluntad de moderación que, a su vez, permitió ausencia de violencia y de extrema radicalización.

La actitud moderada de la élite y del electorado, ha alentado interesantes niveles de presidencialización/personalización desde el comienzo de la democracia. En referencia al gobierno (ver gráfico 1), estas dinámicas han sido favorecidas por las características institucionales (fuertes poderes del presidente del gobierno, racionalización parlamentaria) que han garantizado estabilidad y gobernabilidad mediante grandes mayorías y apoyo para las legislaturas de minoría, trayendo una mayor personalización del gobierno y de los presidentes, sobre todo en los dos últimos gobiernos. El establecimiento en un sistema político de un fuerte liderazgo es favorecido, además, por la intervención de factores políticos como la capacidad del líder carismático para imponer su poder en el gobierno y en el partido gobernante, un control esencial para el líder para gobernar. En España, la debilidad inicial de los partidos con respecto a la presencia de medios de comunicación muy desarrollados ya en la década de 1970, favoreció una fuerte presidencialización/personalización de los partidos y de las campañas electorales desde la elección de 1977.

En los dos partidos que hemos analizado, el nivel de presidencialización y personalización ha sido alto, ya que ambos han sido guiados por líderes muy influyentes y se caracterizan por la cohesión y centralización interna. Las diferencias estructurales entre PP y PSOE, marcadas respectivamente en las figuras 2 y 3, demuestran que en PP el grado de presidencialización y personalización es mayor que aquel, sin embargo, alto, del PSOE. En el Partido Popular, de hecho, la organización no puede bloquear estos fenómenos porque está sujeta al Presidente, que tiene fuertes poderes sobre el mismo partido: todos en el partido dependen del líder. En el Partido Socialista, en cambio, existen interesantes restricciones sobre los procesos de presidencialización y personalización porque el Secretario General, que posee poderes más bajos que los del Presidente del PP, está obligado por la cumbre partidista, no sujeta al líder. La autonomía de la cumbre política partidista es, por lo tanto, un elemento de particular importancia, ya que puede compensar la fortaleza del líder y frenar la tendencia a la presidencialización/personalización. El crecimiento de estas tendencias en el sistema español ha sido confirmado por el estudio de las campañas electorales. En España, la atención de los medios de comunicación se centró totalmente sobre los líderes, que han sido los grandes protagonistas de todas las campañas electorales, a su vez organizadas por los profesionales del marketing y de la comunicación política. El enlace con las nuevas tecnologías, el uso de Internet, encuestas, video electoral y spot, han marcado entonces desde el comienzo las estrategias electorales de los partidos españoles. Con las legislaturas de Aznar y de Zapatero, hubo una fuerte consolidación de la solicitud de tales técnicas y, el estilo del líder socialista, ha sido más americanizado, por la enorme utilización de siglas, lemas, Internet, SMS y televisión del partido, que han contribuido a aumentar el grado de personalización.

Tras, en conclusión, la reflexión de Ingrid Van Biezen y Jonathan Hopkin (2004: 122), España tiene fuertes empujes hacia las tendencias de presidencialización/personalización, pero sus características constitucionales pueden alentar la reafirmación del poder parlamentario. En este sentido, se ha desarrollado un arreglo institucional flexible, en que la autoridad política puede moverse según la imprevisible evolución de las dinámicas de los partidos.

Referencias Bibliográficas

- Adagio C. & Botti A. (2006). *Storia della Spagna democratica. Da Franco a Zapatero*. Milano: Bruno Mondadori.
- Ashford Hodges G. (2001). *Franco*. Madrid: Santillana.
- Baldini G.- Pappalardo A. (2004). *Sistemi elettorali e partiti nelle democrazie contemporanee*. Roma-Bari: Editori Laterza.
- Bar Cendón A. (1983). *El Presidente del Gobierno en España: encuadre constitucional y práctica política*. Madrid: Civitas.
- Bar Cendón A. (2004). El Gobierno en la Constitución y en la Ley del Gobierno de 1997: ¿Colegialidad o Presidencialismo? *Teoría y Realidad Constitucional*. N° 14, pp. 64-84.
- Barisione M. (2001). “Gli effetti delle comunicazioni politiche di massa sul voto: un panorama delle ricerche”, en Sani G., *Mass Media ed Elezioni*. Bologna: Il Mulino.
- Bosco A. (2005). *Da Franco a Zapatero. La Spagna dalla periferia al cuore dell’Europa*. Bologna: Il Mulino.
- Bosco A. (2006). “Come cambia il PSOE: la scommessa di Zapatero”, en Bosco A. (a cura di) *Partiti ed elettori nel Sud Europa*. Soveria Mannelli: Rubettino.
- Caciagli M. (1986). *Elezioni e partiti politici nella Spagna postfranchista*. Padova: Liviana Editrice.
- Calise M. (2006). *La Terza Repubblica. Partiti contro Presidenti*. Roma-Bari: Editori Laterza.
- Campany Ibañez J. (2005). *El efecto ZP. 1.000 días de campaña para llegar a la Moncloa*. Barcelona: Planeta.
- Capo Giol J. (2003). “The Spanish Parliament in a triangular relationship, 1982-2000”. *Journal of Legislative Studies*, Vol. 9, N° 2, pp. 107-129.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2008). *Estudio CIS 2750 Preelectoral Elecciones Generales y al Parlamento de Andalucía 2008*.
- Colomé G. & López Nieto L. (1989). *Leadership selection in PSOE and AP*. Barcelona: Institut de Ciències Polítiques i Socials.

- De Arcaya Ajuria H.A y Martín Llaguno M. (2003). “Comunicación electoral e interés ciudadano”. *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, N° 14, <http://www.ehu.es/zer/zer14/comunicacionelectoral14.htm>
- De Miguel Rodríguez A. (2002). *Retrato de Aznar con paisaje al fondo*. Madrid: La Esfera.
- Di Febo G. & Juliá S. (2003). *Il Franchismo*. Roma: Carocci.
- Fraille M.- Meilan X. (2006). “I sondaggi politici in Spagna. Previsioni sempre più incerte”, en Corbetta P. E. Gasperoni G. (a cura di), *I sondaggi nelle democrazie contemporanee*. Bologna: Il Mulino.
- Giglioli P.P. (2005). *Invito allo studio della società*. Bologna: Il Mulino.
- Gunther R.; Montero J.R.; Botella J. (2004). *Democracy in modern Spain*. New Haven-London: Yale University Press.
- Heywood P. (1999). *Politics and Policy in democratic Spain: no longer different?* London-Portland: Frank Cass.
- Hopkin J. (2001). “Bringing the members back in? Democratizing Candidate Selection in Britain and Spain”. *Party Politics*, Vol. 7, N° 3, pp. 343-361.
- Huntington S.P. (1993). *The third wave. Democratization in the late twentieth Century*. Norman: Oklahoma University Press.
- Ieraci G. (2003). “Teoria dei governi e democrazia. Ruoli, risorse e arene istituzionali”. Bologna: Il Mulino.
- Katz R. & Mair P. (2002). “The ascendancy of the Party in Public Office: Party Organizational Change in Twentieth – Century Democracies”, en Gunther R.; Montero J.R.; Linz J.J. (a cura di), *Political Parties. Old Concepts and New Challenges*. Oxford: Oxford University Press.
- Lago I.- Martínez F. (2004). “Una metodología alternativa para estimar los efectos de las campañas electorales”, *Revista Española de Ciencia Política*, num. 11, Octubre, pp. 103-120.
- Lanza O. (2006). “Governo e Capo del Governo in Spagna”, en Lanza O.-Raniolo F., “Una democrazia di successo? La Spagna dalla transizione democratica al governo Zapatero”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, pp. 99-200.
- Legnante G. (2003). “La personalizzazione del voto. Come la vedono i parlamentari italiani”, *Quaderni dell'osservatorio elettorale*, N° 50. pp. 9-38.

- Linz J.J. (2000). *Totalitarian and authoritarian regimes*. Colorado-Londra, Lynne Rienner Publishers.
- Linz J. & Stepan A. (2000). *Transizione e consolidamento democratico*. Bologna: Il Mulino.
- López Nieto L. (1988). *Alianza popular: estructura y evolución electoral de un partido conservador (1976-1982)*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- López Nieto L. (1997). “Il lungo cammino della destra spagnola. L’ascesa elettorale di Alianza Popular/Partido Popular (1976-1996)”. *Quaderni dell’Osservatorio Elettorale*, N°37 ius.regione.toscana.it/elezioni/Quaderni/Qua37/q37art3.pdf
- Lozano Miralles J. (1997). “I meccanismi di razionalizzazione parlamentare in Spagna”, en Gambino S. (a cura di), *Democrazie e forme di governo. Modelli stranieri e riforma costituzionale*. Rimini: Maggioli Editori.
- Luque T. (1996). *Marketing político. Un análisis del intercambio político*. Barcelona: Ariel.
- Mateos y De Cabo Ó.I. (2006). *El Presidente del Gobierno en España: status y funciones*. Madrid: La Ley.
- Méndez Lago M. (2000). *La estrategia organizativa del Partido Socialista Obrero Español (1975-1996)*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Méndez Lago M. (2006). “Turning the page: crisis and transformation of the Spanish Socialist Party”. *South European Society & Politics*, Vol. 11, N° 3-4, pp. 419-437.
- Montabes J. (1997). “El Gobierno”, en Alcántara M. y Martínez A. (editores), *Política y Gobierno en España*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Montero J. R. (1996). “Vent’anni di elezioni democratiche in Spagna (1977-1996)”, *Quaderni Osservatorio Elettorale*, Vol. 36, pp. 77-129.
- Norris P. (2000). *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Paniagua Soto J.L. (1992). “El modelo parlamentario en la Constitución Española de 1978” en Cotarelo R., *Transición política y consolidación democrática. España (1975-1986)*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Pasquino G. (2005). “Conclusioni ragionevolmente comparate”, en Pasquino G., (a cura di) *Capi di governó*. Bologna: Il Mulino.
- Pérez Díaz V. (2003). *La lezione spagnola. Società civile, politica e legalità*. Bologna: Il Mulino.