

LÍDERES POLÍTICOS Y VOTO: EL CASO DE PABLO IGLESIAS Y PODEMOS*

POLITICAL LEADERS AND VOTE: THE CASE OF PABLO IGLESIAS AND
PODEMOS

EDUARDO TENA SANZ**

Resumen: La crisis económica global iniciada en 2008 tuvo en España una especial virulencia, como consecuencia de la cual se produjo paralelamente una crisis de representatividad. El surgimiento de nuevos partidos políticos fue una respuesta a esta crisis. Estos nuevos partidos se han caracterizado por la presencia de líderes con un papel central en su expansión. En este artículo se analiza la influencia de la figura política de Pablo Iglesias como líder del partido político «Podemos» en la decisión de voto a esta formación, en relación con otros factores como la afinidad partidista o la autoubicación ideológica.

Palabras clave: Comportamiento electoral, Podemos, Pablo Iglesias, influencia de los candidatos, afinidad partidista, autoubicación ideológica.

Abstract: The economic crisis that started back in 2008 had a special virulence in Spain, as a result of its weight it ended up with a parallel crisis of representativeness. The appearance of new political parties was one of the most notable consequences of the above mentioned crisis. This new parties have been characterized by the presence of leaders, whom played a fundamental role in their later expansion, therefore in this article we will be analyzing the particular case of Pablo Iglesias, leader of the Podemos political party. Measuring the influence of this political leader in the vote decision for this party, in relation to other voting factors such as party affinity or ideological self-identification.

Keywords: Electoral behavior, Podemos, Pablo Iglesias, candidates influence, party affinity, ideological self-identification.

SUMARIO: I. INTRODUCCIÓN; II. MARCO TEÓRICO; 1. Las tesis clásicas sobre la teoría del voto; 2. La personalización del voto; 3. La personalización del voto en España; III. LA EVOLUCIÓN DE PODEMOS; IV. PROCESO METODOLÓGICO; V. LA INFLUENCIA DE PABLO IGLESIAS COMO CANDIDATO; VI. CONCLUSIONES; VII. BIBLIOGRAFÍA.

* <http://doi.org/10.15366/rjuam2019.39.011>

Fecha de recepción: 14 de febrero de 2019.

Fecha de aceptación: 21 de junio de 2019.

** Graduado en Ciencia Política y Gestión Pública por la Universidad de Burgos. Correo electrónico: edtesanz95@gmail.com.

I. INTRODUCCIÓN

Este trabajo está relacionado con un especial interés por dos temas: la influencia de los candidatos en el voto, y la reconfiguración del sistema de partidos en España. La influencia de los candidatos en la decisión de voto ha sido objeto de estudio académico en Ciencia Política desde un tiempo reciente¹. En muchos casos, la consideración de la influencia de los candidatos en el voto ha sido vista considerando que aquellos electores que se dejaban llevar por este tipo de factores eran los propios de países con escaso recorrido democrático. Así, mientras los estudiosos de la teoría del voto seguían centrándose en los factores estructurales de determinación de este², el liderazgo fue empujado al territorio de los expertos en marketing y comunicación.

El segundo tema, la reconfiguración del sistema de partidos en España, entronca directamente con el primer tema en tanto que las nuevas formaciones políticas de alcance nacional surgen al amparo de dos grandes figuras cuyo liderazgo es raramente puesto en duda: Albert Rivera y Pablo Iglesias. No puede explicarse el cambio en el sistema de partidos español sin tener en cuenta el importante rol que han jugado los líderes como vector de promoción y visibilidad mediática de los nuevos partidos.

El hecho de que, finalmente, Podemos (y la figura de Pablo Iglesias como su líder) haya sido la opción escogida responde principalmente a dos motivos. Por un lado, la formación morada posee un recorrido más breve, por lo que su institucionalización es menor, y el peso del liderazgo puede ser más relevante. Ciudadanos, por el contrario, pese a no haber llevado a cabo su despliegue nacional hasta el año 2014, cuenta con una implantación más prolongada en Cataluña (desde el año 2006). El segundo motivo que explica la elección de Podemos como sujeto de estudio hace referencia al hecho de que esta formación ha experimentado, desde su surgimiento a comienzos de 2014, tanto periodos de gran crecimiento electoral, periodos de estancamiento, y periodos de gran retroceso, lo cual puede facilitar ver la interacción que se da entre intención de voto y valoración del líder en estas etapas.

Por todo ello, el objetivo del estudio es comprobar la incidencia que posee la valoración del líder (Pablo Iglesias) sobre la decisión de voto al partido (Podemos). Los resultados que se obtengan pueden llevar a concluir que el partido ha sido capaz de lograr un cierto nivel de institucionalización, siendo menos dependiente de un liderazgo personalista, o bien que el importante rol del líder sigue jugando un papel determinante en la decisión de los electores de apoyar a esta formación política.

¹ WATTENBERG, M. P., *The rise of candidate-centered politics: presidential elections of the 1980s*, Cambridge (Harvard University Press), 1991.

² LAZARFELD, P., BERELSON, B. y GAUDET, H., *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, New York (Columbia University Press), 1944.

II. MARCO TEÓRICO

1. Las tesis clásicas sobre la teoría del voto

Desde la estabilización de la democracia como sistema político dominante en los países occidentales, la ciencia política ha tenido que hacer frente a una pregunta fundamental: ¿Qué motivos llevan a una persona a decantarse por una opción política u otra al llegar el día de las elecciones? A mediados del siglo XX surgirían diferentes escuelas que, desde un ámbito territorial concreto, como es Estados Unidos, propondrían las principales teorías que hoy en día permanecen vigente para explicar el voto. Estas teorías serían la que hace hincapié en las variables de tipo estructural, como los grupos sociales de pertenencia (Escuela de Columbia); la que considera que el principal factor explicativo del voto es la identificación partidista (Escuela de Michigan); y la que valora la decisión de voto como un cálculo de coste-beneficio (Teoría de la elección racional).

La Escuela de Columbia³ surge en los años 40 del siglo XX, con académicos como Paul Lazarsfeld, que tratan de estudiar el componente psicológico de la elección a través del estudio de los cambios en la intención de voto de los individuos. Los investigadores opinaban inicialmente que los medios de comunicación eran, ya en aquella época, un elemento fundamental de conformación del voto, sin embargo, acabaron concluyendo que el factor más determinante era la pertenencia a un determinado grupo social⁴, ya fuera la clase social, el grupo étnico, una determinada congregación religiosa, etc. La idea central de las tesis de la escuela de Columbia sería que la pertenencia a un determinado grupo implicaba una identificación fuerte con personas con similares características e inquietudes, lo cual conduciría inevitablemente a un reforzamiento de los valores del grupo que se convertían en ejes del pensamiento político de sus integrantes, determinando de manera clave su decisión de voto.

La Escuela de Michigan⁵ surgiría apenas algunos años después, entre finales de los 40 e inicios de los 50. El punto de inflexión en sus estudios sería la obra «The People elect a President» de Angus Campbell y Robert Louis Kahn, en la que se llevaba a cabo un estudio de panel para conocer la evolución de las actitudes de voto de una serie de individuos. La conclusión principal a la que llegarían sería que el condicionante de voto más importante para el elector norteamericano⁶ era la identificación partidista, es decir, la afinidad expresada de manera continua hacia un partido político concreto.

³ BERELSON, B., LAZARFELD, P., y MCPHEE, W., *Voting: a study of lector formation in a presidential campaign*, Chicago (University of Chicago Press), 1954.

⁴ LAZARFELD, P., BERELSON, B. y GAUDET, H., *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, cit.

⁵ CAMPBELL, A., GURIN, G. y MILLER, W., *The Voter Decides*, Evanston, III (Row Peterson), 1954.

⁶ CAMPBELL, A., CONVERSE, P. E., MILLER W. y STOKES, D. *The American Voter*, Chicago (University of Chicago Press), 1960.

Finalmente, la teoría de la elección racional, surgida también en los años 50, y con Anthony Downs como autor más destacado, trataría de formular una hipótesis de raíz economicista para explicar el voto, tratando a los electores como «consumidores» en un «mercado electoral». Los teóricos de la elección racional concluirían que el comportamiento de los votantes se podía explicar de una manera perfectamente racional, consistente en que el elector optaba por aquel partido político que consideraba que iba a desarrollar políticas públicas más acordes con su interés⁷. Así, el comportamiento electoral de este votante estaría guiado principalmente por el beneficio individual, excluyendo el elemento colectivo de voto que tanta importancia había recibido en los postulados de Columbia.

2. La personalización del voto

La ciencia política no se ha sentido muy cómoda tradicionalmente con las teorías sobre la personalización como explicación del voto, ya que ha considerado que es un factor secundario en comparación con la identidad partidista, el voto por temas (issues) o el voto económico. Al mismo tiempo, se ha tendido a considerar que la decisión de voto fundamentada en la valoración del candidato individual no era sino un síntoma de debilidad del elector, un mecanismo propio de sociedades con escaso recorrido democrático que se dejaban arrastrar por los liderazgos carismáticos pudiendo llegar a caer en el culto a la personalidad. Paradójicamente, este argumento es similar al empleado inicialmente por los críticos a las tesis de la Escuela de Michigan, que consideraban la identificación partidista como un «atajo», un mecanismo de simplificación de la toma de decisiones políticas propio de los electores con un menor nivel educativo. Teniendo en cuenta este rechazo a la explicación del voto basada en la valoración del candidato por parte de la academia, no es de extrañar que existan un número inusualmente bajo de estudios sobre el tema.

Se habría de esperar hasta el año 1991, cuando el politólogo Martin P. Wattenberg publica su obra «The rise of candidate-centered politics: presidential elections of the 1980s». En esta sostiene que nos encontramos en un contexto histórico en el que los líderes están adquiriendo un poder creciente en los sistemas democráticos, y que este auge del personalismo se encuentra estrechamente ligado a un debilitamiento generalizado de la identificación partidista. Así, los líderes habrían sustituido a los partidos como elementos de reflejo de los diferentes temas (issues) que acabarían decantando el voto de los electores en unas elecciones concretas. Es decir, los candidatos habrían sido capaces de convertirse en «símbolos» de una determinada posición sobre un tema conflictivo, de la misma manera que antes lo habrían sido los partidos.

La tesis de Wattenberg se circunscribe a un sistema político concreto, el norteamericano, con una serie de características propias de gran relevancia, como el hecho de contar con un modelo presidencialista y un sistema de partidos claramente bipartidista. Esto generaría

⁷ DOWNS, A., *An Economic Theory of Democracy*, New York (Harper), 1957.

un mayor sesgo a favor de los candidatos, con lo que podría parecer complicado que esta idea se adaptara a los modelos parlamentarios, predominantes en Europa Occidental. Siguiendo las tesis de Müller: «Las democracias europeas no solo son democracias parlamentarias, sino también democracias de partidos»⁸. En la mayoría de los sistemas políticos de Europa, las candidaturas a elecciones legislativas son votadas en circunscripciones plurinominales, y a través de sistemas de listas diseñadas por los partidos políticos, que son los que deciden los nombres que forman parte de las mismas. Müller pone aquí el foco en el diferente rol que juegan los partidos políticos en un sistema presidencial y en uno parlamentario, lo que podría parecer que invalidaría la traslación de la tesis de Wattenberg a Europa.

En este punto entrarían en juego los estudios del politólogo francés Bernard Manin, que en su obra «Los principios del gobierno representativo» va a poner en cuestión la configuración de la democracia en Europa Occidental desde hace unas décadas como «democracia de partidos». Manin sostiene que el gobierno representativo como eje de la democracia liberal ha pasado desde sus orígenes por tres estadios o fases claramente diferenciadas.

La primera fase, que denomina «Parlamentarismo», habría sido la imperante durante el siglo XIX y principios del XX, y se caracterizaría por el papel central del Parlamento en el sistema político democrático, la autonomía de sus integrantes (parlamentarios) y la divergencia entre la opinión pública y la expresión electoral (debido fundamentalmente a las fuertes restricciones del sufragio y la primacía de fórmulas electorales de tipo mayoritario).

La segunda fase, que Manin llama «Democracia de partidos», se habría desarrollado durante la mayor parte del siglo XX, y supondría la afirmación de los partidos políticos como sujetos centrales del sistema político, debido principalmente a la ampliación del derecho de sufragio y el elevado peso de la identidad partidista como elemento clave de determinación del voto en sistemas que comienzan a apostar en mayor medida por fórmulas electorales más proporcionales.

Finalmente, Manin anuncia el fin de la «Democracia de partidos», que habría quedado atrás con la llegada, a finales del siglo XX, de un tercer estadio de gobierno representativo que denomina «Democracia de audiencias». Este modelo, característico de los sistemas democráticos occidentales en la actualidad, destacaría por la consideración de la disputa electoral como un mercado en el que entran en juego mecanismos de oferta y demanda, en el que los medios de comunicación han reemplazado a los partidos como elementos centrales del sistema democrático, y en el que las encuestas y sondeos electorales permiten una cierta «manipulación» de la opinión pública que conllevaría una nueva disociación entre esta y la expresión electoral a través del voto.

⁸ MÜLLER, W. C., «Political parties in parliamentary democracies: making delegation and accountability work», en *European Journal of Political Research*, vol. 37, núm. 3, 2000, p. 309.

Manin no ciñe estos cambios a un sistema político concreto, como el presidencialista, sino que asegura que se trata de una pauta generalizable al conjunto de las democracias occidentales. Así, precisa que:

«En las naciones en las que el jefe del ejecutivo es también líder de la mayoría en el parlamento, las campañas legislativas y las elecciones se centran en la persona del líder. Los partidos siguen desempeñando un papel fundamental. Proporcionan recursos cruciales tales como las redes de contactos e influencias, la capacidad para la recolección de fondos y el trabajo voluntario de los militantes, pero tienden a convertirse en instrumentos al servicio del líder»⁹.

A través de estas palabras, Manin hace extensible la tesis de Müller a los sistemas políticos parlamentarios, ligándola a la pérdida de peso de los partidos políticos en detrimento de los grandes medios de comunicación.

«La situación actual parece obedecer a dos causas. Primera, los canales de la comunicación política afectan a la naturaleza de la relación representativa: mediante la radio y la televisión, los candidatos pueden, de nuevo, volverse a comunicar directamente con sus circunscripciones sin la mediación de la red del partido (...) Además, la televisión otorga especial realce y fuerza a la individualidad de los candidatos. Los medios de masas, no obstante, favorecen determinadas cualidades personales: los candidatos exitosos no son los notables locales, sino lo que calificaríamos de “personajes mediáticos”, personas que tienen un mejor dominio de las técnicas de la comunicación mediática que otras (...) Segunda, el creciente papel de las personalidades a costa de los programas es una respuesta a las nuevas condiciones en las que los cargos ejercen su poder (...) El gobierno ya no regula simplemente el marco general de la existencia social; ahora, interviene en toda una serie de áreas (...) tomando decisiones concretas»¹⁰.

Manin pone de relieve así un modelo de gobierno representativo (el actual) en el que el papel de los medios como intermediarios entre candidatos y votantes ha llevado a que los partidos políticos cuenten con un peso mucho menos significativo, perdiendo su tradicional rol de enlace entre candidato y simpatizantes, y quedando relegados a funciones que se podrían calificar de «logísticas», como conseguir recursos de tipo económico y humano.

Se podría caer en la tentación de suponer que lo expuesto por Manin no es sino una desviación de la doctrina imperante con relación al comportamiento electoral. Sin embargo, otros autores como Peter Mair o Giovanni Sartori han coincidido en su apoyo a las tesis de Manin.

⁹ MANIN, B., *Los principios del gobierno representativo*, Madrid (Alianza), 1998, p. 268.

¹⁰ MANIN, B., *Los principios del gobierno representativo*, cit., pp. 268 a 269.

Mair, a través de su obra «Gobernando el vacío» llevó a cabo un estudio comparado de las democracias europeas y su evolución a lo largo del tiempo en rasgos como la afiliación a partidos políticos y la cercanía a los mismos. Mair constató que, fruto de fenómenos estructurales, como la globalización o la ampliación de las clases medias, era una pauta común a todos estos países la pérdida sustancial de afiliados por parte de las formaciones políticas, así como el distanciamiento de la ciudadanía respecto de estas. Esto habría llevado a un espectacular crecimiento de la volatilidad electoral. Según sus conclusiones:

«Los votantes también están menos dispuestos a decidir por anticipado qué van a votar, y prefieren observar la campaña o incluso no mostrar interés alguno hasta que se acerca el día de las elecciones»¹¹.

El hecho de que pierdan peso los factores de voto tradicionales implica que los partidos se vean obligados a cambiar de estrategia para atraer electores, lo que lleva a la adopción de posicionamientos de tipo «catch all» por parte de estos. Estos posicionamientos se traducen en un intento de ampliación de la base de apoyo electoral salvando las tradicionales fracturas religiosas y de clase (clivajes)¹². Este cambio de estrategia de los partidos políticos ha tenido también una especial traducción en los mecanismos que estos desarrollan para captar a sus líderes o candidatos. Así, en palabras de Mair:

«(...) aunque los líderes políticos siguen siendo reclutados por el partido, es menos probable que sean reclutados a través de los partidos, pues la elección del líder cada vez está menos determinada por la amplitud del apoyo al candidato en el seno del partido, y más por su capacidad de llegar a los medios y por tanto a un amplio electorado»¹³.

El foco se pone nuevamente sobre los medios de comunicación como condicionantes de la opinión pública y de las estrategias a adoptar por los partidos políticos, así como sobre la figura del «candidato mediático», capaz de dirigirse, a través de dichos medios, directamente al elector sin la intermediación del aparato partidista. Ya advertía Sartori que la «videopolítica» (equivalente a la «democracia de audiencias» de Manin) es más fuerte cuando los partidos son débiles, y más débil cuando los partidos son fuertes¹⁴.

¹¹ MAIR, P., *Gobernando el vacío*, Madrid (Alianza), 2015, pp. 53 a 54.

¹² MAIR, P., *Gobernando el vacío*, cit., p. 71.

¹³ MAIR, P., *Gobernando el vacío*, cit., p. 81.

¹⁴ SARTORI, G., *Videopolítica: medios, información y democracia de sondeo*, 1.ª ed., Madrid (Fondo de Cultura Económica de España), 2003.

3. La personalización del voto en España

El caso español no queda fuera de esta pauta general de creciente protagonismo de los candidatos individuales en detrimento de los partidos, al contrario, muchos autores han querido ver en el importante papel de los líderes partidistas un rasgo característico del sistema político español surgido de la Transición. Así, Gunther afirma que la «desproporcionada importancia» de las imágenes de los políticos en la dinámica electoral constituye uno de los rasgos distintivos de la cultura política de los españoles¹⁵. Este enfoque se relaciona con el contexto histórico de formación del sistema democrático y de partidos en España, y la querencia por los liderazgos fuertes podría ser una consecuencia del legado de un largo periodo de gobierno dictatorial de tipo personalista. En palabras de Linz:

«La política democrática en España, al ser fruto tardío, presenta quizás unas características que también aparecen en otros países democráticos, pero moderadas por la persistencia de estructuras y hábitos creados en una época anterior»¹⁶.

El peso del contexto histórico incidiría también sobre el elevado desarrollo de los medios de comunicación de masas (especialmente la televisión) en los años 70, así como la estrecha relación existente entre este tipo de medios y los liderazgos fuertes a la que se hizo referencia anteriormente.

«Por todo ello, la política democrática se habría construido en España sobre la base de una sociedad dinámica, unos medios de comunicación modernos y una ciudadanía formada y poco afectada por viejos prejuicios partidistas, características que han dado pie a un patrón de comportamiento electoral particularmente avanzado»¹⁷.

El hecho de que, tras varias décadas de dictadura, el partidismo no tuviera una relevancia tan importante como en países del mismo entorno con mayor recorrido democrático, tendría como consecuencia un debilitamiento aún mayor de la figura de los partidos políticos, y una prevalencia más clara si cabe del candidato sobre estos. El escaso peso de la identificación partidista habría llevado a la práctica totalidad de los partidos políticos españoles a adoptar una estrategia de tipo «catch all»¹⁸, que propiciaría una competición

¹⁵ GUNTHER, R., *Política y cultura en España*, Madrid (Centro de Estudios Constitucionales), 1992, pp. 24 a 25.

¹⁶ LINZ, J.J., «Consideraciones finales», en *Crisis y cambio: Electores y partidos en la España de los años ochenta*, Madrid (Centro de Estudios Constitucionales), 1986, pp. 658 a 659.

¹⁷ RICO, G., *Líderes políticos, opinión pública y comportamiento electoral en España*, Madrid (Centro de Investigaciones Sociológicas), 2009, p. 17.

¹⁸ GUNTHER, R., SANI, G. y SHABAD, G., *El sistema de partidos políticos en España: Génesis y evolución*, Madrid (Centro de Investigaciones Sociológicas), 1986.

menos basada en propuestas programáticas (en las que las diferencias serían menores) y más focalizada en la lucha entre líderes carismáticos para alcanzar el poder.

Sabedores de estas características contextuales, los partidos políticos españoles habrían optado desde un primer momento por priorizar estrategias destinadas a convencer a amplias capas de la población a través de la apuesta por candidatos con gran peso mediático y buenas capacidades comunicativas, sirvan como ejemplo las figuras de Adolfo Suárez en la Unión de Centro Democrático (UCD) y de Felipe González en el Partido Socialista Obrero Español (PSOE). Así, las campañas electorales serían diseñadas por las cúpulas de las formaciones políticas con la finalidad principal de captar el foco de los medios de comunicación de masas (principalmente la televisión) dotando a sus líderes de un papel protagónico indiscutible¹⁹.

De manera paralela a estos factores contextuales, diversos autores señalan también la especial relevancia del diseño institucional del sistema político español como un elemento determinante a la hora de entregar a los líderes un papel preponderante. Montabes señala la presencia en el ejecutivo español de numerosos «elementos presidencialistas»²⁰, configurados para evitar las debilidades propias del poder ejecutivo en la Segunda República. Así, se tendería a una concentración del poder gubernamental en torno al presidente, con un parlamento cuya principal función es la formación de gobierno (supeditándose su «vida política» a la investidura del presidente), y un sistema electoral diseñado para garantizar la consolidación de ejecutivos estables (un sistema teóricamente proporcional, pero que, debido a determinados elementos, como el tamaño de las circunscripciones, acaba teniendo efectos mayoritarios). La suma de todos estos factores habría conducido a que, en palabras de Heywood, «el Presidente ocupa el centro del sistema político español»²¹, es quien recibe la confianza del Congreso, posee libertad para elegir a los miembros de su gobierno, decide la disolución de las cámaras, y solo puede ser cesado mediante una moción de censura de tipo constructivo (para la que se necesita la presentación de un candidato alternativo a la presidencia)²².

Al mismo tiempo, todo este poder político e institucional, que recaería en manos de una sola persona, tendría su correlato en la similar personalización de las fuerzas de la oposición en la figura de su líder. Según Webb y Poguntke, «La Presidencialización de la política partidista es un fenómeno competitivo», con lo que «los mismos procesos que fortalecen a los jefes del ejecutivo favorecen también a los líderes de los partidos de la oposición con potencial de gobierno»²³. Este proceso de extrema personalización de las posiciones políticas

¹⁹ VAN BIEZEN, I. y HOPKIN, J., «The presidentialization of Spanish democracy: sources of prime ministerial power in post-Franco Spain», en *The presidentialization of politics: a comparative study of modern democracies*, Oxford (Oxford University Press), 2015.

²⁰ MONTABES, J., «El Gobierno», en *Política y gobierno en España*, Valencia (Tirant lo Blanch), 1997.

²¹ HEYWOOD, P., «Governing a new democracy: The power of the prime minister in Spain», en *West European Politics*, vol. 14, núm. 2, 1991, p. 111.

²² RICO, G., *Líderes políticos, opinión pública y comportamiento electoral en España*, cit., pp. 19 a 20.

²³ WEBB, P. y POGUNTKE, T., «The presidentialization of contemporary democratic politics: evidence, causes, and consequences», en *The presidentialization of politics: a comparative study of modern democracies*, Oxford (Oxford University Press), 2005, pp. 344 y ss.

sería especialmente acusado en aquellos países con un sistema bipartidista o fuertemente tendente al bipartidismo, siendo el ejemplo paradigmático la formación de los denominados «shadow cabinets» (gabinetes en la sombra) liderados por el jefe de la oposición en los sistemas de tipo Westminster, con Reino Unido como principal exponente.

Finalmente, aparecería un último factor que contribuiría a la personalización del voto, la tendencia de los líderes españoles a ser, al mismo tiempo, candidatos a la presidencia y líderes de sus respectivos partidos políticos²⁴. Esta pauta general en el sistema organizativo de los partidos españoles se situaría en oposición a modelos de «bicefalia» predominantes en otros países en los que se daría una distinción clara entre el líder del partido y el candidato a la presidencia.

III. LA EVOLUCIÓN DE PODEMOS

En el marco del sistema político español surge un punto y aparte en la crisis económica de 2008, que va a revolucionar el sistema de partidos tradicional. Movimientos sociales como el 15-M van a plantear una enmienda a gran parte de las «reglas de juego» de la democracia en este país.

Algunos analistas y académicos han querido ver en este movimiento al germen del que posteriormente surgiría el partido político Podemos. Otros, como el politólogo José Ignacio Torreblanca, llevan a cabo un planteamiento más complejo. Si bien no restan importancia a la influencia del movimiento 15-M en el surgimiento del partido²⁵, tienden a considerarlo como un factor más entre muchos otros, entre los que se encontrarían el propio «tirón mediático» del fundador, Pablo Iglesias, que contaba ya en esa época con una serie de programas en pequeños medios de comunicación online (La Tuerka, Fort Apache, etc.) que le permitieron convertirse en un hábil comunicador político. Posteriormente, Iglesias se convertiría en una suerte de icono televisivo gracias a su participación en programas de debate político en prime time, defendiendo ideas similares a las defendidas por los participantes en el 15-M.

La conformación del partido político ligado a la personalidad mediática (Iglesias) tendría su punto culmen con la participación de este en las Elecciones al Parlamento Europeo de 2014, en las que la formación política concurriría con el rostro del líder como emblema en las papeletas. Torreblanca recuerda que, según datos demoscópicos, la implantación homogénea de Podemos por todo el territorio en estas elecciones es debido casi en exclusiva

²⁴ COLOMÉ, G. y LÓPEZ NIETO, L., «The selection of party leaders in Spain: socialist cohesion and opposition turmoil», en *European Journal of Political Research*, vol. 24, núm. 3, 1993, pp. 349 y ss.

²⁵ FERNÁNDEZ-ALBERTOS, J., *Los votantes de Podemos: del partido de los indignados al partido de los excluidos*, Madrid (Catarata), 2015.

a la visibilidad de su líder, que es conocido por aproximadamente un 50% de los electores, frente a la propia formación, que únicamente resulta familiar al 7% de los votantes²⁶.

Los inicios del año 2015 supondrían un freno claro para el crecimiento del partido, debido a factores como la expansión de otro partido de nuevo cuño, Ciudadanos, a nivel nacional. El crecimiento de Ciudadanos sería un hecho especialmente significativo porque supondría el surgimiento de otra formación política novedosa que plantearía críticas al sistema desde una posición más moderada, rompiendo la idea de transversalidad de Podemos²⁷, y situándolo como un partido más claramente situado en la izquierda del eje ideológico.

Tras los claroscuros de las elecciones autonómicas y municipales, con un importante éxito en las grandes ciudades (Madrid, Barcelona, Zaragoza, etc.) a través de fórmulas de coalición en las que se integraría Podemos, y con una desigual implantación entre las diferentes Comunidades Autónomas (contraste, por ejemplo, entre el 20% de los votos obtenidos en las Elecciones a las Cortes de Aragón, y el 8% obtenido en las Elecciones al Parlamento de Extremadura) llegaría la gran cita para la que el partido llevaba preparándose desde su surgimiento, las Elecciones al Congreso de los Diputados de 2015. Los resultados de estas constataron la igualdad de apoyos existentes entre Podemos y el Partido Socialista (distanciados por apenas 300.000 votos).

La imposibilidad de formación de gobierno tras la cita electoral, así como la negativa de Podemos a apoyar la investidura del candidato socialista Pedro Sánchez tras su acuerdo con Ciudadanos, trasladarían la idea de que gran parte de la responsabilidad de la inestabilidad política era debida a las exigencias de Pablo Iglesias y sus decisiones basadas en un cálculo electoralista. En este contexto las expectativas de voto de Podemos caen de cara a unas futuras elecciones y hay quien achaca esto a una devaluación de la figura del propio Pablo Iglesias, otros, por el contrario, apuntan a un peso del líder mucho más discreto de lo imaginado, y a una creciente institucionalización del partido²⁸.

La repetición electoral, y el contexto de caída en las encuestas obliga a Podemos a replantearse su estrategia de cara a las Elecciones de junio de 2016. El primer paso en ese sentido se lleva a cabo con la confirmación de la alianza con Izquierda Unida a través de la coalición Unidos Podemos. Los resultados electorales arrojan a los coaligados un resultado notablemente menor de lo obtenido en diciembre de 2015, cuando ambas formaciones acudieron a las urnas por separado. Los analistas manejan varias opciones para explicar este retroceso, desde la culpabilización a Podemos por la repetición electoral y la no investidura de Pedro Sánchez, que habría llevado a la desmovilización a muchos electores de izquierdas,

²⁶ TORREBLANCA, J.I., *Asaltar los cielos: Podemos o la política después de la crisis*, Barcelona (Debate), 2015.

²⁷ ORRIOLS, L., «La crisis de Podemos en un gráfico», entrada de blog de 27 de abril de 2015. Disponible en <https://www.eldiario.es/piedrasdepapel/crisis-Podemos-grafico_6_381871836.html>.

²⁸ ORRIOLS, L., «Pablo Iglesias, ¿crisis de liderazgo?», entrada de blog de 6 de abril de 2016. Disponible en <https://www.eldiario.es/piedrasdepapel/Pablo-Iglesias-crisis-liderazgo_6_502609764.html>.

al descontento de las bases de Izquierda Unida con la coalición por el menosprecio al que habían sido sometidos por Podemos en las anteriores elecciones²⁹.

Posteriormente, durante los años 2016 y 2017 los datos demoscópicos anuncian nuevas complicaciones para Podemos, ya que muestran serias dificultades de estos para fidelizar al electorado (es el partido con votantes menos fieles, de tal manera que únicamente el 60% de sus votantes en las Elecciones Generales de 2016 repetirían su voto en unos futuros comicios); se produce una «radicalización del electorado» que permanece (más escorado a la izquierda y, por tanto, alejado del centro); y se produce un deterioro de la imagen de Pablo Iglesias como líder y figura visible (puntuación media de 2,67 en el Barómetro del CIS de octubre de 2017, y candidato peor valorado por sus propios electores)³⁰. A la luz de estos datos, surgen teorías que ligan la prolongada caída del partido en los sondeos a la caída en la valoración del líder³¹, mientras que otros consideran que la caída del partido se encuentra estrictamente ligada a la inexistencia de un discurso nacional claro, y la no comprensión de los electores de su planteamiento de resolución ante el problema independentista en Cataluña³².

IV. PROCESO METODOLÓGICO

Para poder lograr el objetivo que se ha propuesto en el apartado anterior se va a partir del análisis de los barómetros que publica periódicamente el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) en los que se pregunta, entre otras muchas cuestiones, por la intención de voto a los diferentes partidos políticos, así como por la valoración de sus líderes. Más concretamente, los objetos de análisis van a ser los barómetros de enero de 2016 (Estudio 3.124), enero de 2017 (Estudio 3.164), y enero de 2018 (Estudio 3.203). La elección de estos no es casual, ya que el barómetro de enero de 2016 es el primero en el que se pregunta por la valoración de Pablo Iglesias, al adquirir Podemos la condición de partido parlamentario, y los barómetros de enero de 2017 y 2018 cuentan con estudios realizados aproximadamente un año y dos años después de esta entrada en el Congreso de los Diputados. Además, el contraste entre los diferentes años va a permitir seguir la evolución de la intención de voto al partido de manera paralela a la valoración del líder, en momentos de crecimiento y retroceso en las encuestas.

²⁹ JURADO, I. y ORRIOLS, L., «¿Qué ha pasado con Unidos Podemos?», entrada de blog de 28 de junio de 2016. Disponible en <https://www.eldiario.es/piedrasdepapel/caida-Unidos-Podemos_6_531656858.html>.

³⁰ JURADO, I., «Tres gráficos preocupantes para Podemos», entrada de blog de 23 de noviembre de 2017. Disponible en <https://www.eldiario.es/piedrasdepapel/graficos-preocupantes-Podemos_6_711188900.html>.

³¹ LLANERAS, K., «El poder menguante de Iglesias y Podemos», El País, 30 de noviembre de 2017. Disponible en <https://elpais.com/politica/2017/11/29/actualidad/1511989327_828617.html>.

³² VILLACAÑAS, J.L., «¿Por qué baja Podemos?», El Mundo, 1 de diciembre de 2017. Disponible en <<https://www.elmundo.es/opinion/2017/12/01/5a204e56ca4741ed5c8b4646.html>>.

Para el análisis de los datos del CIS se ha optado por llevar a cabo una regresión logística binaria. Este tipo de regresión se caracteriza porque requiere la construcción de un modelo complejo a partir del cual se pueden obtener unos resultados de fácil interpretación usando la razón de ventajas o momios. Se ha elegido este tipo de regresión porque la variable dependiente de interés va a ser un variable dicotómica, es decir, una variable cuyos valores asignados solo pueden ser 0 o 1.

La variable dependiente va a ser el voto a Podemos, variable que se ha obtenido tras recodificar la Pregunta «Intención de voto en supuestas elecciones generales» como una variable dicotómica que recoge dos opciones: voto a Podemos (1) o no voto a Podemos (0).

Las variables independientes van a ser de varios tipos. En primer lugar, una serie de variables de tipo político:

Autoubicación ideológica: Medida en la escala del 0 al 10 (siendo 0 la posición más a la izquierda y 10 la posición más a la derecha). Se ha incluido esta variable por ser, en la mayoría de los países de Europa Occidental, la variable que más peso tiene en la decisión de voto. Históricamente se ha considerado al eje izquierda-derecha como un compendio de posiciones ideológicas que facilita la autoubicación del elector en el mismo.

Simpatía por Podemos: Obtenida tras recodificar la Pregunta «Partido político por el que siente más simpatía en las elecciones generales» como una variable dicotómica en la que las opciones son simpatía por Podemos (1) y no simpatía por Podemos (0). La inclusión de esta variable se antoja de especial importancia dado el gran peso que concedieron los teóricos de la Escuela de Michigan a la identificación partidista como factor de decisión de voto.

Valoración de Pablo Iglesias: Medida en la escala de 0 a 10 (donde 0 es la peor puntuación posible y 10 la mejor). Esta variable va a ser especialmente relevante por ser la que hace referencia de manera más directa al objeto de estudio, la importancia del liderazgo en la decisión de voto.

En segundo lugar, se incluyen una serie de variables que tienen que ver con el grupo social de pertenencia. Estas variables poseen gran importancia también, ya que se encuentran ligadas a los postulados de la Escuela de Columbia, que defendía que este tipo de factores son los que explicaban más claramente el voto.

Nivel de estudios: Variable que se ha recodificado creando dos variables dicotómicas: Estudios primarios y sin estudios; y Estudios superiores. En ambos casos el valor 1 representa la pertenencia a la categoría y el valor 0 la no pertenencia. A partir de esta variable se va a poder observar la importancia que tiene el nivel educativo en la decisión de voto.

Estatus socioeconómico: Variable que se ha recodificado creando tres variables dicotómicas: Clase alta/media-alta; Viejas clases medias; y Obreros no cualificados. En todos

los casos el valor 1 representa la pertenencia a la categoría y el valor 0 la no pertenencia. Esta variable va a permitir observar la incidencia de la clase social en el voto.

Religiosidad: Variable que se ha recodificado creando dos variables dicotómicas: No creyentes y ateos; y Creyentes practicantes. En ambos casos el valor 1 representa la pertenencia a la categoría y el valor 0 la no pertenencia. Con esta variable se puede comprobar la influencia que posee la creencia religiosa a la hora de definir el voto.

Finalmente, se han incluido unas variables sociodemográficas, que, aunque generalmente no suelen tener demasiada incidencia sobre la decisión de voto, podrían tenerla en este caso:

Sexo: Pregunta que incluye dos opciones, hombre y mujer. Las teorías sobre el voto afirman que las mujeres suelen decantarse en mayor medida por opciones políticas más cercanas al centro ideológico, con lo que es interesante comprobar la influencia que tiene el sexo en el voto en este caso.

Edad: Medida en escala. La edad ha sido considerada como uno de los factores que mejor explican el voto por los nuevos partidos, considerándose la brecha generacional como una suerte de nuevo clivaje con gran importancia en la decisión de voto. En el caso de Podemos, además, se ha considerado que existe una relación muy estrecha entre juventud y voto por esta opción política.

V. LA INFLUENCIA DE PABLO IGLESIAS COMO CANDIDATO

El elemento de interés del estudio es la importancia de la valoración del líder como condicionante del voto, motivo por el cual, de manera preliminar, se decide realizar una primera exploración de este dato. Así, acudiendo a los datos de los diferentes barómetros del CIS anteriormente señalados se trata de comprobar cuál ha sido la variación del apoyo al líder desde 2016 hasta la actualidad, y cuál ha sido el rumbo paralelo de la intención de voto al partido.

Tabla 1. Evolución de la intención de voto a Podemos y la valoración de Pablo Iglesias.

	Barómetro Enero 2016	Barómetro Enero 2017	Barómetro Enero 2018
Intención directa de voto a Podemos (respuesta espontánea)	18,1%	14,8%	10,3%
Valoración Pablo Iglesias (0-10) (general)	3,78	2,87	2,54
Valoración Pablo Iglesias (0-10) (votantes)	7,54	6,33	5,49

Fuente: Elaboración propia a partir de los Barómetros del CIS de enero de 2016, enero de 2017 y enero de 2018.

En la Tabla 1 se pueden ver algunos datos preliminares que acabarán definiendo el rumbo del estudio a realizar. Entre otras cosas, se observa que, a lo largo del periodo de tiempo estudiado, se produce un descenso significativo de las expectativas de voto del partido político Podemos (desde un punto de partida en el 18% hasta un dato del 10% en el Barómetro más reciente). Además, se puede constatar que esta caída en la intención de voto se da igualmente a partir de la formalización de la coalición entre Podemos e Izquierda Unida, que no parece contribuir a mitigarla.

De manera paralela, se puede ver cómo la figura de Pablo Iglesias como candidato y líder del partido sufre un proceso similar de degradación, no solo entre la población española en general, sino también entre sus propios electores, pasando, entre estos, en apenas dos años, de una nota media de 7,5 a un mero aprobado (5,5).

Sin embargo, como bien es sabido, correlación no implica causalidad, por lo que no sería atinado pretender establecer a priori que la pérdida de apoyo al partido es consecuencia de la peor puntuación del líder. De igual manera, tampoco se podría considerar lo opuesto, es decir, que la caída en intención de voto del partido causara una peor valoración del candidato Pablo Iglesias. Todas estas cuestiones quedarían pendientes de resolución, por lo que sería necesario proceder, sin perder de vista estos datos preliminares, pero sin darlos por plenamente fiables, a un análisis más profundo de la información obtenida por el CIS en sus barómetros.

Tabla 2. Coeficientes estandarizados de la regresión logística.

Variable	Barómetro Enero 2016	Barómetro Enero 2017	Barómetro Enero 2018
Autoubicación ideológica (0-10)	-0,324***	-0,585***	-0,457***
Simpatía por Podemos	4***	3,235***	2,646***
Valoración de Pablo Iglesias (0-10)	0,570***	0,419***	0,420***
Sexo	-0,184	-0,027	0,326
Edad	-0,014	-0,004	-0,016*
Estudios primarios y sin estudios	0,269	-0,678	0,163
Estudios superiores	0,027	-0,044	-0,184
Clase alta y media-alta	-0,160	0,093	0,121
Viejas clases medias	-0,547	0,018	-0,145
Obreros no cualificados	-0,929*	-0,792*	0,064
No creyentes y ateos	0,467	0,158	0,458*
Creyentes practicantes	-0,369	-1,186*	-0,683
Constante	-2,933***	-0,821	-1,906**
Pseudo R cuadrado de Nagelkerke	0,778	0,676	0,575

Niveles de significación estadística: *** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$; + $p < 0,1$.

Fuente: Elaboración propia a partir de los estudios del CIS 3124, 3164 y 3203.

A partir de los resultados de la regresión logística llevada a cabo ya se pueden extraer ideas más interesantes que se procede a enumerar. En primer lugar, se puede apreciar que, respecto al grado de significatividad, únicamente tres variables resultan ser significativas (por encima del 90%) a lo largo de los tres barómetros. Estas variables, además, cuentan, en los tres casos, con el máximo nivel de significatividad (superior al 99%). Las variables son: Autoubicación ideológica; Simpatía por Podemos; y Valoración de Pablo Iglesias (0-10).

Primeramente, la Autoubicación Ideológica muestra un efecto negativo, es decir, conforme la persona se acerca más al 10 (derecha) en la escala, baja la intención de votar a Podemos. Por lo tanto, se puede señalar que, en contraposición a esto, aquellas personas con posiciones más izquierdistas contarán con más probabilidades de votar a Podemos. En cuanto al desarrollo del coeficiente de la variable a lo largo del tiempo, esta crece entre 2016 y 2017, y decrece desde 2017 a 2018.

En segundo lugar, la Simpatía por Podemos produce un efecto positivo, a más simpatía por el partido político, más probabilidad de votar por él. En este caso, sin embargo, se puede ver que se trata de una variable que decae con el transcurso de los años, cada vez parece tener menor influencia sobre la decisión de voto.

En tercer lugar, la Valoración de Pablo Iglesias muestra también un efecto positivo, es decir, una mejor valoración del líder de la formación hace que aumenten las probabilidades de votar por la misma. De manera similar a la Simpatía, la Valoración del líder también parece ser un factor cuyo efecto decae a lo largo del tiempo.

Todas estas ideas que se han podido extraer siguen siendo, sin embargo, demasiado superficiales, y no son capaces de mostrar hasta qué punto la variación de cada una de estas variables (Ideología, Simpatía y Valoración del líder) tienen incidencia sobre la decisión de voto a Podemos. Por lo tanto, y de cara a obtener unos resultados definitivos que sean capaces de ilustrar sobre esta cuestión, se ha llevado a cabo un cálculo de probabilidades predichas, a partir de los coeficientes estandarizados obtenidos en la regresión, de tal manera que se obtenga una probabilidad (medida en %) de voto a Podemos dependiendo de la alteración de estas variables.

Para el cálculo de las probabilidades predichas se ha llevado a cabo un perfil de votante medio, de tal manera que las variables que no se desean investigar permanezcan inalteradas al tiempo que se van modulando los valores de las variables objeto de estudio.

Así, se ha estimado como votante tipo un varón con una edad cercana a la media de la población (45 años), con un nivel de estudios medio, con estatus de obrero cualificado (categoría a la que pertenecen un mayor número de encuestados), y que se considera como creyente no practicante (autodefinición más común del global de la población).

Tras trazar este perfil, a través del mantenimiento de las variables no de interés con valores fijos, se procede a ir modulando los valores de las variables de interés en los diferentes barómetros, para ver de qué manera esto influye en la probabilidad de voto a Podemos, y

cómo varía la influencia de estas variables a lo largo del tiempo. Así, la variable Autoubicación Ideológica se ha variado entre los valores 0 y 5, ya que se ha considerado que, dado que Podemos es un partido ubicado en la izquierda del eje ideológico, no resultaba relevante para la investigación la inclusión de aquellos pocos casos de votantes que se situaban en la derecha (posiciones 6 a 10); la variable Simpatía por Podemos se ha variado entre existencia (1) o inexistencia (0) de tal simpatía; y la variable Valoración de Pablo Iglesias se ha variado entre la valoración más baja del mismo (0) y la más elevada (10), repitiéndose estos procesos de variación en los diferentes barómetros. Las diferentes variaciones y combinaciones de valores han arrojado unos resultados que resultan especialmente interesantes para la investigación.

Tabla 3. Cálculo de probabilidades 2016.

Ideología	Simpatía	Valoración	Probabilidad
1	Sí	10	99%
5	Sí	10	98%
1	Sí	5	94%
5	Sí	5	81%
1	Sí	0	48%
5	Sí	0	20%
1	No	10	83%
5	No	10	58%
1	No	5	22%
5	No	5	7%
1	No	0	1%
5	No	0	0%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CIS.

Tabla 4. Cálculo de probabilidades 2017.

Ideología	Simpatía	Valoración	Probabilidad
1	Sí	10	99%
5	Sí	10	97%
1	Sí	5	97%
5	Sí	5	80%
1	Sí	0	83%
5	Sí	0	32%
1	No	10	93%
5	No	10	56%
1	No	5	62%
5	No	5	13%
1	No	0	16%
5	No	0	2%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CIS.

Tabla 5. Cálculo de probabilidades 2018.

Ideología	Simpatía	Valoración	Probabilidad
1	Sí	10	98%
5	Sí	10	90%
1	Sí	5	88%
5	Sí	5	54%
1	Sí	0	47%
5	Sí	0	12%
1	No	10	81%
5	No	10	40%
1	No	5	34%
5	No	5	7%
1	No	0	6%
5	No	0	1%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CIS.

Analizando en primer lugar las probabilidades correspondientes al año 2016 se observa que la variable Valoración de Pablo Iglesias resulta ser la que posee una mayor capacidad de influencia sobre la decisión de voto, ya que incluso situándose en el peor escenario posible del cálculo (una persona que no simpatizara con Podemos y se situara en el valor 5 del eje ideológico), la valoración con una puntuación de 10 a Pablo Iglesias implicaría un 58% de posibilidades de votar a Podemos. Sin embargo, en los peores escenarios tanto para la variable Simpatía por Podemos, como para la variable Autoubicación Ideológica, estas demuestran tener mucha menos capacidad, por sí solas de decantar el voto de un elector por el partido político Podemos.

En segundo lugar, respecto a las probabilidades calculadas para el barómetro del año 2017, se observan cambios interesantes que merece la pena señalar. En este caso, la variable Valoración de Pablo Iglesias sigue teniendo una influencia muy grande, prácticamente idéntica a lo observado en 2016, ya que en el peor de los escenarios previstos logra una probabilidad de voto del 56% (siendo 10 la Valoración de Iglesias). Sin embargo, resulta interesante resaltar que la variable Autoubicación Ideológica crece especialmente en su capacidad de influencia sobre el voto, así, mientras que en el anterior barómetro (2016) su aporte en el peor de los escenarios (no simpatía por Podemos, y valoración con 0 puntos a Pablo Iglesias) era una probabilidad del 1%, en 2017 esta aumenta hasta el 16%. Este dato sigue lejos de las cifras de influencia de la Valoración de Pablo Iglesias, pero nos indica que la Autoubicación ideológica ha sido un factor que ganó importante peso entre 2016 y 2017 a la hora de decidir votar o no a Podemos.

En tercer y último lugar, en referencia a las probabilidades estimadas a partir del barómetro del año 2018, nuevamente se producen cambios sustanciales. Así, se puede ver

como la influencia de la variable Valoración de Pablo Iglesias en el peor escenario posible cae hasta un 40% de probabilidades (desde las cifras de 58% y 56% obtenidas en los anteriores barómetros), lo cual nos indica que entre 2017 y 2018 se ha reducido el peso de este factor como condicionante del voto a Podemos. Igualmente se reduce la importancia de la Autoubicación ideológica y de la Simpatía por Podemos, lo cual iría en la línea con la pérdida de electores experimentada por el partido a lo largo del último año.

Trazando una comparativa más general de todos los datos se podría afirmar que, desde el año 2016 hasta la actualidad, se ha reducido, de manera general, tanto la influencia de la Valoración de Pablo Iglesias, como la de la Simpatía por Podemos, y que el factor de voto cuya capacidad de determinación de este ha aumentado durante este periodo de tiempo ha sido la autoubicación ideológica. A lo largo de las conclusiones se abordarán de manera más profunda las posibles causas de estos cambios.

VI. CONCLUSIONES

A lo largo del presente trabajo se han estudiado las motivaciones de voto de los electores del partido político Podemos, y cómo estas han podido variar a lo largo de los tres últimos años (2016, 2017 y 2018). La finalidad última de esta investigación ha sido comprobar el grado de importancia que poseía la valoración del candidato como condicionante del voto. Una vez analizadas en profundidad una serie de variables (sociodemográficas, identificación partidista, autoubicación ideológica, valoración del líder del partido, etc.) se ha podido constatar que la valoración que los electores hacen del líder del partido (Pablo Iglesias), puntuándolo de 0 a 10, es una de las variables con mayor importancia en la decisión de voto. No se puede afirmar de manera rotunda que sea el factor más importante, ya que la ideología y la simpatía partidista cuenta con un peso similar, pero sí que se confirma que estas tres variables son las que poseen una mayor capacidad explicativa del voto.

El estudio de los diferentes barómetros ha permitido comprobar también que estos factores han sufrido cambios a lo largo del tiempo. Si bien inicialmente la valoración del líder/candidato era claramente la variable más predictiva (2016 y 2017), en 2018 esta ha sufrido una importante caída, si bien continúa siendo la que cuenta con más capacidad de influencia. Además, la ideología ha sido, durante el periodo de tiempo estudiado, la única variable que ha crecido de manera clara en su capacidad explicativa del voto a Podemos.

Se ha podido acreditar, por tanto, la estrecha relación existente entre voto y valoración del candidato, como un rasgo definitorio del voto al partido político Podemos. Por ello, volviendo a los datos observados en la Tabla 1, sí que podría acreditarse que el descenso en la intención de voto a Podemos en los últimos tiempos ha sido causado en una importante medida por la peor valoración de Pablo Iglesias.

Por otro lado, y sin entrar en conflicto con lo anterior, se ha podido probar también que, si bien inicialmente la valoración del líder era claramente el factor más determinante

del voto a Podemos, hoy en día la ideología, con su senda creciente, parece querer compartir ese papel. Se podría estimar, a partir de esta evidencia, que durante la realización del primer barómetro (2016), el electorado de Podemos era ideológicamente más transversal, siendo su punto de unión la valoración del líder. Sin embargo, a lo largo de los años posteriores el electorado más centrista o moderado habría dejado de apoyar al partido, con lo que los electores actuales serían personas más claramente situadas en la izquierda del eje ideológico (posiciones del 0 al 4).

Esta pujanza de la ideología como factor explicativo del voto podría entenderse por el partido como un valor positivo o negativo, dependiendo de su estrategia a adoptar. Por un lado, su electorado es hoy en día menos transversal y más ideológico, pero la propia formación política se encuentra también más institucionalizada, y dependen en menor medida de un candidato en concreto para recibir el apoyo de sus votantes. Por otro lado, esta «radicalización» de su electorado, quedando reducido a las personas más izquierdistas, podría suponer un problema para el partido a la hora de «ensanchar» su base de votantes tratando de hacerse ver como un partido con posibilidades de gobernar. De alguna manera, esto nos indica que el partido cuenta con una base más sólida, lo cual le refuerza de cara a consolidarse dentro del sistema de partidos español, y al mismo tiempo se encuentra en una posición más escorada en lo ideológico, lo que dificultaría sus posibilidades de llegar a ser un partido con capacidad de liderar un gobierno, salvo que se produjera el desplome de su principal competidor en la izquierda/centroizquierda: el Partido Socialista Obrero Español (PSOE).

Enlazando con lo expuesto a lo largo del marco teórico, se constataría que, en línea con lo estudiado por Rico en «*Líderes políticos, opinión pública y comportamiento electoral en España*», o a lo descrito por estudios más recientes³³³⁴, la valoración de los candidatos es uno de los factores más determinantes del voto en la actualidad. Las ideas iniciales que situaban este fenómeno como propio exclusivamente del contexto político norteamericano, o muy estrechamente ligado a los sistemas políticos presidencialistas parecen haber quedado superadas, al menos en referencia a un partido de nuevo cuño como Podemos. La aplicabilidad o no de esas tesis a otros partidos de recién surgimiento como Ciudadanos, o los más consolidados Partido Popular y Partido Socialista, sería objeto ya de otro estudio que, volviendo a lo expresado al inicio, excede las posibilidades del presente trabajo, aunque sus resultados serían muy interesantes para comprobar si las teorías sobre la personalización del voto han adquirido un papel más relevante en el sistema político español.

³³ MATA, T. y M. ORTEGA, «Liderazgo y voto: La influencia de los líderes en tres elecciones autonómicas», en *Revista Española de Ciencia Política*, núm. 31, 2013, pp. 123 y ss.

³⁴ SÁNCHEZ-FERRER, L. y J. BERZOSA-ALONSO, «Líderes autonómicos y voto en las comunidades autónomas bipartidistas (2007-2011)», en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, núm. 154, 2016, pp. 137 y ss.

VII. BIBLIOGRAFÍA

- BERELSON, B., LAZARFELD, P. y MCPHEE, W., *Voting: a study oflector formation in a presidential campaign*, Chicago (University of Chicago Press), 1954.
- CAMPBELL, A. y KAHN, R. L., *The people elect a President*, Michigan (University of Michigan Press), 1952.
- CAMPBELL, A., CONVERSE, P. E., MILLER, W. y STOKES, D., *The American Voter*, Chicago (University of Chicago Press), 1960.
- CAMPBELL, A., GURIN, G. y MILLER, W., *The Voter Decides*, Evanston (Row Peterson), 1954.
- COLOMÉ, G. y LÓPEZ NIETO, L., «The selection of party leaders in Spain: Socialist cohesion and opposition turmoil», en *European Journal of Political Research*, vol. 24, núm. 3, 1993, pp. 349-360.
- DOWNS, A., *An Economic Theory of Democracy*, New York (Harper), 1957.
- FERNÁNDEZ-ALBERTOS, J., *Los votantes de Podemos: del partido de los indignados al partido de los excluidos*, Madrid (Catarata), 2015.
- GUNTHER, R., *Política y cultura en España*, Madrid (Centro de Estudios Constitucionales), 1992.
- GUNTHER, R., SANI, G. y SHABAD, G., *El sistema de partidos políticos en España: génesis y evolución*, Madrid (Centro de Investigaciones Sociológicas), 1986.
- HEYWOOD, P., «Governing a new democracy: the power of the prime minister in Spain», en *West European Politics*, vol. 14, núm. 2, 1991, pp. 97-115.
- JURADO, I. y ORRIOLS, L., «¿Qué ha pasado con Unidos Podemos?», entrada de blog de 28 de junio de 2016. Disponible en <https://www.eldiario.es/piedrasdepapel/caida-Unidos-Podemos_6_531656858.html>.
- JURADO, I., «Tres gráficos preocupantes para Podemos», entrada de blog de 23 de noviembre de 2017. Disponible en <https://www.eldiario.es/piedrasdepapel/graficos-preocupantes-Podemos_6_711188900.html>.
- LAZARFELD, P., BERELSON, B. y GAUDET, H., *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, New York (Columbia University Press), 1944.
- LINZ, J.J., «Consideraciones finales», en *Crisis y cambio: Electores y partidos en la España de los años ochenta*, Madrid (Centro de Estudios Constitucionales), 1986.

- LLANERAS, K., «El poder menguante de Iglesias y Podemos», *El País*, 30 de noviembre de 2017. Disponible en <https://elpais.com/politica/2017/11/29/actualidad/1511989327_828617.html>.
- MAIR, P., *Gobernando el vacío*, Madrid (Alianza), 2015.
- MANIN, B., *Los principios del gobierno representativo*, Madrid (Alianza), 1998.
- MATA, T. y ORTEGA, M., «Liderazgo y voto: la influencia de los líderes en tres elecciones autonómicas», en *Revista Española de Ciencia Política*, núm. 31, 2013, 123-152.
- MONTABES, J., «El Gobierno», en *Política y gobierno en España*, Valencia (Tirant lo Blanch), 1997, pp. 165-214.
- MÜLLER, W.C., «Political parties in parliamentary democracies: making delegation and accountability work», en *European Journal of Political Research*, vol. 37, núm. 3, 2000, pp. 309-333.
- ORRIOLS, L., «La crisis de Podemos en un gráfico», entrada de blog de 27 de abril de 2015. Disponible en <https://www.eldiario.es/piedrasdepapel/crisis-Podemos-grafico_6_381871836.html>.
- ORRIOLS, L., «Pablo Iglesias, ¿crisis de liderazgo?», entrada de blog de 6 de abril de 2016. Disponible en <https://www.eldiario.es/piedrasdepapel/Pablo-Iglesias-crisis-liderazgo_6_502609764.html>.
- RAMIRO, L. y GÓMEZ, R., «Radical-Left Populism during the Great Recession: Podemos and Its Competition with the Established Radical Left», en *Political Studies*, núm. 65, 2016, pp. 108-126.
- RAMIRO, L. y GÓMEZ, R., «The limits of organizational innovation and multi-speed membership: Podemos and its new forms of party membership», *Party Politics*, 2017.
- RICO, G., *Líderes políticos, opinión pública y comportamiento electoral en España*, Madrid (Centro de Investigaciones Sociológicas), 2009.
- SÁNCHEZ-FERRER, L. y BERZOSA-ALONSO, J., «Líderes autonómicos y voto en las comunidades autónomas bipartidistas (2007-2011)», en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, núm. 154, 2016, pp. 137-160.
- SARTORI, G., *Videopolítica: medios, información y democracia de sondeo*, Madrid (Fondo de Cultura Económica de España), 2003.
- TORREBLANCA, J.I., *Asaltar los cielos: Podemos o la política después de la crisis*, Barcelona (Debate), 2015.

- VAN BIEZEN, I. y HOPKIN, J., «The presidentialization of Spanish democracy: sources of prime ministerial power in post-Franco Spain», en *The presidentialization of politics: a comparative study of modern democracies*, Oxford (Oxford University Press), 2005.
- VILLACAÑAS, J.L., «¿Por qué baja Podemos?», *El Mundo*, 1 de diciembre de 2017. Disponible en <<https://www.elmundo.es/opinion/2017/12/01/5a204e56ca4741ed5c8b4646.html>>.
- WATTENBERG, M.P., *The rise of candidate-centered politics: presidential elections of the 1980s*, Cambridge (Harvard University Press), 1991.
- WEBB, P. y POGUNTKE, T., «The presidentialization of contemporary democratic politics: evidence, causes, and consequences», en *The presidentialization of politics: a comparative study of modern democracies*, Oxford (Oxford University Press), 2005.

