

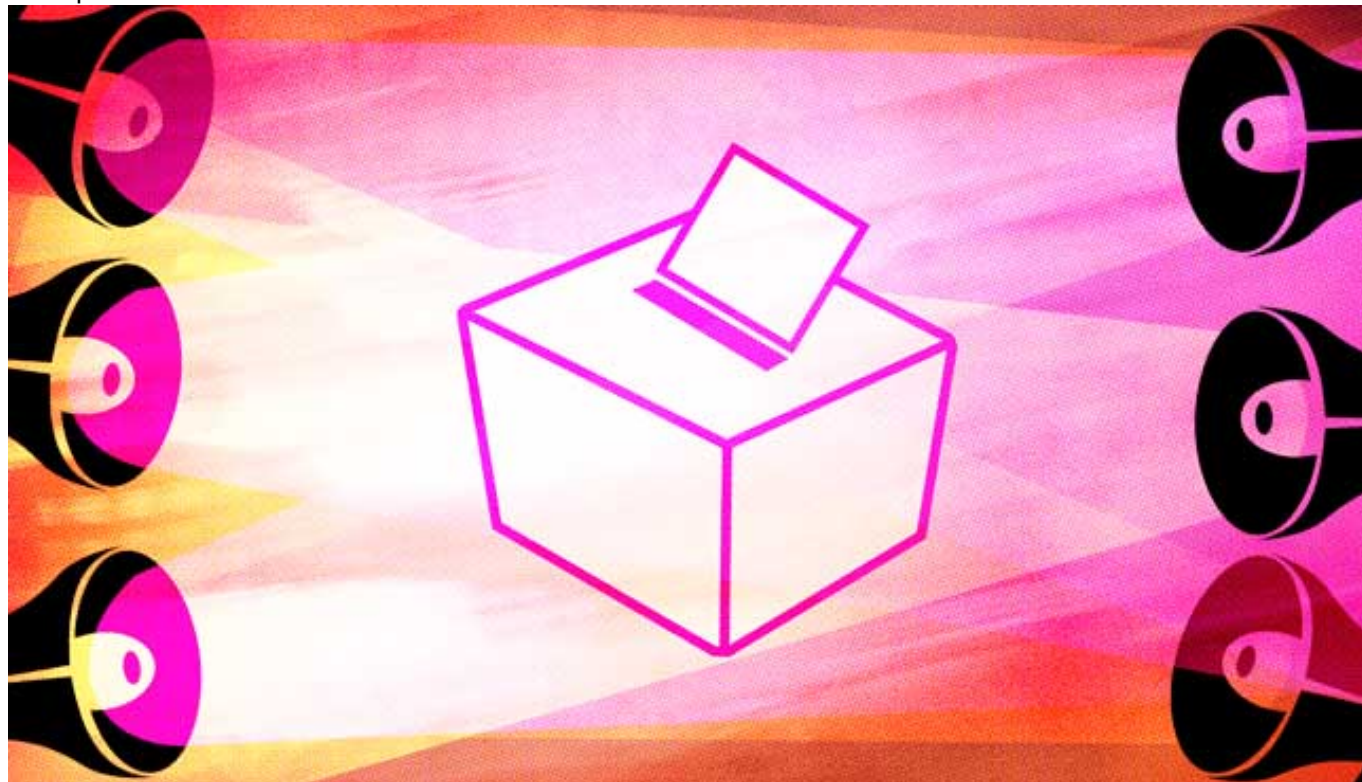
[Si me conoce, vóteme: el líder carismático y el personalismo](#)

Enviado por María José el Jue, 05/08/2014 - 08:00

Antetítulo portada:

Marketing electoral

Foto portada:



Antetítulo (dentro):

El doble filo de los rostros conocidos en política

Sección principal:

[Panorama](#)

Cuerpo:

La cara del candidato [Pablo Iglesias](#), cabeza de lista de la recién estrenada plataforma de izquierdas Podemos, [acompañará al logo en la papeleta de votación el día 25](#). Muchos pequeños Pablos Iglesias salían de un aparato de televisión [en un desvío de un conocido vídeo de la estrella de música electrónica Aphex Twin](#). La etiqueta #ConPabloPodemos fue difundida en Twitter como parte del calentamiento electoral de una candidatura que [ha recibido la crítica de 'personalista'](#) desde el primer momento de su presentación. Pero un somero repaso al sistema político español muestra que -al menos en esto- Podemos no está sola.

Si se entiende por personalismo **aquel fenómeno en que las preferencias políticas o ideológicas de un dirigente se imponen a las de la organización**, éste domina como mínimo las campañas electorales. "La historia de las campañas es una historia de sus líderes. Esto ya empezó con Suárez, [un hombre que se construyó un partido](#) para poder presentarse a unas elecciones", opina Rafa Rubio, que ha trabajado como consultor en comunicación para el PP y es profesor de Derecho Constitucional en la Universidad Complutense de Madrid. "Desde el principio se entiende, por una cuestión de confianza, que las elecciones van unidas a una cara", señala, y pone como ejemplo el hecho de que en la cartelera de los partidos en las elecciones al Congreso la imagen del candidato elegido en la circunscripción local siempre vaya acompañada del cabeza de lista.

En 2004 esta arma de doble filo le jugó al PP una mala pasada, según la investigadora Lucía

Picarella, que ha estudiado [los procesos de presidencialización y personalismo en el sistema político español](#). En la campaña que finalmente llevaría a Zapatero a la presidencia, **la “fuerte presencia” de Aznar en acompañamiento del candidato Rajoy** “ofuscó completamente al candidato popular a la presidencia del Gobierno, ayudando a difundir una imagen de debilidad y bicefalia interna”, escribía la politóloga. El expresidente y miembro de la fundación FAES ha vuelto a ofrecerse para la campaña de Cañete en las europeas, y la tibieza del partido –que finalmente le ofreció participar en un mitin en La Rioja– se ha interpretado como otro gesto del entorno de Rajoy para distanciarse de su mentor.

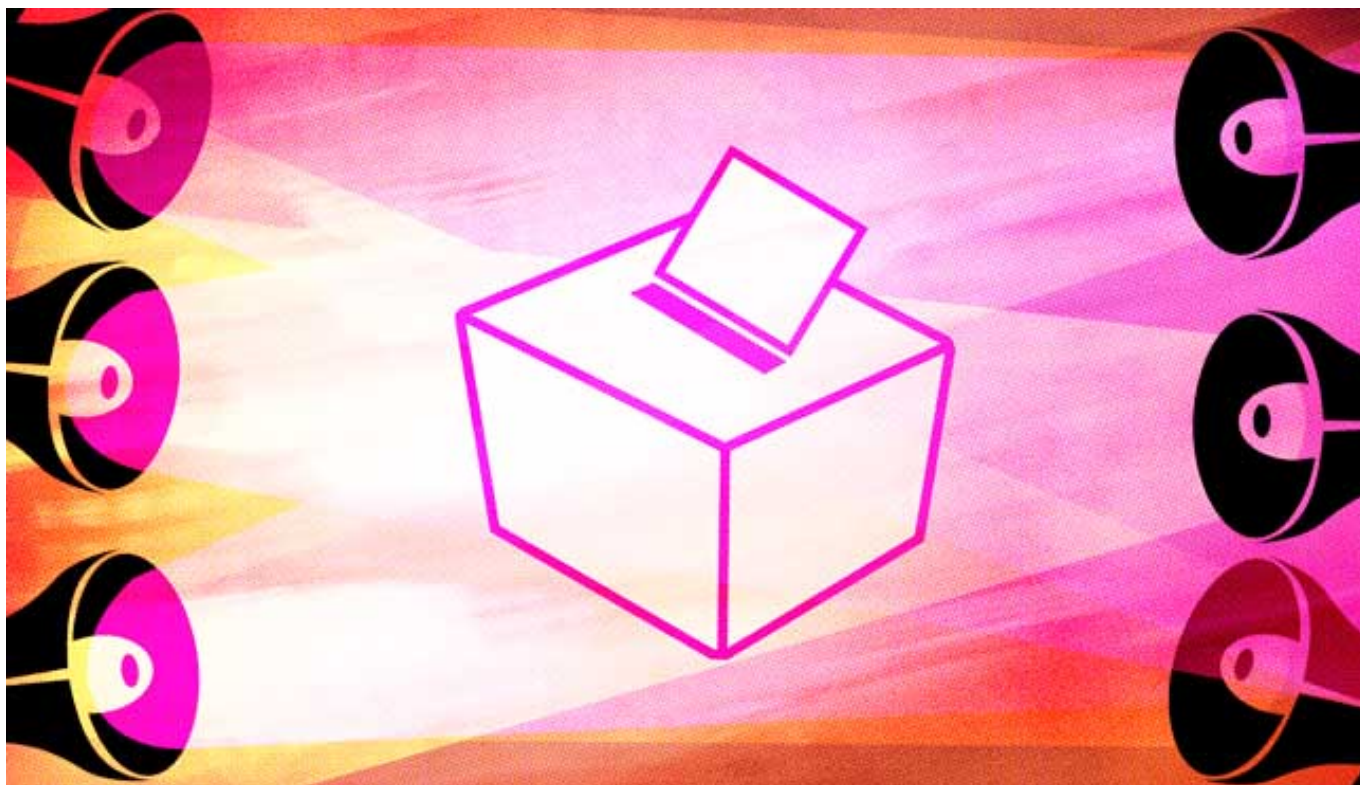
El politólogo e impulsor de la iniciativa de Podemos, [Íñigo Errejón](#), se declara **consciente del doble filo que puede representar un excesivo peso de la imagen del dirigente con respecto a la organización**. La candidatura, explica a DIAGONAL, “tiene como disparador la visibilidad mediática del candidato número 1 para las elecciones europeas”. Pero, opina, el “mayor riesgo para nosotros es la invisibilidad, la no existencia”, si bien concede que esta dependencia con respecto a Iglesias “se debe corregir con el tiempo”.

Un problema estructural

Más allá de las elecciones, en los dos principales partidos la tendencia al personalismo es clara, si bien con matices, opina Picarella. En el PP éste se desprende claramente de su organización, donde **el presidente elige personalmente a un tercio del comité ejecutivo**, que además coincide con la comisión ejecutiva permanente del partido. El máximo órgano de la estructura, el Congreso Nacional, lo convoca una junta directiva cuyo primer puesto también coincide con la presidencia del PP. Ésta controla también a los grupos parlamentarios. En el caso del PSOE, escribe Picarella, “el nivel de personalización ha sido alto”, si bien “existen interesantes restricciones 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”. Para Rubio, no obstante, “el PSOE está marcado desde el congreso de Suresnes por el personalismo de Felipe González, líder total y absoluto que hace y deshace, **ZP hereda ese modelo y se llega a un techo con Rubalcaba** que tendrá que ser resuelto en las primarias”.

Una excepción a esta tendencia sería IU, al menos desde el punto de vista y la práctica del electorado. “En IU ha habido campañas en las que la personalidad del líder se ha ido difuminando. Quizá su electorado se identifica más con una ideología y es más independiente de las personas”, señala Rubio. **La influencia de los candidatos de PCE/IU sobre las decisiones de voto de las y los votantes**, indicaba un estudio de 2005 del profesor Guillem Rico citado por Picarella, se mantuvo en niveles bajos entre 1979 y 2004 –quienes valoraban positivamente a sus candidatos tenían sólo un 20% más de probabilidades de votar por IU/PCE que quienes compartían la misma opinión del partido pero valoraban peor al líder, mientras que en 2004 quienes valoraban más positivamente a Zapatero eran un 84% más proclives a votar por el PSOE que quienes no valoraban tanto a este dirigente–.

Según Rubio, dependiendo de las circunstancias –por ejemplo, si las encuestas muestran desde el principio poca probabilidad de victoria–, el cambio en los índices de conocimiento y valoración de una candidatura “son dos índices tremendamente relevantes que tratas de trabajar durante la campaña”. Para este analista, **las primarias y las municipales serán respectivamente para el PSOE y el PP la palanca** con la que tratarán de movilizar a su núcleo duro de simpatizantes para movilizar más efectivamente a su electorado potencial.



Temáticos:

[número 222](#)

[elecciones europeas](#)

[partidos políticos](#)

Geográficos:

[Estado español](#)

Nombres propios:

[Pablo Iglesias](#)

[Íñigo Errejón](#)

[Podemos](#)

[PSOE](#)

[PP](#)

[Izquierda Unida](#)

Edición impresa:

Licencia:

[CC-by-SA](#)

Posición Media:

Cuerpo del artículo

Compartir:

Tipo Artículo:

Normal

Autoría foto:

[Pedro Peinado](#)

Info de la autoria:

Redacción

Autoría:

[Diego Sanz Paratcha](#)