

ACTUAL

78 2018



Líderes políticos y calendario electoral

Un análisis de la percepción de la
población andaluza



Centro de Estudios Andaluces
**CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA,
ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA**

IDAD

LA FUNDACIÓN CENTRO DE ESTUDIOS ANDALUCES ES UNA ENTIDAD DE CARÁCTER CIENTÍFICO Y CULTURAL, SIN ÁNIMO DE LUCRO, ADSCRITA A LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA. ENTRE NUESTROS OBJETIVOS FUNDACIONALES SE ESTABLECEN EL FOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, LA GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO SOBRE LA REALIDAD SOCIAL, ECONÓMICA Y CULTURAL DE ANDALUCÍA Y LA DIFUSIÓN DE SUS RESULTADOS EN BENEFICIO DE TODA LA SOCIEDAD.

NUESTRO COMPROMISO CON EL PROGRESO DE ANDALUCÍA NOS IMPULSA A LA CREACIÓN DE ESPACIOS DE INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTO CON LA COMUNIDAD CIENTÍFICA E INTELLECTUAL Y CON LA CIUDADANÍA EN GENERAL, Y A LA COLABORACIÓN ACTIVA CON LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS QUE INFLUYEN EN EL DESARROLLO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA.

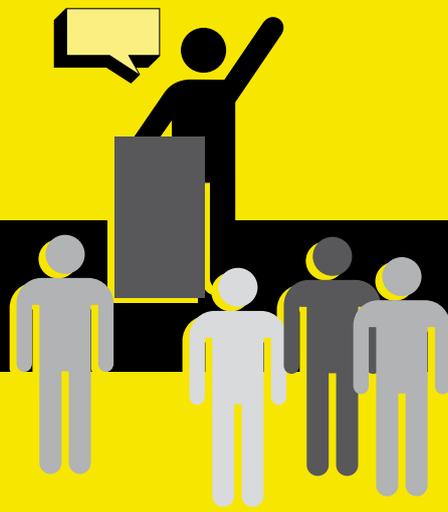
LA COLECCIÓN ACTUALIDAD FORMA PARTE DEL CATÁLOGO DE PUBLICACIONES CIENTÍFICAS DE LA FUNDACIÓN Y ESTÁ DESTINADA TANTO AL LECTOR ESPECIALIZADO COMO A LA OPINIÓN PÚBLICA EN GENERAL. CADA UNA DE SUS EDICIONES SE ESTRUCTURA COMO INFORMES MONOGRÁFICOS PARA EL FOMENTO DE LA REFLEXIÓN Y EL ANÁLISIS SOBRE ASPECTOS DE RELEVANCIA PARA LA SOCIEDAD ANDALUZA DEL SIGLO XXI.

LAS OPINIONES PUBLICADAS POR LOS AUTORES EN ESTA COLECCIÓN SON DE SU EXCLUSIVA RESPONSABILIDAD.

© Del texto: Fátima Recuero López, 2018
© De la edición: Fundación Pública Andaluza
Centro de Estudios Andaluces, mayo de 2018
Bailén 50, 41001 Sevilla.
Tel.: 955 055 210. Fax: 955 055 211
www.centrodeestudiosandaluces.es

Depósito Legal: SE-1688-05
I.S.S.N.: 1699-8294

Ejemplar Gratuito. Prohibida su venta.



Líderes políticos y calendario electoral

Un análisis de la percepción de la
población andaluza

FÁTIMA RECUERO LÓPEZ
Universidad Pablo de Olavide

Este documento es una síntesis de la tesis *El efecto de los líderes políticos sobre el voto desde una perspectiva multinivel: Elecciones de primer y segundo orden en Andalucía, 2004-2016*, que obtuvo el Primer Premio en el Premio Tesis 2017 que convoca el Centro de Estudios Andaluces.

ÍNDICE

1. Introducción	7
2. La popularidad de los líderes a lo largo de su mandato.....	8
2.1. Los líderes políticos nacionales	8
2.1.1. El presidente nacional	8
2.1.2. El líder del principal partido de la oposición nacional	12
2.2. Los líderes políticos autonómicos.....	17
2.2.1. El presidente autonómico	17
2.2.2. El principal líder de la oposición autonómica.....	20
3. La popularidad de los líderes a lo largo de sus carreras políticas	23
3.1. Los líderes políticos nacionales	23
3.2. Los líderes políticos autonómicos.....	25
4. Conclusiones	26
5. Bibliografía.....	28

1. Introducción

La relación entre los líderes políticos y la ciudadanía es esencial en el seno de cualquier sistema democrático. Sin embargo, no conocemos en profundidad cómo la ciudadanía percibe a sus líderes. Ello se debe a que el liderazgo político no ha sido un objeto de atención preferente de la investigación académica en nuestro país hasta los últimos años. La fortaleza de los anclajes tradicionales del voto, como la identificación partidista y la ideología, en España, y especialmente en Andalucía, ha propiciado que se considere que los líderes políticos no eran determinantes en el escenario político. Sin embargo, el declive de esas bases tradicionales del voto, como demostraría la reciente transformación del comportamiento electoral tanto a nivel nacional como regional, supone que los factores coyunturales, como los candidatos, adquieran relevancia en la vida política de nuestro país.

Como consecuencia de ello, cada vez se publican más investigaciones en las que se examina el efecto que los líderes políticos ejercen sobre el voto. De esta manera, se pretende conocer el papel que juegan los candidatos en la decisión electoral de la ciudadanía. En este sentido, y desde el pionero estudio de Rico (Rico, 2009), la mayoría de las aportaciones existentes se han centrado en indagar sobre el impacto de los líderes nacionales en las elecciones generales. La importancia del poder que hay en juego en este tipo de consultas, las cuales son consideradas como elecciones de primer orden (Reif y Schmitt, 1980), ha supuesto que la atención académica se dirija a analizar la incidencia de los candidatos nacionales en ellas. No obstante, en los sistemas multinivel las arenas políticas subnacionales gozan también de un elevado nivel de autogobierno. Ello es especialmente palpable en nuestro país con la configuración del Estado autonómico. De esta manera, las elecciones regionales se han convertido también en una cita política de gran importancia, teniendo los representantes autonómicos el control de importantes competencias. En consonancia con esta realidad, el examen del impacto electoral de los candidatos autonómicos comienza también a estar presente en las contribuciones más recientes. Sin embargo, estas son aún prácticamente inexistentes en Andalucía, debido al peso que mantendrían los anclajes tradicionales del voto (Ortega y Montabes, 2011).

Por tanto, si bien empezamos a conocer el efecto de los líderes políticos sobre el voto, no contamos con la misma información respecto a la percepción en sí que tiene la ciudadanía de sus representantes políticos. A este respecto, no contamos con estudios que examinen de manera comprehensiva cómo la ciudadanía percibe a sus líderes. Esta cuestión sólo ha sido examinada en nuestro país de forma tangencial y previa al análisis del efecto

electoral de los líderes nacionales y regionales en convocatorias concretas (Torcal y Montero, 1991; Caínzos y Jiménez, 2003; Rico, 2014). Asimismo, las escasas contribuciones que se centran en indagar únicamente en la percepción de los candidatos se circunscriben a un momento temporal determinado (Robles *et al.*, 2008). Esta ha sido también la estrategia adoptada a nivel comparado (Curtice, 2006).

No obstante, en el ámbito internacional sí se ha profundizado en esta materia incluyendo la perspectiva temporal, es decir, se ha analizado la percepción que la ciudadanía se conforma de los líderes a lo largo de tiempo. La gran mayoría de estas contribuciones provienen de Estados Unidos, debido a la relevancia que tiene el presidente del país en el seno de su sistema político (Popkin *et al.*, 1976). De este modo, se ha apuntado que la popularidad del presidente tiende a declinar a lo largo de su mandato (Mueller, 1970). Otros autores apuntan que la valoración presidencial seguiría una evolución cíclica. En este sentido, se señala que el declive que experimentaría la popularidad del presidente durante su mandato se recuperaría al final del mismo (Stimson, 1976). De modo similar, se ha indicado que el presidente experimentaría una fase de luna de miel o euforia postelectoral, por la que incrementaría su valoración tras ganar las elecciones (Norpoth, 1984). Sin embargo, la evolución de la popularidad del resto de líderes no ha sido prácticamente analizada. En lo que respecta a nuestro país, esta perspectiva temporal no ha sido incorporada a las investigaciones existentes, algo necesario para determinar si la valoración de los representantes políticos presenta o no un patrón cíclico.

Si bien empezamos a conocer el efecto de los líderes políticos sobre el voto, no contamos con estudios que examinen de manera comprehensiva cómo la ciudadanía percibe a sus líderes. No obstante, en el ámbito internacional sí se ha analizado la percepción que la ciudadanía se conforma de los líderes a lo largo de tiempo

Por tanto, más allá de examinar la valoración que los individuos hacen de sus representantes políticos en un momento determinado, especialmente en contextos electorales, es necesario indagar sobre la evolución de dicha percepción a lo largo del tiempo. Entendemos por percepción de los líderes la valoración o popularidad que los mismos obtienen por parte de la ciudadanía. Los líderes políticos ejercen sus funciones durante un mandato definido temporalmente, siendo este el periodo comprendido entre dos convocatorias electorales. En consonancia, en este estudio se analiza la evolución de la popularidad de los representantes políticos a lo largo de su mandato. En la imagen que la ciudadanía se conforma de los líderes el calendario electoral podría jugar un papel fundamental, dependiendo de la cercanía de cada momento del mandato con la siguiente cita electoral. Por ello, a través de este análisis puede determinarse si existen pautas de continuidad en la percepción de los líderes o si esta depende, por el contrario, de factores coyunturales sin seguir un patrón de evolución definido.

Con dicho propósito, en el presente trabajo se examina la evolución de la popularidad de los líderes nacionales y regionales a lo largo de sus respectivos mandatos, centrándonos para ello en el ámbito andaluz. De este modo, se observa la valoración que la población andaluza realiza de sus representantes nacionales y regionales. Ello permite comparar si la percepción que la ciudadanía tiene de los líderes varía o no dependiendo del nivel de gobierno en el que ejerzan su labor política. Además de ello, se analiza de manera general la evolución de la popularidad de ambos tipos de líderes a lo largo de sus carreras políticas, englobando así todos los mandatos a los que han concurrido. En este trabajo se utilizan los datos del Centro de Análisis y Documentación Política y Electoral de Andalucía (CADPEA).

El marco temporal definido para esta tarea comprende el periodo 2004-2016, lo que supone la existencia de cuatro mandatos concluidos para los líderes nacionales y de tres mandatos finalizados para los líderes autonómicos.

2. La popularidad de los líderes a lo largo de su mandato

En este apartado se examina cómo evoluciona la popularidad de los líderes a lo largo de su mandato. Dicho de otro modo, se observa cómo varía la valoración que la ciudadanía andaluza hace de sus representantes políticos durante el periodo comprendido entre dos convocatorias electorales del mismo nivel de gobierno. Este análisis se divide en dos partes. Por un lado, se presenta la evolución de la popularidad de los líderes nacionales y, por otra, la de los líderes regionales. En ambos casos, se analiza la percepción del presidente y del líder del principal partido de la oposición durante los mandatos comprendidos en el periodo 2004-2016, ya que ambos rivalizan por el cargo representativo de mayor importancia en sus respectivos niveles territoriales.

2.1. Los líderes políticos nacionales

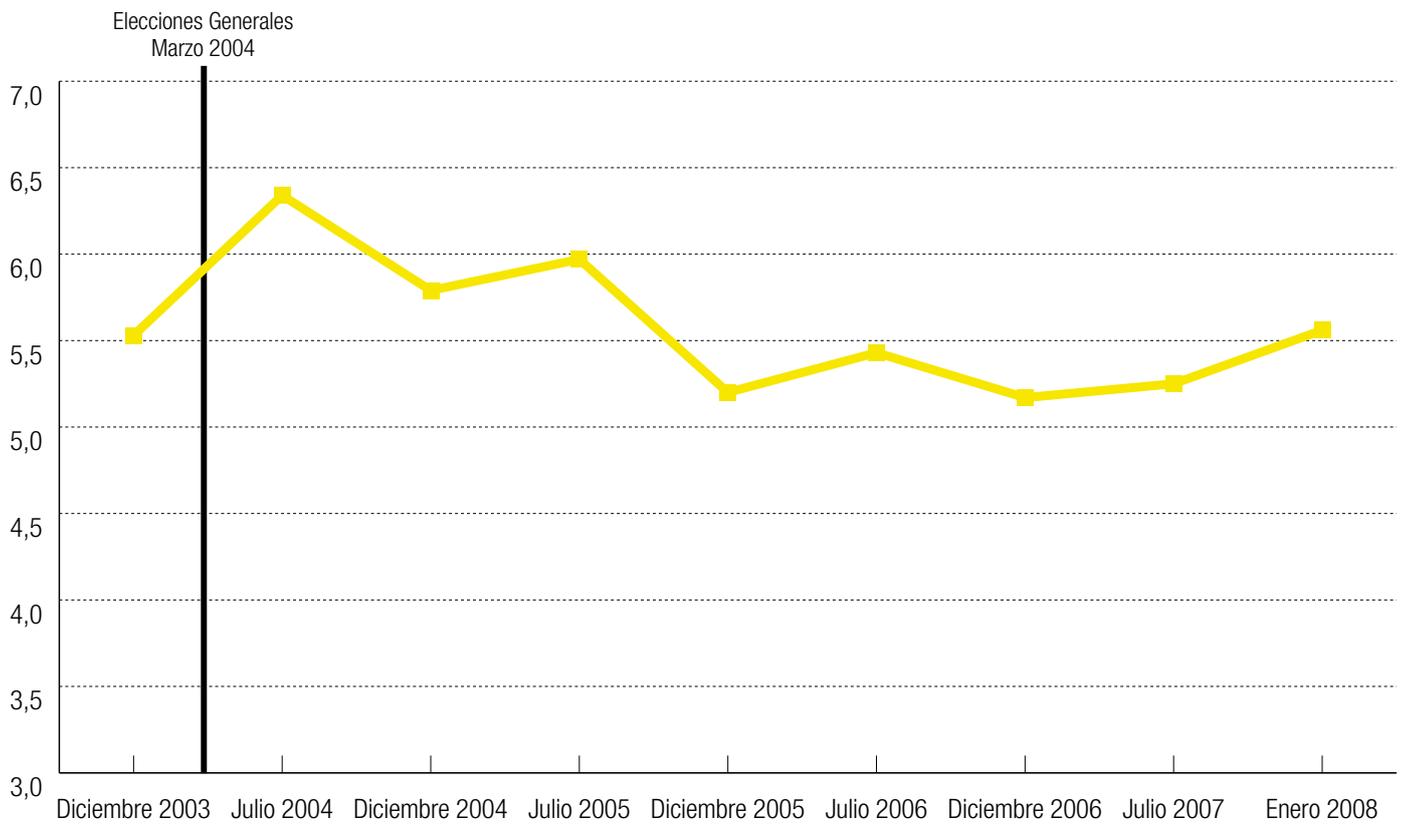
En lo que concierne a los líderes políticos nacionales, cabe destacar que se indaga sobre cómo evoluciona la percepción que la población andaluza tiene del presidente nacional y del principal líder de la oposición a lo largo de sus mandatos durante el periodo de análisis. El periodo 2004-2016 integra los siguientes cuatro mandatos en lo concerniente a la arena política nacional: 2004-2008; 2008-2011; 2011-2015 y 2015-2016.

2.1.1. El presidente nacional

A continuación, examinaremos en detalle la evolución de la popularidad del presidente nacional, medida en una escala de 0 a 10, a lo largo de los mandatos comprendidos durante el periodo 2004-2016. Para favorecer la comprensión del análisis se incorpora en todos los mandatos la valoración que recibió el presidente, antes de que fuese elegido o reelegido como tal, previamente a la celebración de las elecciones que inauguran cada mandato. Ello permitirá corroborar si la popularidad presidencial se incrementó, disminuyó o se mantuvo estable tras la celebración de dichas consultas.

En el gráfico 1 puede observarse la evolución de la popularidad del presidente nacional durante el mandato comprendido entre los años 2004 y 2008.

Gráfico 1. Evolución de la popularidad del presidente nacional durante el mandato 2004-2008 en Andalucía



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del EGOPA, 2003-2008.

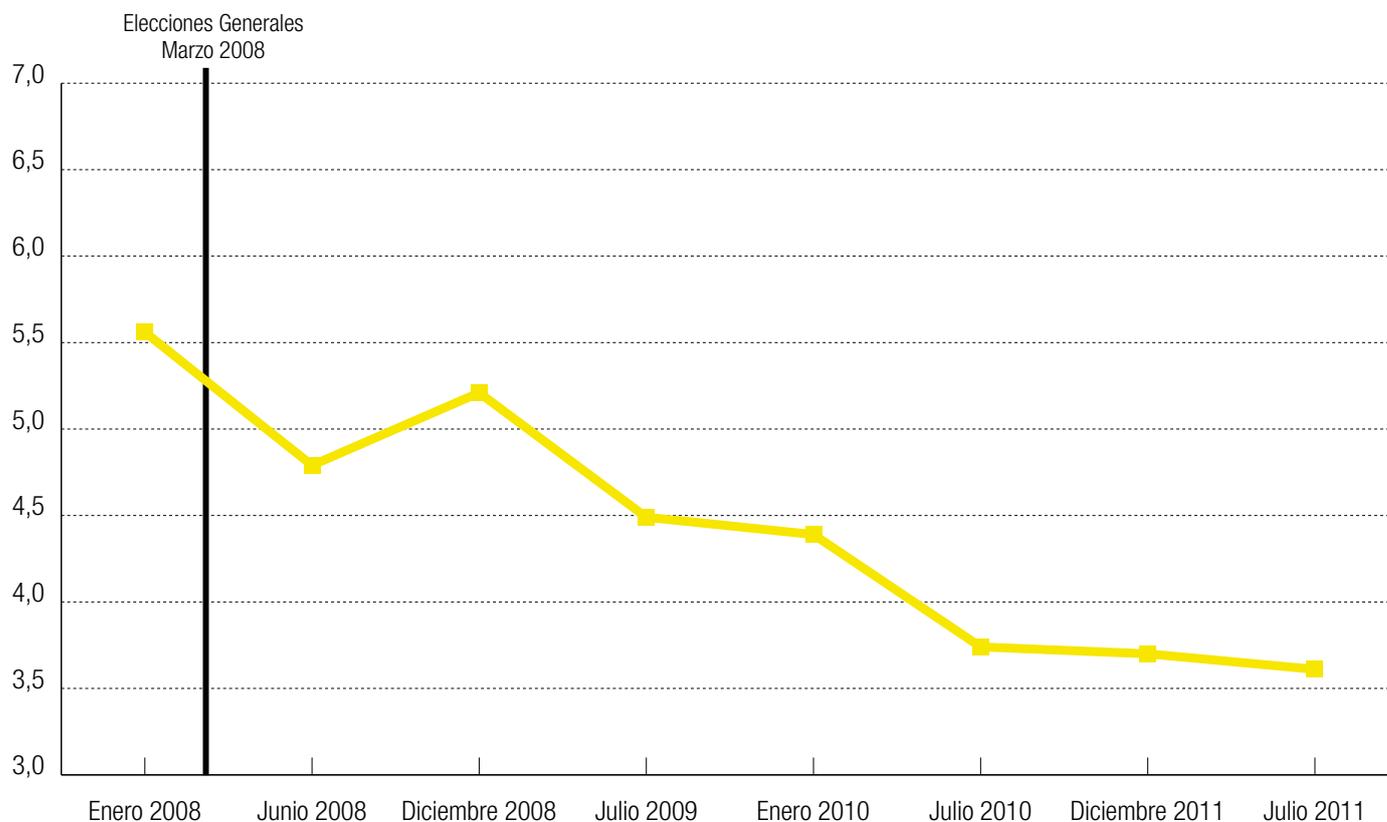
Este primer mandato se inicia con la celebración de las elecciones generales de 2004. En esta convocatoria, José Luis Rodríguez Zapatero, líder nacional del PSOE, se convierte en el nuevo presidente del país tras obtener la victoria en la misma. Tres meses antes de que tuviera lugar la mencionada cita electoral, en diciembre de 2003, el candidato socialista era valorado con un 5,53 por la población andaluza. Tras ganar las elecciones, la popularidad de Zapatero se incrementó hasta alcanzar los 6,34 puntos en julio de 2004. Ello supone que al inicio de este mandato se produjo una fase de euforia postelectoral o de luna de miel, al aumentar la valoración del nuevo presidente.

A partir de entonces, la percepción que la población andaluza tiene del líder del partido gubernamental comienza a experimentar un cambio. La popularidad del presidente nacional sufre una tendencia de descenso progresivo que continúa hasta la mitad del mandato o algo después, con algunas fluctuaciones a corto plazo. Como consecuencia de ello, Zapatero obtiene su

valoración más baja en diciembre de 2006, siendo esta de un 5,17. Sin embargo, tras ese momento, el presidente del Gobierno consigue ir recuperando sus niveles de popularidad, ya que experimenta una tendencia progresiva de incremento de su valoración a medida que se aproximan las siguientes elecciones generales. De esta manera, registra una puntuación de 5,56 en enero de 2008, dos meses antes de las elecciones generales de marzo de 2008. Este dato implica que el presidente nacional consiguió recuperar la popularidad perdida a lo largo del mandato, situándose en un valor similar al que disfrutaba antes de la convocatoria previa de 2004. La recuperación de la valoración del presidente coincide con su nueva victoria en las elecciones generales de 2008, consiguiendo así la reelección en el cargo.

En el segundo mandato objeto de análisis, el que comprende la etapa 2008-2011, José Luis Rodríguez Zapatero repite, por tanto, como presidente del Gobierno. Como puede apreciarse en el gráfico 2, su popularidad era de un

Gráfico 2. Evolución de la popularidad del presidente nacional durante el mandato 2008-2011 en Andalucía



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del EGOPA, 2008-2011.

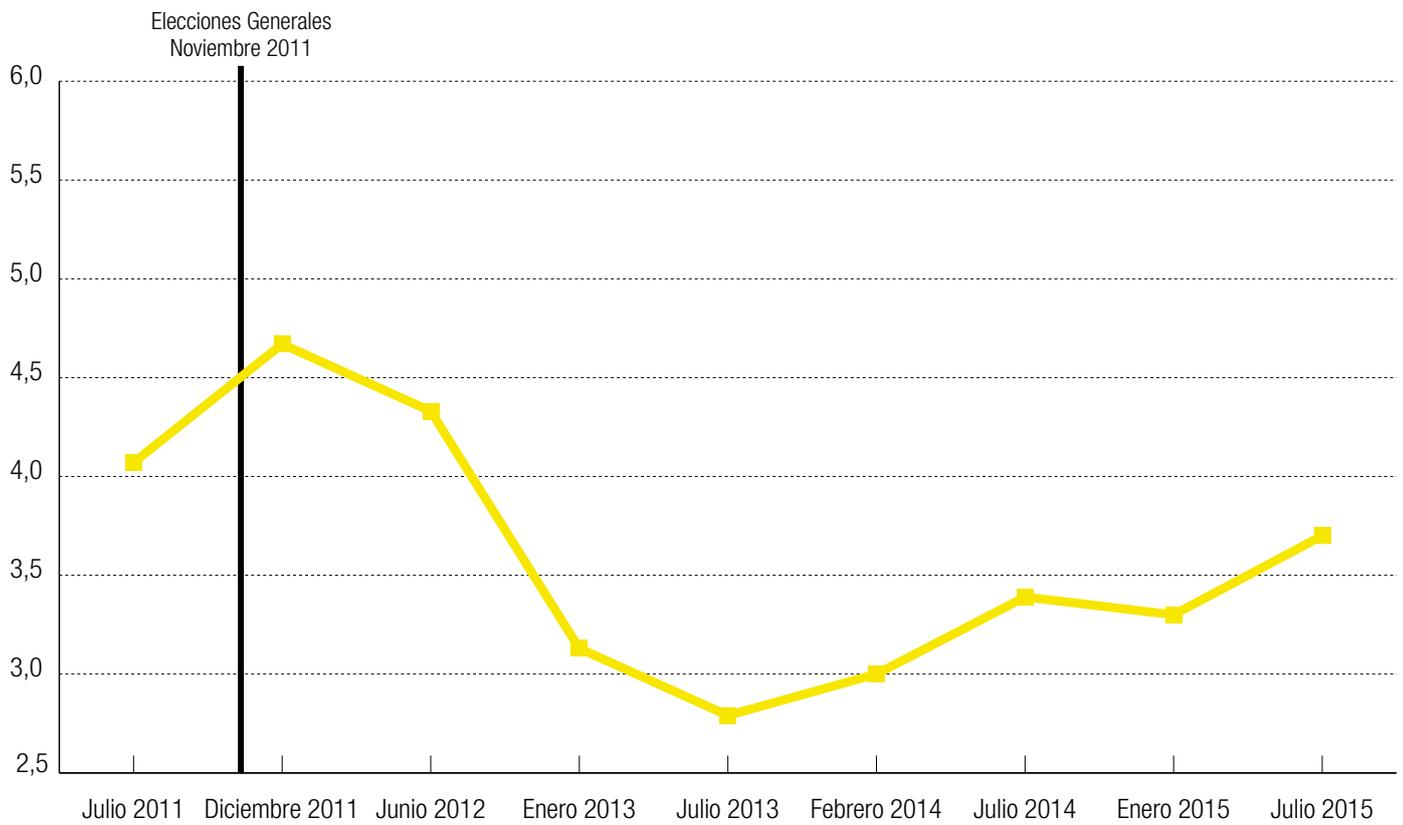
5,56 antes de la celebración de las elecciones generales de marzo de 2008. Después de las mismas, la valoración del presidente recién elegido decae hasta situarse en un 4,79 en junio del mismo año. Por consiguiente, en este mandato no parece producirse una fase de euforia postelectoral o de luna de miel, o al menos no puede afirmarse su existencia con los datos disponibles, ya que tres meses después de la consulta su popularidad había disminuido de forma significativa.

En el resto del mandato 2008-2011 podemos apreciar una clara tendencia de evolución en la percepción que la población andaluza se conforma del líder del partido gubernamental, el PSOE. De este modo, tras un pequeño incremento a corto plazo, el presidente del Gobierno experimenta una clara disminución de su valoración de manera progresiva a lo largo de todo el mandato. En este sentido, su popularidad desciende desde

el 4,79 que registró tras la convocatoria de 2008 a un 3,61 al final del mandato, concretamente en julio de 2011. Por tanto, en este mandato, y a diferencia del anterior, el presidente nacional no consigue recuperar la popularidad perdida antes de la llegada de las siguientes elecciones generales. Al contrario, la caída de su valoración continúa su desplome, lo que supone una pérdida de valoración de 1,18 puntos durante el mandato 2008-2011. En consonancia con estos datos, el partido del presidente del Gobierno, el cual había renunciado en esta ocasión a presentarse a la reelección, pierde las elecciones generales celebradas en noviembre de 2011.

El tercer mandato que comprende el periodo de estudio, que engloba la legislatura 2011-2015, se caracteriza por presentar un cambio en el color político de la presidencia del Gobierno. El PSOE pierde las elecciones gene-

Gráfico 3. Evolución de la popularidad del presidente nacional durante el mandato 2011-2015 en Andalucía



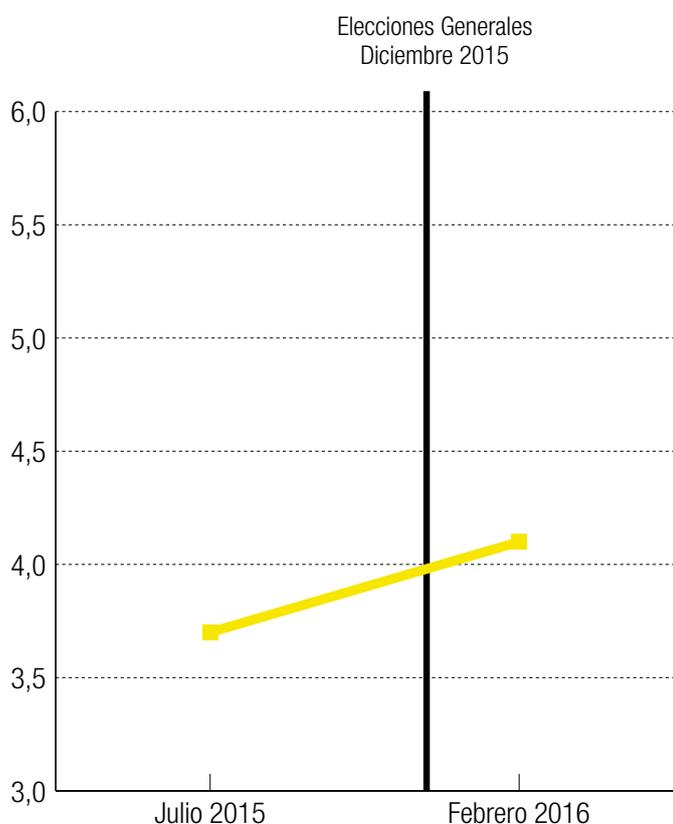
Fuente: elaboración propia a partir de los datos del EGOPA, 2011-2015.

rales de noviembre de 2011, hecho sustentado por la mala valoración del hasta entonces presidente socialista. Como consecuencia de ello, el principal partido de la oposición, el PP, obtuvo la victoria en esta convocatoria. Ello supuso que su líder nacional, Mariano Rajoy, fuese investido como presidente. Como se refleja en el gráfico 3, el candidato popular contaba con una valoración de 4,07 puntos en julio de 2011, cuatro meses antes de las elecciones. Tras la celebración de las mismas, el nuevo presidente del país experimentó un incremento de su popularidad, situándose en un 4,67 solo un mes después de la mencionada cita electoral. De esta manera, en este mandato también se produce una fase de euforia postelectoral o de luna de miel en la popularidad presidencial.

Una vez finalizado este breve periodo, la valoración del presidente del Gobierno experimenta un descenso progresivo hasta alcanzar su míni-

mo en la mitad del mandato aproximadamente. En este sentido, su popularidad llega a caer hasta una puntuación de 2,79 en julio de 2013. A partir de entonces, la popularidad del presidente nacional presenta una tendencia de recuperación continua a medida que se aproximan las próximas elecciones generales, celebradas en diciembre de 2015. Cinco meses antes de estas, en julio de 2015, la valoración de Rajoy alcanza un 3,70, lo cual supone un aumento de 0,91 puntos durante los dos últimos años del mandato. No obstante, a pesar de esta recuperación de popularidad, la valoración del presidente no consigue volver a situarse en los niveles registrados al inicio del mandato, por lo que la recuperación de la misma es de carácter parcial. En consonancia con estos datos, el presidente del país consigue revalidar su victoria en las elecciones generales de 2015, aunque perdiendo un número considerable de apoyos.

Gráfico 4. Evolución de la popularidad del presidente nacional durante el mandato 2015-2016 en Andalucía



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del EGOPA, 2015-2016.

Por último, el cuarto mandato objeto de análisis se caracteriza por su brevedad al finalizar de forma anticipada, como consecuencia de la repetición de las elecciones generales. Tras la celebración de convocatoria de diciembre de 2015, la imposibilidad de formar gobierno por la falta de apoyos del partido del presidente nacional provoca la convocatoria de una nueva cita electoral en junio de 2016. Ello supone que este cuarto mandato solo comprenda el periodo de 2015-2016, lo que reduce la perspectiva temporal de nuestro análisis. En relación con ello, solo contamos con una observación relativa a la valoración del presidente del Gobierno, ganador de las consultas pero en funciones ante la dificultad de conformar un ejecutivo. No obstante, el hecho de poder compararla con la popularidad previa a la celebración de las elecciones de 2015 arroja conclusiones importantes. Así, en este mandato, como aparece en el gráfico 4, vuelve a corroborarse la existencia de una fase

de euforia postelectoral o de luna de miel tras la celebración de las consultas nacionales. De este modo, la valoración de Rajoy, que se situaba en un 3,70 en julio de 2015, se incrementa hasta los 4,10 puntos en febrero de 2016, solo dos meses después de las elecciones generales de 2015.

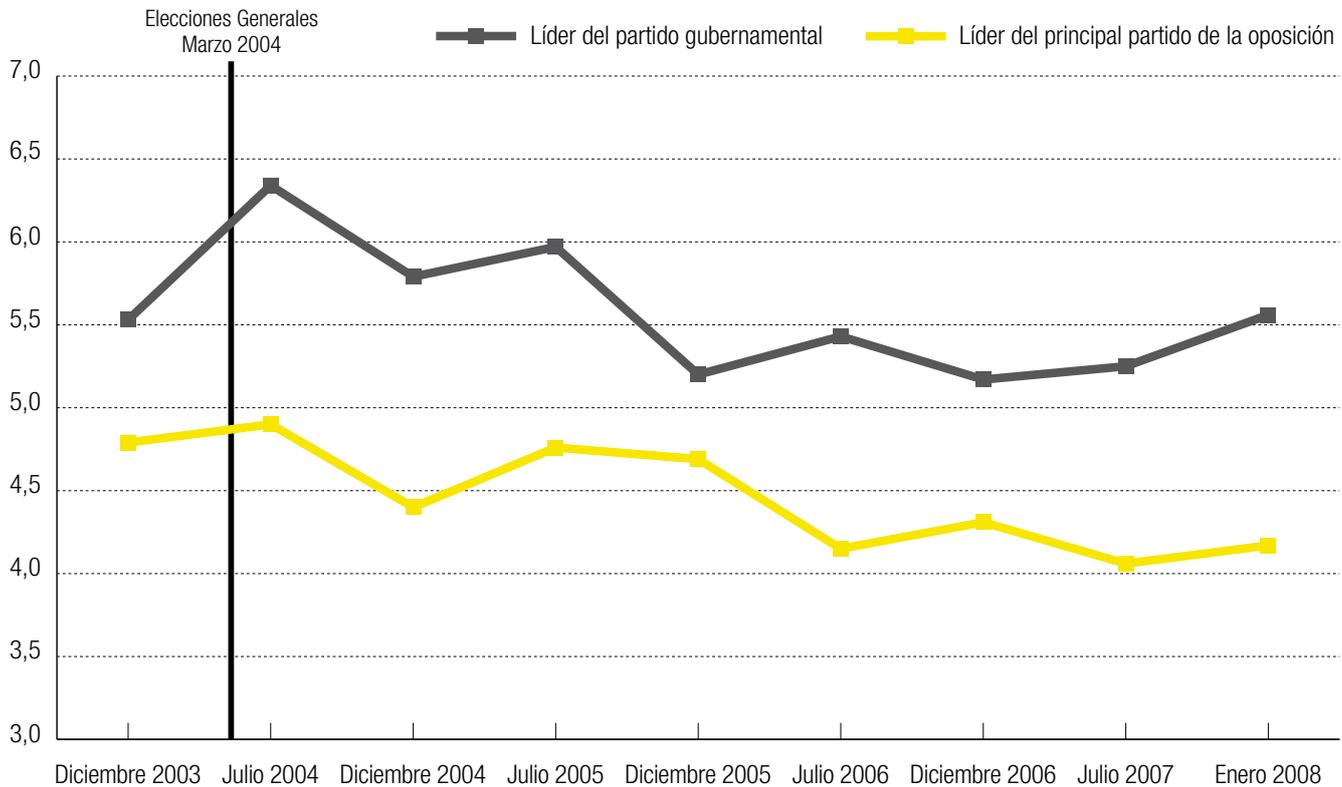
En definitiva, a partir de los cuatro mandatos analizados hemos detectado que existen pautas de continuidad en la evolución de la popularidad del presidente nacional. En este sentido, la valoración del presidente del Gobierno suele experimentar un aumento de su valoración al inicio de su mandato, pudiendo producirse algunas excepciones. Tras esta breve fase de euforia postelectoral o de luna de miel que tiene lugar tras las elecciones, la popularidad presidencial suele experimentar una tendencia de declive progresivo hasta la mitad del mandato aproximadamente. A partir de entonces, los presidentes que consiguen ir recuperando sus niveles de valoración en la fase final de su mandato, a medida que acercan las próximas elecciones generales, suelen conseguir la reelección o la victoria de su partido si no concurren a ellas. Por el contrario, los presidentes que, en lugar de incrementar su valoración, continúan experimentando un descenso de su popularidad hasta el final del mandato suelen sufrir, bien ellos o su partido, una derrota en las siguientes elecciones.

Por consiguiente, la percepción que la ciudadanía tiene del presidente nacional suele seguir un patrón de evolución definido, más allá de la existencia de fluctuaciones a corto plazo. Así, la elección de un presidente suele traer consigo un aumento de las expectativas en su persona, las cuales comienzan a quebrarse de manera progresiva durante el mandato ante las dificultades de la acción de gobierno. El hecho de que la ciudadanía recupere la confianza en su presidente, valorando su gestión en el cargo, o mantengan e intensifiquen su desconfianza, cuestionando el desempeño realizado, se refleja en la popularidad de este al final del mandato y en sus opciones de conseguir o no la reelección en las próximas elecciones.

2.1.2. El líder del principal partido de la oposición nacional

De modo similar al subapartado anterior, analizaremos en profundidad la evolución de la popularidad del principal líder de la oposición nacional, medida en una escala de 0 a 10, a lo largo de los mandatos comprendidos durante el periodo 2004-2016. Igualmente, incorporaremos la valoración con la que contaba este líder antes del inicio del mandato objeto de atención, favoreciendo así la idoneidad del análisis. En este caso, la evolución de la popularidad del principal líder de la oposición se presenta en comparativa con la evolución de la popularidad del presidente en todos los elementos gráficos.

Gráfico 5. Evolución de la popularidad del presidente nacional y del líder del principal partido de la oposición nacional durante el mandato 2004-2008 en Andalucía



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del EGOPA, 2003-2008.

De esta manera, podrá observarse si las valoraciones que reciben ambos contendientes políticos durante el mandato siguen tendencias de evolución opuestas o similares. Por tanto, ello permitirá comprobar cómo evoluciona la popularidad del líder del principal partido de la oposición respecto a la popularidad del presidente nacional.

En el gráfico 5 puede apreciarse la evolución de la popularidad del principal líder de la oposición durante el mandato comprendido entre los años 2004 y 2008. Como se señaló con anterioridad, el PSOE obtuvo la victoria en las elecciones generales de marzo de 2004 siendo investido como presidente José Luis Rodríguez Zapatero. El partido hasta entonces en el gobierno, el PP, sufrió una derrota en dichas consultas, convirtiéndose así su candidato, Mariano Rajoy, en el principal líder de la oposición. Tras la celebración de dichas consultas, el nuevo jefe de la oposición experimenta una ligera subida de su popularidad, siendo esta concretamente de 0,11 puntos entre los meses de

diciembre de 2003 y de julio de 2004. Este significativo hallazgo implicaría que el principal líder de la oposición también se vería afectado por la fase de euforia postelectoral o de luna de miel, aunque en mucha menor medida que el presidente nacional.

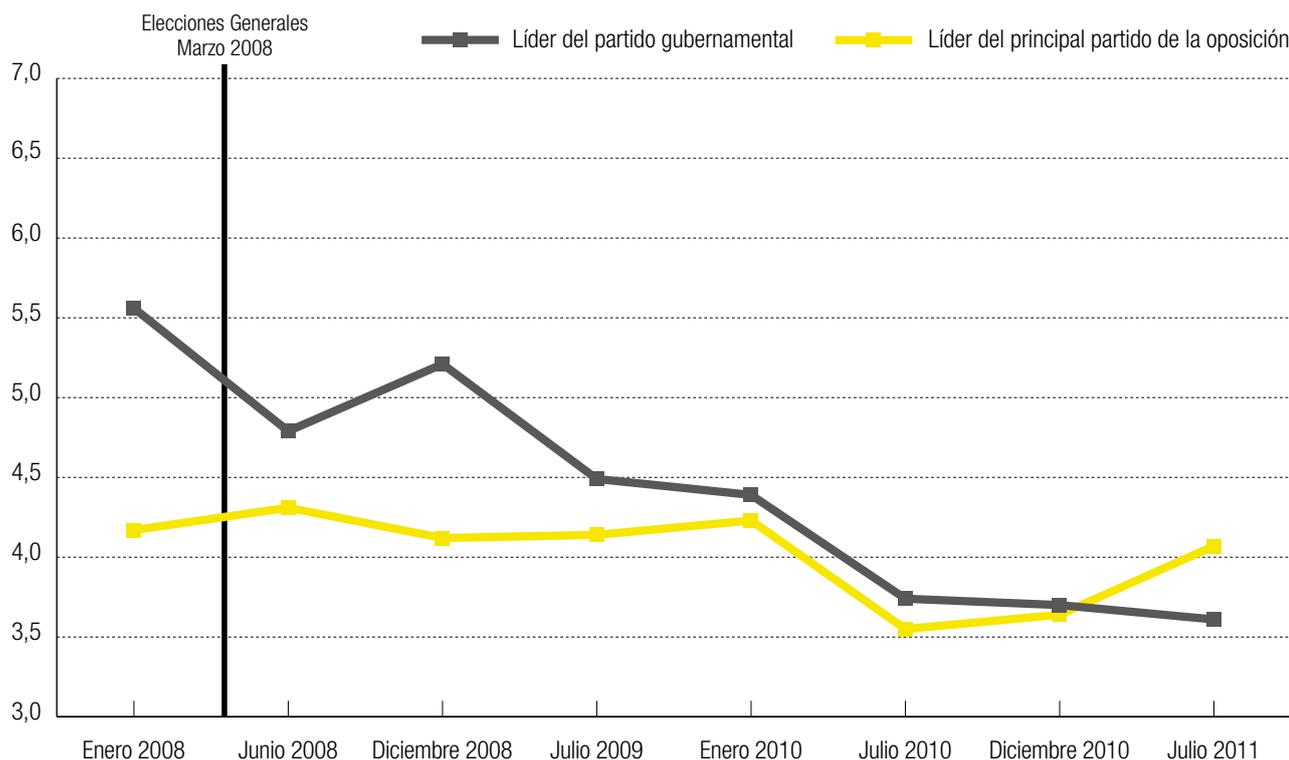
A partir de dicho momento, la valoración del líder del principal partido de la oposición presenta una tendencia general de descenso, si bien se producen diversas fluctuaciones a corto plazo. Dicha caída se mantiene hasta prácticamente el final del mandato, alcanzando su puntuación mínima, un 4,06, en julio de 2007. No obstante, justo antes de la llegada de la siguiente convocatoria nacional, celebrada en marzo de 2008, el primer líder de la oposición disfruta de una pequeña subida de su popularidad hasta situarse en un 4,17 en enero de 2008. En este sentido, el principal líder de la oposición no consigue en ningún momento del mandato capitalizar el desgaste de la acción de gobierno que sufre el presidente. Es más, la popularidad del

dirigente del principal partido de la oposición siempre se sitúa por debajo de la que registra el presidente, lo cual contribuiría a explicar su derrota en las siguientes elecciones generales de 2008, continuando así en la oposición. Por último, es conveniente destacar que la valoración de ambos líderes sigue una evolución paralela en gran parte del mandato.

El segundo mandato, que comprende la etapa 2008-2011, se inicia con reelección de José Luis Rodríguez Zapatero como presidente del gobierno en las elecciones de marzo de 2008. De este modo, Mariano Rajoy se mantiene como el líder del principal partido de la oposición, al volver a sufrir una derrota en esta convocatoria. En esta ocasión, como se refleja visualmente en el gráfico 6, vuelve a producirse un pequeño aumento de la valoración del jefe de la oposición tras las consultas, al pasar de un 4,17 en enero de 2008 a un 4,31 en junio del mismo año. Ello contrasta con la ausencia de una fase de euforia postelectoral o de luna de miel en la popularidad del presidente en este mandato, al menos según los datos que tenemos disponibles.

Tras ese pequeño incremento la popularidad del principal líder de la oposición presenta una tendencia de relativa estabilidad hasta la mitad del mandato aproximadamente, aunque con un ligero descenso. No obstante, en los meses siguientes la percepción del jefe de la oposición se torna más negativa al producirse una considerable caída en julio de 2010. Así, esta desciende hasta un 3,55 tras haberse situado en un 4,23 en enero de 2010. En la fase final del mandato, por el contrario, el dirigente del principal partido de la oposición experimenta una considerable recuperación de su popularidad. De este modo, alcanza un 4,07 en julio de 2011, lo que supone un incremento de 0,52 puntos. Ello contrasta con el descenso progresivo de la valoración del presidente, lo que propicia que el jefe de la oposición le supere en popularidad justo antes de la celebración de las próximas consultas. Por consiguiente, los niveles de popularidad del presidente y del jefe de la oposición evolucionan de forma opuesta en la mayor parte de este mandato. Ello contribuiría a explicar que el principal líder de la oposición gane las elecciones generales de noviembre de 2011, convirtiéndose así en el nuevo presidente nacional y enviando al partido hasta entonces en el gobierno, el PSOE, a la oposición.

Gráfico 6. Evolución de la popularidad del presidente nacional y del líder del principal partido de la oposición nacional durante el mandato 2008-2011 en Andalucía



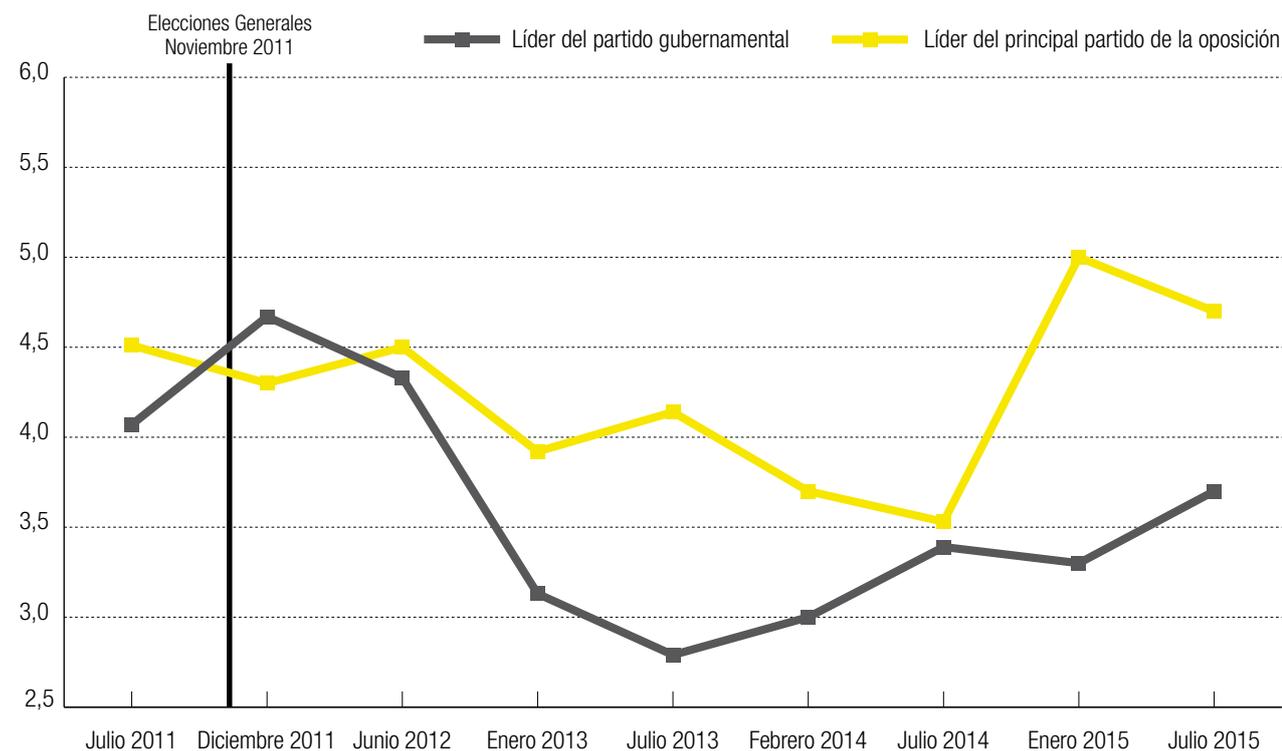
Fuente: elaboración propia a partir de los datos del EGOPA, 2008-2011.

El tercer mandato objeto de análisis, el cual se corresponde con la legislatura 2011-2015, se inicia, por tanto, con un cambio en la formación política que alcanza el ejecutivo nacional. El PP consigue ganar la convocatoria de 2011, de modo que Mariano Rajoy es investido como el presidente del país. De este modo, el partido hasta entonces en el Gobierno, el PSOE, pasa a convertirse en la formación mayoritaria de la oposición. Al frente de la misma se sitúa su candidato en las elecciones generales de noviembre de 2011, Alfredo Pérez Rubalcaba. Este registra un pequeño descenso de su popularidad tras la mencionada cita electoral, cayendo su puntuación desde un 4,51 en julio de 2011 a un 4,30 en diciembre del mismo año (gráfico 7). Por consiguiente, el nuevo jefe de la oposición no consigue beneficiarse en esta ocasión de la fase de euforia postelectoral o de luna de miel que disfruta el recién elegido presidente.

Después de una ligera subida en junio de 2012, la valoración del principal líder de la oposición registra una clara tendencia de caída durante la fase intermedia del mandato. En julio de 2014, su popularidad cae hasta su nivel

más bajo al situarse en 3,53. El cambio de liderazgo que tiene lugar en el seno del PSOE, al sustituir Pedro Sánchez a Alfredo Pérez Rubalcaba como líder de esta formación, condiciona la evolución durante el resto del mandato. La irrupción del nuevo líder del principal partido de la oposición se traduce en una popularidad de 1,47 puntos más respecto a la que ostentaba su predecesor en el cargo, ante el incremento de las expectativas que se generan en los cambios de liderazgo. De esta manera, la valoración del nuevo dirigente opositor alcanza un 5,00 en enero de 2015. Ese efecto comienza a difuminarse en los meses siguientes al experimentar una caída de su popularidad de 0,30 puntos en la fase final del mandato y de manera previa a la celebración de las elecciones generales de diciembre de 2015. Los niveles de valoración del presidente y de su principal adversario político registran tendencias de evolución opuestas, aunque ello deja de ser comparable por la sucesión que se produce al frente del principal partido de la oposición. Sin embargo, resulta significativo el hecho de que el presidente nacional consiga ir recuperando su popularidad a medida que se acerca la siguiente cita electoral, mientras que el nuevo jefe de la oposición comienza a registrar

Gráfico 7. Evolución de la popularidad del presidente nacional y del líder del principal partido de la oposición nacional durante el mandato 2011-2015 en Andalucía



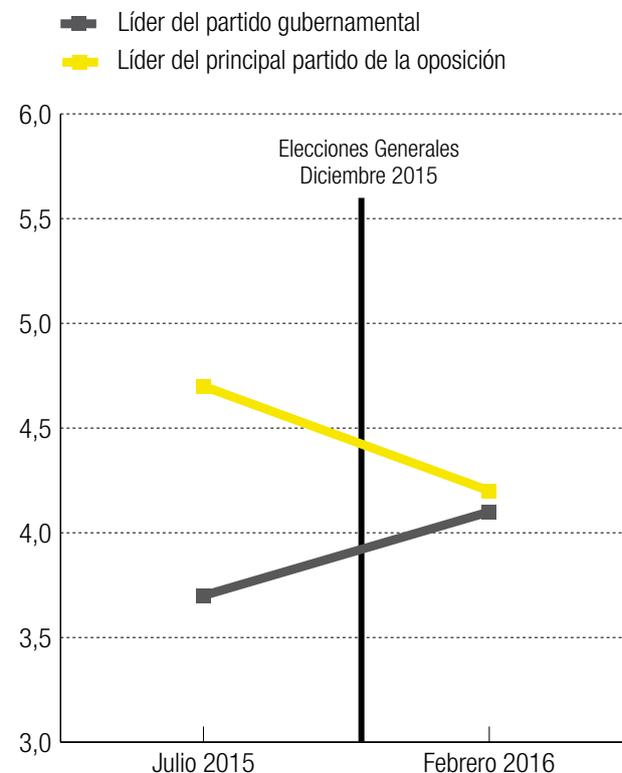
Fuente: elaboración propia a partir de los datos del EGOPA, 2011-2015.

un descenso de la misma. Ello se traduciría electoralmente en la victoria del partido del presidente nacional en las elecciones de 2015, aunque siendo la misma de carácter precario.

El último mandato objeto de estudio, el correspondiente a la etapa 2015-2016, finalizó de manera anticipada como se señaló con anterioridad. Los resultados de las elecciones generales de 2015, en los que el partido gubernamental consiguió la victoria pero sin contar con los apoyos suficientes, desembocó en una repetición electoral en junio de 2016. Ello implica que contemos con escasas observaciones de la popularidad de los principales líderes políticos en este cuarto mandato, si bien las existentes vuelven a mostrar importantes conclusiones. Así, tras las elecciones generales de diciembre de 2015, el líder de la principal formación de la oposición sufre una caída de su valoración, la cual pasa de un 4,70 en julio de 2015 a un 4,20 en febrero de 2016, según se recoge en el gráfico 8. De esta manera, el principal jefe de la oposición tampoco se beneficiaría en este mandato de la fase de euforia postelectoral o de luna de miel que disfruta el presidente del Gobierno. En este caso, podría deberse al cambio de liderazgo que se produjo en el seno de la principal formación de la oposición. Así, el normal incremento de las expectativas que se produce con la aparición de un nuevo líder iría decayendo con el transcurso del tiempo.

En definitiva, pueden extraerse conclusiones relevantes del análisis de la popularidad del principal líder de la oposición nacional durante los cuatro mandatos comprendidos en el periodo 2004-2016. Así, se ha detectado que el dirigente del primer partido de la oposición puede beneficiarse en algunas ocasiones de la fase de euforia postelectoral o de luna de miel que disfruta el recién elegido o reelegido presidente. De esta forma, también es posible que el candidato que pierde unas elecciones generales incremente su valoración tras las mismas, aunque la magnitud de dicho incremento suele ser pequeño. Después del inicio del mandato, el principal líder de la oposición también suele registrar una tendencia de descenso de su popularidad en la fase intermedia del mismo. La evolución de la valoración del principal jefe de la oposición presenta diferencias dependiendo de si consigue ganar las siguientes elecciones o de si su partido vuelve a sufrir una derrota en ellas. Cuando el dirigente de la formación mayoritaria de la oposición experimenta una tendencia de incremento de su popularidad en la fase final del mandato y supera la popularidad del propio presidente del Gobierno, que por el contrario sufre un declive progresivo en su valoración, suele ganar las siguientes elecciones. Por el contrario, cuando el principal líder de la oposición no consigue que sus niveles de popularidad superen a los que ostenta el presidente nacional, manteniéndose por debajo, suele sufrir una derrota en las elecciones que ponen fin al mandato. En este caso, la popularidad del dirigente de la oposición puede evolucionar de forma tanto paralela como

Gráfico 8. Evolución de la popularidad del presidente nacional y del líder del principal partido de la oposición nacional durante el mandato 2015-2016 en Andalucía



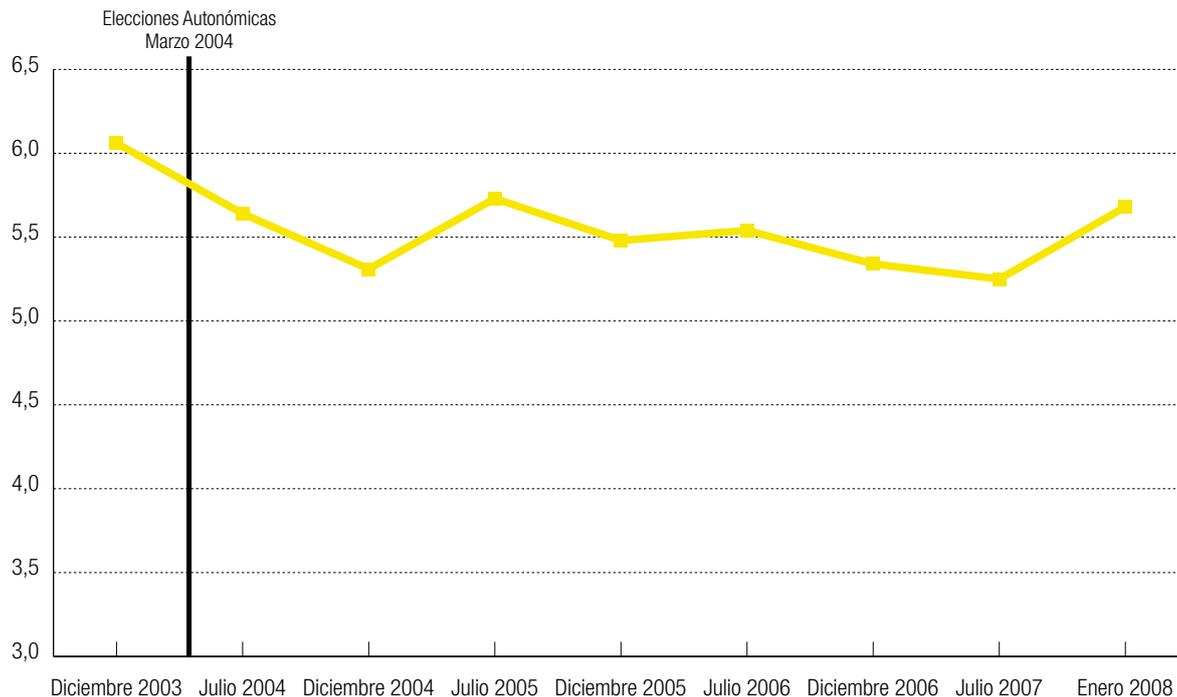
Fuente: elaboración propia a partir de los datos del EGOPA, 2015-2016.

opuesta a la del presidente, esto es, puede descender o experimentar un ligero e insuficiente aumento.

Por tanto, la popularidad del principal líder de la oposición también suele presentar unos patrones determinados de evolución, aunque de carácter menos estable que los referidos a la popularidad del presidente del país. En este sentido, los cambios de liderazgo que pueden producirse al frente del partido de la oposición, que no suelen afectar al *incumbent*¹ de la presidencia del gobierno nacional, suelen distorsionar las pautas de evolución definidas. En todo caso, la percepción que la ciudadanía se conforma del principal líder de la oposición puede ser determinante ya que, si consigue ser mejor valorado que el presidente al final del mandato, puede llegar a otorgarle su confianza en la siguiente cita electoral.

¹ El término inglés *incumbent* hace referencia a la persona que ostenta un determinado cargo, en este caso la presidencia del gobierno nacional.

Gráfico 9. Evolución de la popularidad del presidente autonómico durante el mandato 2004-2008 en Andalucía



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del EGOPA, 2003-2008.

2.2. Los líderes políticos autonómicos

En lo que respecta a los líderes políticos autonómicos, analizamos igualmente cómo evoluciona la percepción que la población andaluza tiene del presidente regional y del principal líder de la oposición durante sus mandatos en el periodo objeto de estudio. En este sentido, pueden distinguirse estos tres mandatos concluidos a lo largo del periodo 2004-2016 en la arena política regional: 2004-2008, 2008-2012 y 2012-2015.

2.2.1. El presidente autonómico

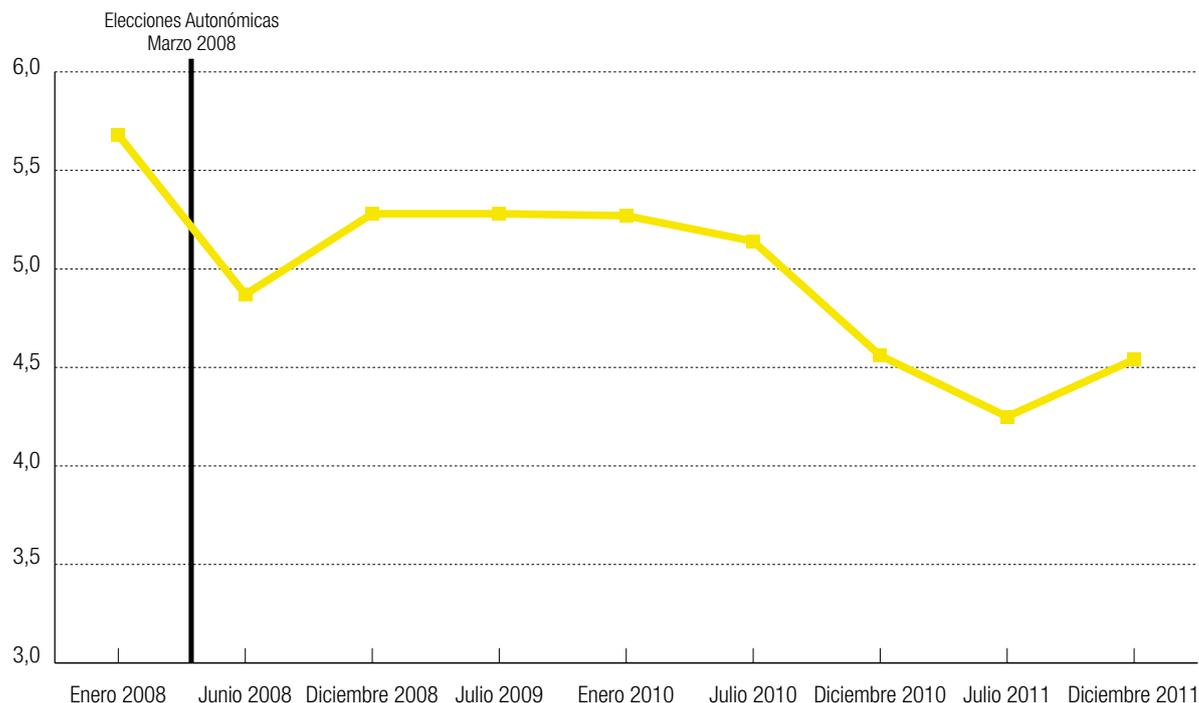
Seguidamente, expondremos en detalle la evolución de la popularidad del presidente autonómico, medida en una escala de 0 a 10, a lo largo de los mandatos comprendidos durante el periodo 2004-2016. Al igual que en el análisis de la percepción del presidente nacional, se ha procedido a incorporar en los elementos gráficos la puntuación que la población andaluza otorgaba al presidente antes de que fuese elegido o reelegido como tal, de

manera previa a la celebración de las elecciones que inician cada mandato. Ello permite enriquecer el examen efectuado.

El primer mandato regional objeto de estudio, comprendido entre los años 2004 y 2008, queda inaugurado con la celebración de las elecciones autonómicas de marzo de 2004. En esta convocatoria el líder regional del PSOE, Manuel Chaves, vuelve a ser reelegido como presidente de la Junta de Andalucía al volver a obtener la victoria. La popularidad del presidente andaluz se situaba en un 6,06 en diciembre de 2003, tres meses antes de que tuviese lugar la consulta regional de 2004 (gráfico 9). Tras la celebración de la misma, el *incumbent* autonómico experimenta un descenso de su valoración cayendo hasta un 5,64 en julio de 2004. Ello supone que el presidente autonómico no experimenta en este mandato una fase de euforia postelectoral o de luna de miel.

La popularidad del presidente andaluz continúa descendiendo durante los meses siguientes a su reelección. Desde entonces, y tras una recuperación puntual en julio de 2005, la valoración del dirigente del partido gubernamental registra una ligera tendencia de declive sostenido que se mantiene más

Gráfico 10. Evolución de la popularidad del presidente autonómico durante el mandato 2008-2012 en Andalucía



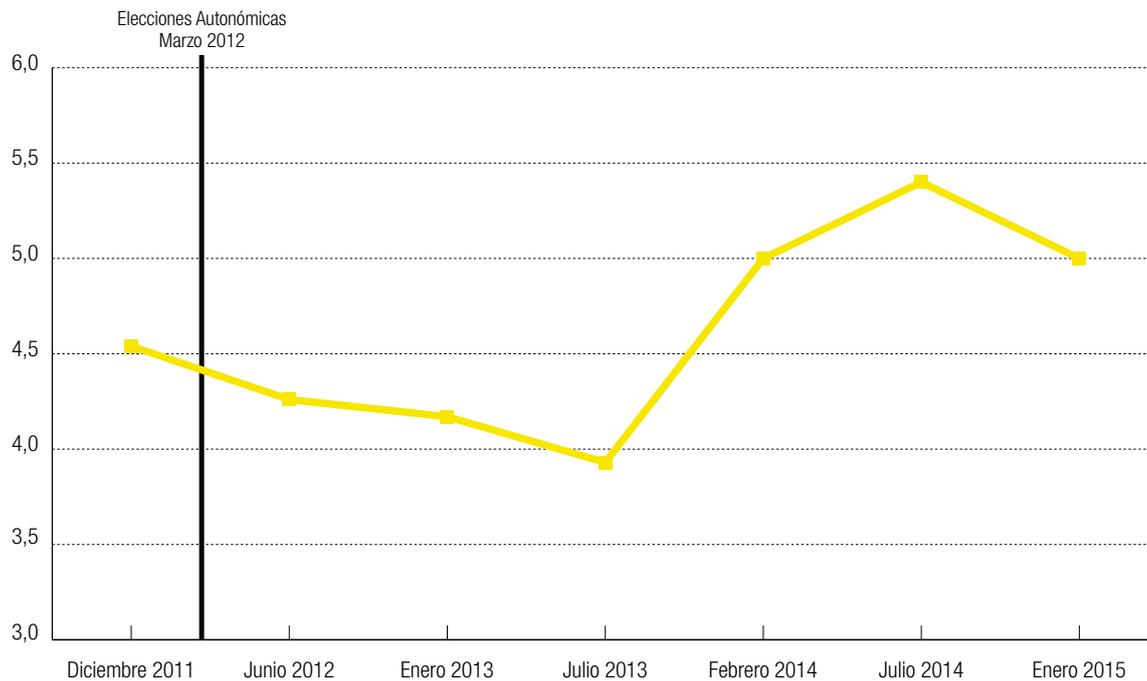
Fuente: elaboración propia a partir de los datos del EGOPA, 2008-2012.

allá de la mitad del mandato. En consecuencia, el presidente autonómico recibe su peor dato de valoración en julio de 2007 con una puntuación de 5,25. Al final del mandato consigue recuperar su popularidad hasta alcanzar un 5,68 en enero de 2008, llegando así a ser mejor valorado que al propio inicio del mandato. Este aumento en la valoración del presidente regional coincide con la llegada de las elecciones autonómicas de marzo de 2008, al producirse solo dos meses antes de su celebración. Esta recuperación de la popularidad perdida contribuye a su reelección en la convocatoria de 2008, al volver a obtener la victoria el partido que sustentaba al Gobierno regional.

En el gráfico 10 puede observarse, por su parte, la evolución de la valoración del presidente andaluz durante el mandato 2008-2012. Este segundo mandato dentro del periodo de análisis se inicia con las elecciones autonómicas de marzo de 2008 en las que el PSOE revalida su victoria, lo que supone la reelección de Manuel Chaves en el cargo de mayor responsabilidad política de la Comunidad. Su valoración experimenta una caída tras la celebración de la mencionada convocatoria, al disminuir de un 5,68 en enero de 2008 a un 4,87 en junio del mismo año. Por consiguiente, y al igual que ocurriese en el mandato previo, el presidente regional no disfruta de una fase de euforia postelectoral o de luna de miel tras su victoria en las elecciones.

Tras una subida coyuntural de 0,41 puntos en diciembre de 2008, la evolución de la popularidad del líder de la formación gubernamental en la arena política regional queda condicionada por la sucesión que se produce al frente de la Presidencia de la Junta de Andalucía, y del propio PSOE. En este sentido, Manuel Chaves deja su cargo como presidente de la región en abril de 2009. En ese mismo mes, José Antonio Griñán le sustituye al ser investido presidente por el Parlamento de Andalucía, sin la concurrencia de nuevas elecciones. Solo tres meses después de su toma de posesión, en julio de 2009, el nuevo jefe del ejecutivo regional registra una valoración de 5,28 puntos. Aunque consigue mantener la puntuación de su antecesor, este cambio de liderazgo no generó altas expectativas al no producirse un incremento significativo de la popularidad presidencial. La valoración del nuevo presidente se mantiene relativamente estable en los meses siguientes, los cuales coinciden con la mitad del mandato. Este efecto generado por el cambio de liderazgo se disipa a partir de diciembre de 2010, ya que se produce un descenso considerable y progresivo de su popularidad. Esta alcanza su mínimo en julio de 2011 con un valor de 4,25. No obstante, la cercanía de las próximas elecciones autonómicas coincide con una ligera recuperación de la popularidad presidencial, la cual sube hasta los 4,54 puntos en diciembre de 2011. Tres meses después, se celebran las elecciones andaluzas de marzo de 2012. En ellas el partido que sustenta el

Gráfico 11. Evolución de la popularidad del presidente autonómico durante el mandato 2012-2015 en Andalucía



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del EGOPA, 2011-2015.

ejecutivo, el PSOE, y su nuevo presidente sufren una derrota. A pesar de ello, Griñán conseguiría mantenerse como el jefe del Gobierno autonómico tras un acuerdo de coalición con Izquierda Unida (IU).

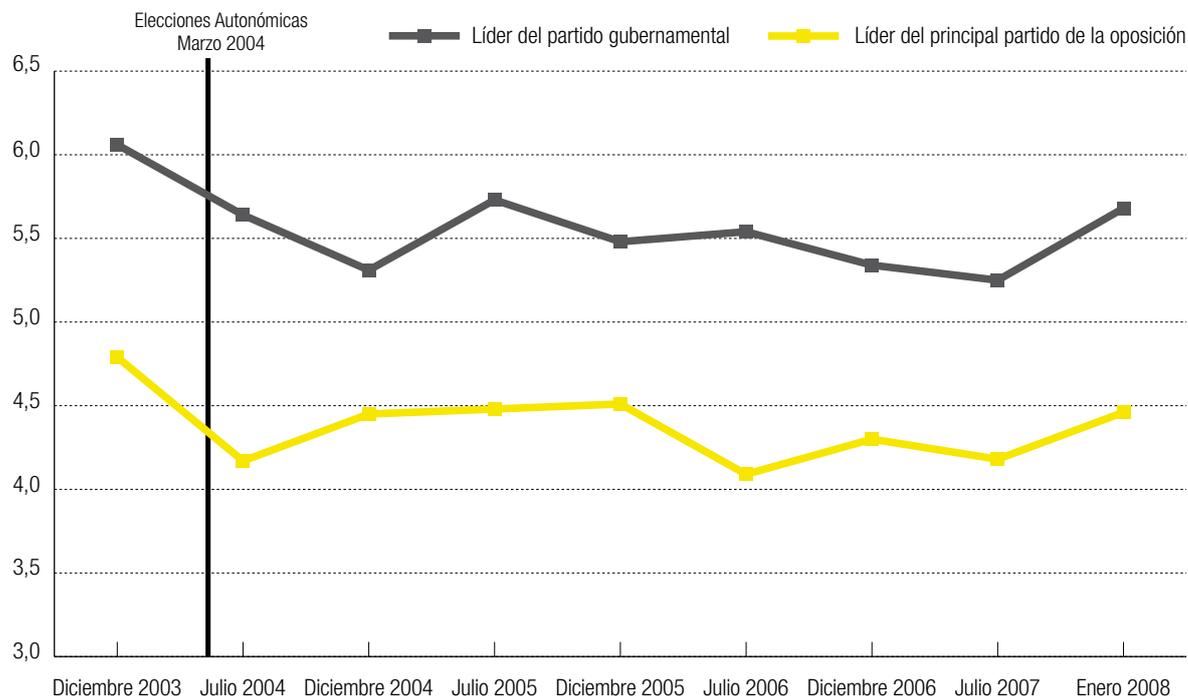
El tercer y último mandato objeto de análisis, que comprende la etapa 2012-2015, se inicia con las elecciones autonómicas celebradas en marzo de 2012. Como acaba de apuntarse, el candidato socialista José Antonio Griñán es reelegido como presidente andaluz a pesar de haber perdido dicha consulta gracias a un pacto de coalición con otra formación, IU. En este contexto, la popularidad del jefe del ejecutivo regional sufre una ligera caída tras la convocatoria de 2012. De este modo, se sitúa en un 4,26 en junio de 2012 tras haber registrado un 4,54 en diciembre de 2011 (gráfico 11). Ello implica, de nuevo, que el presidente autonómico no experimenta una fase de euforia postelectoral o de luna de miel tras esta cita electoral, algo que también se sustentaría con su derrota en la misma.

El declive de la popularidad del líder del partido gubernamental andaluz continúa su tendencia de manera progresiva hasta la mitad del mandato. En este momento presenta su puntuación más baja, concretamente un 3,93 en julio de 2013. La evolución restante queda condicionada una vez más por un nuevo cambio de liderazgo en la formación que sustenta al ejecutivo autonómico. En esta ocasión, es

José Antonio Griñán quien dimite como titular de la Presidencia de la Junta de Andalucía, siendo sustituido en el cargo por Susana Díaz en septiembre de 2013, sin que tenga lugar una nueva cita con las urnas. Este cambio de liderazgo genera un aumento considerable de las expectativas respecto a la futura labor presidencial entre la población andaluza. De esta manera, la nueva presidenta regional recibe una valoración de 5,00 puntos en febrero de 2014, incrementándose de nuevo hasta un 5,40 en julio del mismo año. Ello supone más de un punto de incremento con respecto a la popularidad registrada por su antecesor en el cargo. Sin embargo, la valoración de la presidenta autonómica experimenta un descenso antes de la celebración de las elecciones andaluzas de marzo de 2015, al situarse en los 5,00 puntos. No obstante, consigue mantener una alta popularidad a pesar de que parece comenzar a desinflarse el efecto propiciado por el cambio de liderazgo. En la consulta de 2015, el partido que lidera el Gobierno a nivel regional obtiene la victoria, lo que supone la reelección como presidenta autonómica de Susana Díaz.

En definitiva, el examen de la popularidad de quien asume la presidencia autonómica durante los tres mandatos concluidos que integran el periodo 2004-2016 presenta hallazgos relevantes. Se ha detectado que la persona que ostenta la presidencia regional, a diferencia de la nacional, no experimenta una fase de euforia postelectoral o de luna de miel tras la celebración de las consultas en

Gráfico 12. Evolución de la popularidad del presidente autonómico y del líder del principal partido de la oposición durante el mandato 2004-2008 en Andalucía



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del EGOPA, 2003-2008.

las que resulta elegida o reelegida. De esta manera, se suele registrar una caída de la popularidad presidencial tras las elecciones. La identificación de otras pautas estables en la valoración presidencial durante el resto del mandato queda condicionada por las dificultades analíticas encontradas. Los diversos cambios de liderazgo que se han producido durante el periodo de estudio distorsionan el desarrollo normal del mandato y, por consiguiente, la evolución de la popularidad de los líderes implicados. No obstante, sí parece confirmarse la existencia de un declive en la popularidad de quien asume la presidencia autonómica más allá de las fluctuaciones que puedan registrarse a corto plazo, en la fase intermedia del mandato. La llegada de las siguientes elecciones autonómicas suele generar un incremento de la valoración presidencial, aunque es preciso corroborarlo en nuevas investigaciones debido a las limitaciones mencionadas.

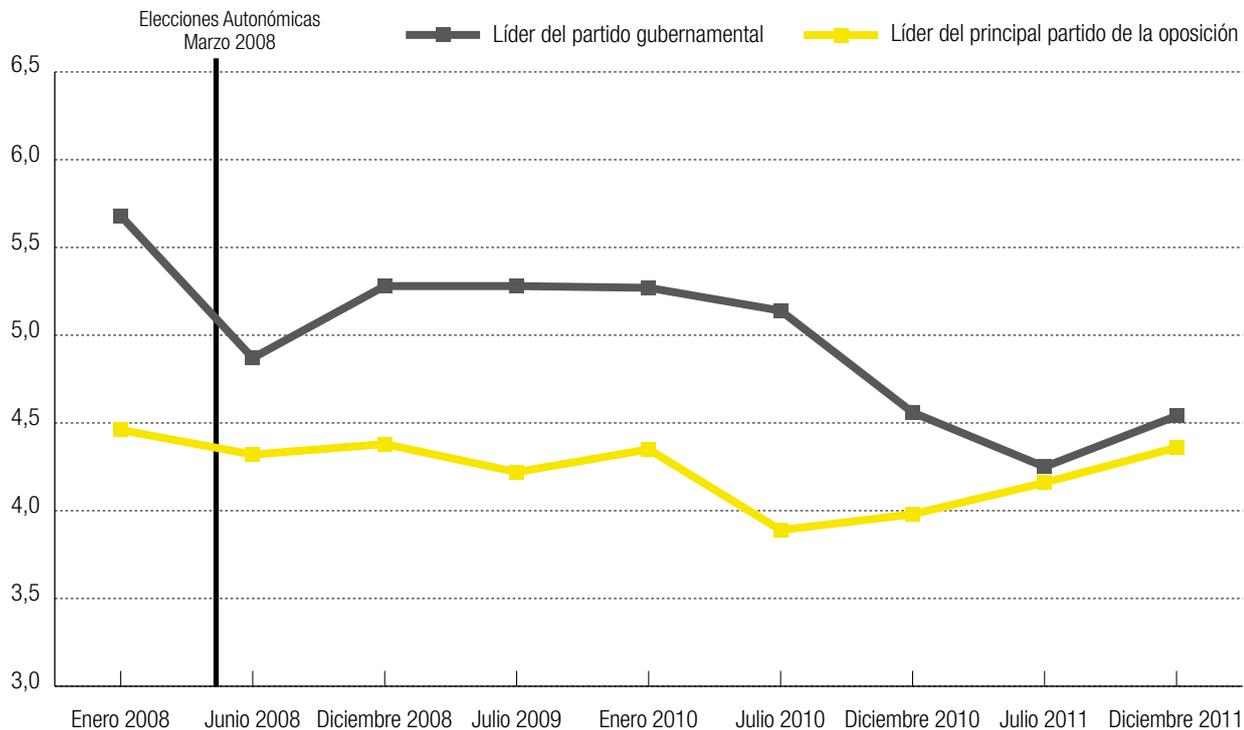
2.2.2. El principal líder de la oposición autonómica

Siguiendo la estrategia analítica empleada en los subapartados anteriores, a continuación se examina la evolución de la popularidad del principal líder de

la oposición autonómica, medida en una escala de 0 a 10, a lo largo de los mandatos integrados en el periodo 2004-2016. De acuerdo con el análisis diseñado, se incorpora la valoración con la que contaba este líder antes del inicio de cada mandato objeto de estudio. Asimismo, y en consonancia con el examen realizado respecto a los dirigentes nacionales, se presentan de manera conjunta los niveles de popularidad del principal líder de la oposición autonómica y de la presidencia autonómica.

En el gráfico 12 puede apreciarse la evolución de la valoración de ambos dirigentes durante el mandato 2004-2008. Este primer mandato queda inaugurado con las elecciones andaluzas de 2004. En ellas, el PP vuelve a sufrir una derrota. Su candidata, Teófila Martínez, continúa como la principal líder de la oposición. La popularidad de esta sufre una caída considerable tras la celebración de la convocatoria de marzo de 2004. Así, de contar con una popularidad de 4,79 puntos en diciembre de 2003 pasa a obtener 4,17 puntos en junio de 2004. Por consiguiente, y como ya se detectase al analizar la presidencia regional, la jefa del principal partido de la oposición autonómica tampoco disfruta de una fase de euforia postelectoral o de luna de miel.

Gráfico 13. Evolución de la popularidad del presidente autonómico y del líder del principal partido de la oposición autonómica durante el mandato 2008-2012 en Andalucía



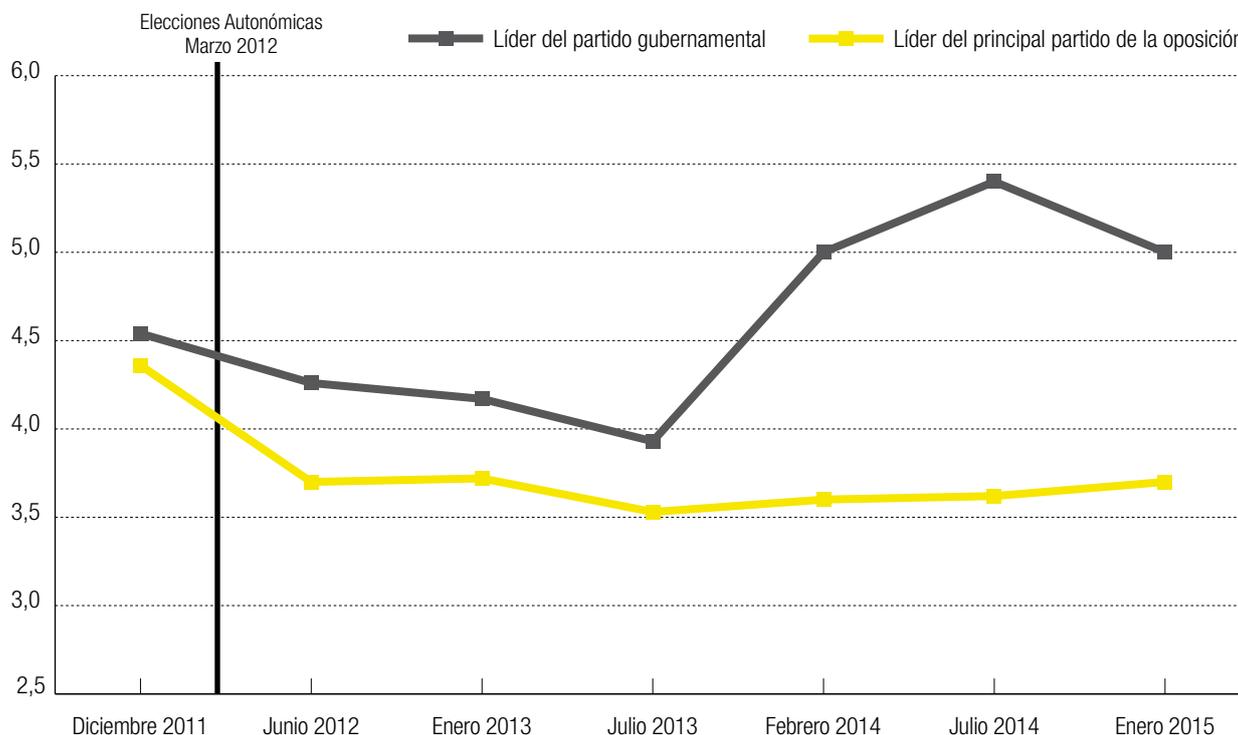
Fuente: elaboración propia a partir de los datos del EGOPA, 2008-2012.

La evolución de la popularidad durante el resto del mandato se encuentra condicionada por el cambio de liderazgo que se produce en el seno de la formación mayoritaria de la oposición. Así, Javier Arenas sustituye a Teófila Martínez al frente del PP. Como suele suceder en estas coyunturas, según los análisis previos, la popularidad del nuevo líder de la oposición registra un incremento respecto a la de su antecesora, situándose concretamente en 4,45 puntos en diciembre de 2004. Dicho efecto se mantiene de forma relativamente estable durante los meses siguientes. Sin embargo, en julio de 2006 se produce una caída de la popularidad del principal dirigente de la oposición, alcanzando su mínimo en el mandato con un 4,09. Tras este momento, su valoración experimenta una tendencia de recuperación a medida que se acercan las siguientes elecciones autonómicas. Así, su puntuación media consigue subir hasta los 4,46 puntos en enero de 2008. Todo ello supone que la popularidad del principal líder de la oposición evolucionó de manera paralela a la del presidente autonómico al inicio y al final del mandato. Por el contrario, de forma opuesta en la fase intermedia del mismo, lo cual podría deberse al cambio de liderazgo que tuvo lugar.

El segundo mandato objeto de examen, el cual comprende la legislatura 2008-2012, se inicia con la derrota de Javier Arenas en las elecciones autonómicas de marzo de 2008. De esta manera, el líder popular se mantiene como el jefe de la oposición andaluza. Tras la celebración de la mencionada convocatoria, registra un pequeño descenso en su valoración. Esta se reduce de un 4,46 en enero de 2008 a un 4,32 en junio del mismo año (gráfico 13). Estos datos corroboran la ausencia de una fase de euforia postelectoral o de luna de miel al inicio del mandato en la arena política regional y, concretamente, en lo que respecta al principal dirigente de la oposición.

Desde ese momento, la popularidad del principal líder de la oposición presenta una tendencia general de declive, con varias fluctuaciones a corto plazo, que se mantiene hasta más allá de la mitad del mandato. Tras registrar su mínimo en julio de 2010, con un 3,89, la valoración del jefe de la oposición se beneficia de una etapa progresiva de subida a medida que se aproximan las siguientes elecciones autonómicas. Solo tres meses antes de que estas tengan lugar en marzo de 2012, el principal dirigente de la oposición incrementa su popularidad hasta los 4,36 puntos. Por tanto, concurre a estas

Gráfico 14. Evolución de la popularidad del presidente autonómico y del líder del principal partido de la oposición autonómica durante el mandato 2012-2015 en Andalucía



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del EGOPA, 2011-2015.

consultas con la popularidad más alta del mandato y situándose solo a 0,18 puntos del presidente autonómico, a falta del desarrollo de la campaña electoral. Ello puede contribuir a explicar la victoria del líder del principal partido de la oposición en las elecciones andaluzas de marzo de 2012. Sin embargo, se mantiene en la oposición regional al no conseguir los apoyos suficientes para conformar gobierno. La descripción realizada refleja que las valoraciones del jefe de la oposición y del presidente autonómico evolucionan de forma paralela en la fase inicial del mandato y justo antes de la celebración de las elecciones que cierran el mismo. Por el contrario, registran una tendencia de evolución contraria a partir de la mitad del mandato, lo cual puede deberse al cambio registrado en abril de 2009 en la Presidencia de la Junta de Andalucía.

Finalmente, el gráfico 14 presenta los niveles de popularidad del principal líder de la oposición y del presidente regional durante el tercer mandato (2012-2015). El candidato ganador de las consultas de 2012 se mantiene

en la oposición como en el mandato anterior, en esta ocasión, por no conseguir los apoyos suficientes para formar gobierno. En este sentido, Javier Arenas experimenta un descenso en su valoración después de las elecciones autonómicas de marzo de 2012. Tras registrar un 4,36 en diciembre de 2011, su popularidad decae en el junio de 2012 hasta los 3,70 puntos. Por consiguiente, vuelve a confirmarse la inexistencia de una fase de euforia postelectoral o de luna de miel.

El resto del mandato se encuentra marcado por los dos cambios de liderazgo sucesivos que tienen lugar en el seno de la principal formación de la oposición. Así, en primer lugar, Javier Arenas es sustituido en el cargo por Juan Ignacio Zoido. Los niveles de valoración no se ven afectados prácticamente por esta sucesión, ya que solo se incrementan 0,02 puntos en enero de 2013. Más aún, la popularidad del nuevo dirigente de la oposición andaluza sufre seguidamente una caída hasta registrar el mínimo del mandato, al situarse en un 3,53 en julio de 2013. Tras una ligera recuperación, se produce

el segundo cambio de liderazgo. En esta ocasión es Juan Manuel Moreno quien accede al cargo de mayor responsabilidad en el principal partido de la oposición. El efecto en la popularidad es bastante limitado, ya que la subida que tiene lugar al final del mandato es de solo 0,10 puntos. De este modo, la valoración del principal líder de la oposición se sitúa en un 3,70 en enero de 2015, la misma cifra registrada al comienzo del mandato. Dos meses después, tienen lugar las elecciones regionales de marzo de 2015, en las que el jefe de la oposición se mantiene como tal al sufrir una derrota.

De lo anterior puede extraerse que las popularidades del presidente autonómico y del principal líder de la oposición evolucionan paralelamente, aunque con magnitudes diferentes, durante gran parte del mandato. No obstante, existen algunas excepciones que podrían deberse a los cambios de liderazgo producidos.

En definitiva, el análisis de la popularidad del principal líder de la oposición autonómico arroja resultados interesantes. Así, se confirma que en el ámbito regional, al menos en el caso de Andalucía, no se produciría una fase de euforia postelectoral o de luna de miel en la valoración del jefe de la oposición. Por el contrario, sí se detecta la existencia de un declive progresivo en la popularidad del principal dirigente de la oposición hasta la mitad del mandato o algo más. En todos los mandatos analizados parece apreciarse un incremento de su popularidad justo antes de la llegada de las siguientes elecciones, si bien ello no puede confirmarse debido a los efectos que los cambios de liderazgo producidos generan en los niveles de valoración. En todo caso, en ningún momento la popularidad del jefe de la oposición logra superar a la del presidente autonómico, ni siquiera en el mandato en el que consigue ganar las elecciones, al menos según puede extraerse de los datos disponibles.

3. La popularidad de los líderes a lo largo de sus carreras políticas

En este apartado se examina la popularidad de los líderes a lo largo de sus carreras políticas. De esta manera, se observa la valoración que reciben de la ciudadanía desde que acceden al cargo de mayor responsabilidad política de sus respectivas formaciones, o desde el inicio del periodo de análisis, hasta que abandonan dicho cargo, o concluye el periodo de estudio.

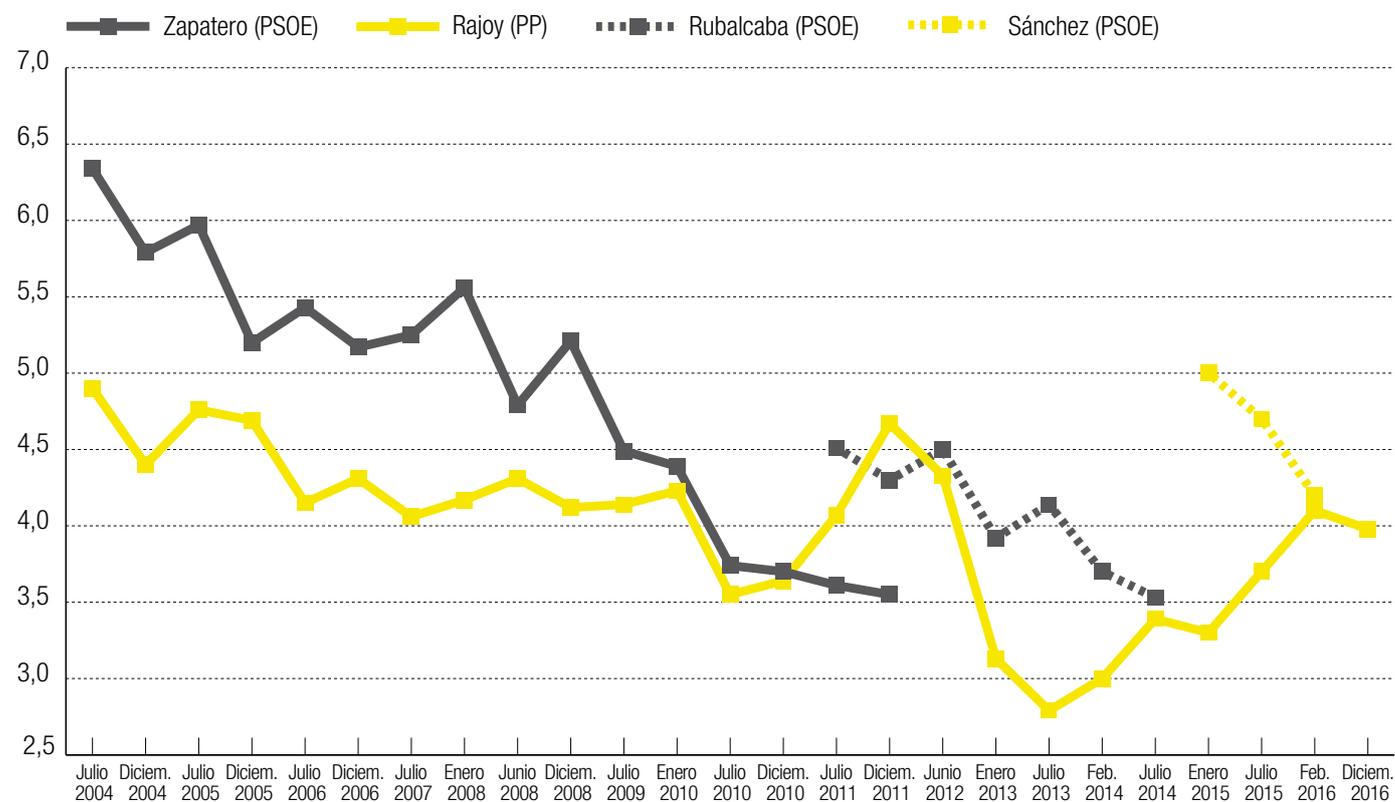
Así puede extraerse si, además de las pautas de continuidad detectadas en cada uno de los mandatos analizados, existe algún patrón en la percepción que la ciudadanía se conforma de los líderes a lo largo del tiempo, considerado este de manera general. De esta manera, pretende observarse si el paso del tiempo tiene algún efecto en dicha percepción, principalmente si se produce o no un desgaste en la valoración de los líderes conforme avanza su carrera política. Los hallazgos obtenidos previamente respecto a los cambios de liderazgo apuntan a que los líderes suelen gozar de sus mayores niveles de popularidad cuando acceden a la dirección de sus partidos. Por ello, es necesario comprobar si ese efecto se diluye o no de manera progresiva con el transcurso del tiempo, más allá de las fluctuaciones que se producen en cada mandato considerado de manera individualizada.

Este examen comprende también el periodo temporal 2004-2016. De modo similar a los análisis anteriores, se observan los niveles de popularidad del presidente y del principal líder de la oposición en los dos niveles territoriales con más poder en juego, el nacional y el regional.

3.1. Los líderes políticos nacionales

En cuanto a los líderes políticos nacionales, observaremos cómo ha ido evolucionando la popularidad de los presidentes y de los principales líderes de la oposición que se han sucedido a lo largo del periodo 2004-2016. El propósito en este subapartado consiste en tratar de definir tendencias de evolución generales, más allá de las pautas de continuidad detectadas en los mandatos y de las fluctuaciones a corto plazo.

Gráfico 15. Evolución de la popularidad de los líderes nacionales a lo largo de sus carreras políticas en Andalucía (2004-2016)



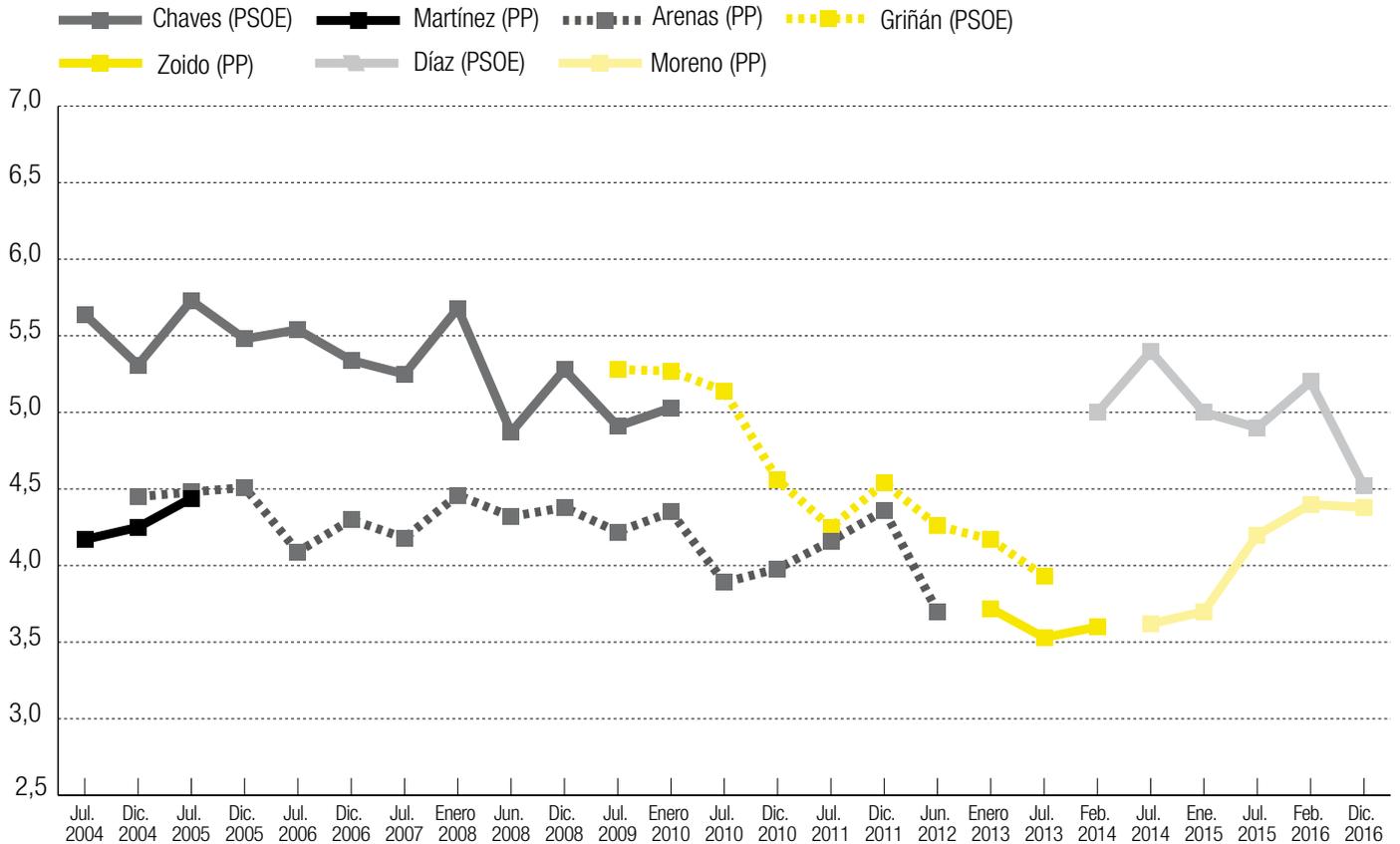
Fuente: elaboración propia a partir de los datos del EGOPA, 2004-2017.

Como puede apreciarse en el gráfico 15, tanto los presidentes como los jefes de la oposición nacionales presentan una tendencia general de declive de su popularidad a lo largo del desarrollo de sus carreras políticas. Así, en lo que se refiere a los presidentes nacionales, por un lado, José Luis Rodríguez Zapatero experimenta una caída de 2,80 puntos entre el inicio del periodo de análisis y su retirada como jefe del gobierno; mientras que Mariano Rajoy, por su parte, registra un descenso de 0,92 puntos entre el inicio y el final del periodo temporal objeto de estudio.

En lo relativo a los principales líderes de la oposición, la popularidad de Alfredo Pérez Rubalcaba disminuye 0,98 puntos desde que es nombrado candidato del PSOE a las elecciones generales hasta que renuncia como principal líder de la oposición. De modo similar, Pedro Sánchez experimenta un declive de su valoración desde que accede al cargo de mayor responsabilidad de su formación política hasta la conclusión del periodo de estudio, cifrándose en -0,80 puntos.

En definitiva, estos resultados suponen que los principales líderes nacionales suelen sufrir un desgaste progresivo en sus niveles de popularidad desde que acceden al cargo de mayor responsabilidad política de sus partidos. Por tanto, suelen obtener su mayor valoración cuando son nombrados como los líderes de sus respectivas formaciones, tras un cambio de liderazgo. Desde ese momento, van perdiendo gradualmente la confianza de la ciudadanía con el transcurso del tiempo, ante el posible incumplimiento de las expectativas generadas y la dificultad de generar nuevas esperanzas. Esta interpretación, al basarse en términos generales, es compatible con los patrones de evolución que registra la popularidad en el marco de los mandatos y con las fluctuaciones a corto plazo, como puede observarse en el elemento gráfico señalado.

Gráfico 16. Evolución de la popularidad de los líderes regionales a lo largo de sus carreras políticas en Andalucía (2004-2016)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del EGOPA, 2004-2017.

3.2. Los líderes políticos autonómicos

En lo que se refiere a los líderes políticos autonómicos, y de modo similar al subpartado anterior, presentaremos la evolución de la valoración de los presidentes y de los principales líderes de la oposición que han protagonizado el periodo 2004-2016. En relación con ello, se pretende detectar grandes tendencias de evolución desde un horizonte temporal más amplio, el cual englobaría los patrones de continuidad identificados previamente en los diferentes mandatos y las fluctuaciones a corto plazo. Dichos datos pueden observarse en el gráfico 16.

En este caso, los niveles de popularidad de quienes asumen la presidencia autonómica también experimentan una tendencia general de descenso en el

transcurso de sus carreras políticas. De este modo, la valoración de Manuel Chaves decae en 0,71 puntos desde el comienzo del periodo objeto de análisis hasta su dimisión. El declive de la popularidad de José Antonio Griñán a lo largo del tiempo es más profundo, al registrar -1,35 puntos desde que accede a la Presidencia de la Junta de Andalucía hasta que abandona la misma. Susana Díaz, por su parte, sufre un deterioro de su popularidad de 0,48 puntos desde su nombramiento como presidenta autonómica hasta el final del periodo.

Quienes ejercen como principales líderes de la oposición, por su parte, presentan evoluciones dispares a partes iguales. Así, Javier Arenas y Juan Ignacio Zoido sufren una tendencia general de descenso de popularidad a lo largo de sus trayectorias políticas. De este modo, la caída del primero se

sitúa en 0,75 puntos y la del segundo en 0,12 puntos. Teófila Martínez y Juan Manuel Moreno, por el contrario, no experimentan un deterioro en su valoración durante el periodo temporal estudiado. En el caso de Martínez su popularidad se incrementa en 0,27 puntos tras anunciar su abandono como líder regional del PP. Juan Manuel Moreno, por su parte, experimenta una tendencia general de subida desde su acceso al liderazgo del principal partido de la oposición hasta el final del periodo de análisis. Ello supone un incremento de su popularidad de 0,76 puntos entre las observaciones inicial y final.

En definitiva, este análisis también corrobora que los líderes políticos autonómicos también suelen sufrir un desgaste progresivo en su popularidad desde que son nombrados como máximos dirigentes de sus respectivas formaciones. En este sentido, respecto a la presidencia regional, se observa cómo la percepción que la ciudadanía tiene de la labor política de sus representantes se deteriora paulatinamente por el mero transcurso del tiempo. Lo mismo les sucede a quienes detentan el liderazgo de la oposición. No obstante, pueden producirse excepciones si el periodo temporal analizado no incorpora la carrera política completa de estos líderes. Como consecuencia de ello, podemos observar incrementos de popularidad derivados de los efectos en progreso de cambios de liderazgo o producto del abandono de la mayor responsabilidad política del partido.

4. Conclusiones

El objetivo del presente estudio consistía en realizar un análisis comprehensivo de la percepción que la ciudadanía se conforma de sus representantes políticos. Con este propósito, se ha llevado a cabo un examen de la evolución de la popularidad de los líderes políticos a lo largo del tiempo en dos vertientes. En este sentido, se ha observado la evolución de dicha valoración tanto a lo largo de los mandatos como a lo largo de las carreras políticas de los representantes públicos. En esta tarea se han considerado tanto a los presidentes como a los líderes del principal partido de la oposición de los niveles territoriales nacional y autonómico. Por consiguiente, se contraponen la percepción que la población andaluza tiene de ambos tipos de representantes durante el periodo 2004-2016.

Los resultados obtenidos permiten afirmar que la percepción que la ciudadanía se conforma de los líderes presenta pautas de continuidad a lo largo del tiempo, por lo que la misma seguiría patrones de evolución definidos más allá de la influencia de factores a corto plazo. En este sentido, la popularidad que los representantes políticos tienen entre la ciudadanía se encontraría condicionada por el calendario electoral. Dicho de otro modo, la distancia temporal que separa cada momento de la legislatura con las elecciones que inauguran y cierran cada mandato afectaría a la valoración que la ciudadanía hace de sus líderes. Ello podría deberse a que los factores que los individuos

Tanto los líderes políticos nacionales como los autonómicos sufren un desgaste progresivo de su popularidad a medida que avanza su carrera pública. Este declive propiciado por el paso del tiempo se traduce en una tendencia global más allá de los patrones de evolución detectados en los mandatos y de las fluctuaciones a corto plazo

utilizan para evaluar a los líderes, como la satisfacción con la gestión del gobierno, podrían variar a lo largo del mandato. Estos patrones de evolución de la popularidad, que pueden ser diferentes según la situación política existente, suelen distorsionarse con los cambios de liderazgo que se producen en el seno de cualquier mandato en curso.

Por otro lado, la imagen que la ciudadanía se forma de sus representantes suele presentar pautas más definidas en el caso de los líderes nacionales, frente a los líderes autonómicos. No obstante, en lo que respecta a la popularidad de los representantes a lo largo de sus carreras políticas, y no solo circunscrita a cada mandato, ambos tipos de líderes experimentan la misma tendencia. Así, los líderes políticos suelen sufrir un desgaste progresivo de su popularidad a medida que avanza su carrera pública. Este declive propiciado por el paso del tiempo, ante la ausencia de nuevas expectativas, se traduce en una tendencia global más allá de los patrones de evolución detectados en los mandatos y de las fluctuaciones a corto plazo. Desde esta perspectiva, la limitación de mandatos no solo sería conveniente desde el punto de vista de la calidad democrática, sino también de la estrategia partidista.

Por consiguiente, estos hallazgos pueden contribuir, no solo a conocer con mayor profundidad cómo operan los mecanismos de percepción ciudadana con respecto a los líderes políticos, sino también a la toma de decisiones políticas.

5. Bibliografía

CAÍNZOS, M. A. Y JIMÉNEZ, F. (2003):

La valoración de candidatos como factor explicativo del voto. Análisis comparado de sus efectos en elecciones generales y autonómicas. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.

CURTICE, J. (2006):

«Is Holyhood accountable and representative?» en BROMLEY, C.; CURTICE, J.; MCCRONE, D. y PARK, A (eds.): *Has devolution delivered?* Edinburg: Edinburgh University Press, pp. 90-108.

MUELLER, J. E. (MARZO DE 1970):

«Presidential popularity from Truman to Johnson», en *American Political Science Review*. Cambridge: Cambridge University Press, 64 (1), pp. 18-34.

NORPOTH, H. (SEPTIEMBRE DE 1984):

«Economics, politics, and the cycle of presidential popularity», en *Political Behavior*. New York: Agathon Press, 6 (3), pp. 253-273.

ORTEGA, C. Y MONTABES J. (ABRIL-JUNIO DE 2011):

«Identificación partidista y voto: Las elecciones autonómicas en Andalucía (2004-2008)», en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 134, pp. 27-53.

POPKIN, S.; GORMAN, J. W.; PHILLIPS, C. Y SMITH, J. A. (SEPTIEMBRE DE 1976):

«Comment: What have you done for me lately? Toward an investment theory of voting», en *American Political Science Review*. Cambridge: Cambridge University Press, 70, pp. 779-805.

REIF, K. Y SCHMITT, H. (MARZO DE 1980):

«Nine second-order national elections—A conceptual framework for the analysis of european elections results», en *European Journal of Political Research*. Colchester: ECPR Press, 8 (1), pp. 3-44.

RICCO, G. (2009):

Líderes políticos, opinión pública y comportamiento electoral en España. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

RICCO, G. (2014):

«Candidatos y voto en las elecciones autonómicas», en PALLARÉS, F. (ed.): *Elecciones autonómicas 2009-2012.* Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 339-362.

ROBLES, A.; DELGADO, S.; MARTÍNEZ, G. Y VÁZQUEZ, R. (MARZO DE 2008):

«Liderazgo político en Andalucía. Percepción ciudadana y social de los líderes autonómicos», en *Colección Actualidad*. Sevilla: Centro de estudios Andaluces, 25, pp. 1-21.

STIMSON, J. A. (MARZO DE 1976):

«Public support for American Presidents: A cyclical model», en *Public Opinion Quarterly*. Oxford: Oxford University Press, 40 (1), pp. 1-21.

TORCAL, M. Y MONTERO, J. R. (1991):

«Las Comunidades Autónomas como “arenas” de competición electoral», en *Política y Sociedad*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 8, pp. 101-112.

NÚMEROS PUBLICADOS

- ...
- 29: Protección legislativa del litoral andaluz frente a las especies invasoras: el caso Doñana
- 30: El valor monetario de la salud: estimaciones empíricas
- 31: La educación postobligatoria en España y Andalucía
- 32: La pobreza dual en Andalucía y España
- 33: Jubilación y búsqueda de empleo a edades avanzadas
- 34: El carácter social de la política de vivienda en Andalucía. Aspectos jurídicos
- 35: El camino del éxito: jóvenes en ocupaciones de prestigio
- 36: Mutantes de la narrativa andaluza
- 37: Gobernanza multinivel en Europa. Una aproximación desde el caso andaluz
- 38: Partidos políticos, niveles de gobierno y crecimiento económico regional
- 39: Bilingüismo y Educación. Incidencia de la Red de Centros Bilingües de Andalucía
- 40: Marroquíes en Andalucía. Dinámicas migratorias y condiciones de vida
- 41: Obstáculos y oportunidades. Análisis de la movilidad social intergeneracional en Andalucía
- 42: El vandalismo como fenómeno emergente en las grandes ciudades andaluzas
- 43: Transformando la gestión de recursos humanos en las administraciones públicas
- 44: Valores y conductas medioambientales en España
- 45: ¿Sabemos elegir? Introducción al estudio de la conducta económica de las personas
- 46: Metro ligero e innovación para la movilidad sostenible de las áreas metropolitanas andaluzas
- 47: El papel de las regiones en la actual Unión Europea
- 48: Nuevos enfoques en el diseño de los copagos farmacéuticos
- 49: La inmigración en Andalucía. Un análisis con datos de la Seguridad Social (2007-2008)
- 50: Arte contemporáneo y sociedad en Andalucía
- 51: La creación de una nueva realidad empresarial. El caso de Andalucía
- 52: Nuevos modelos de familia en Andalucía y políticas públicas
- 53: Rasgos básicos del envejecimiento demográfico y las personas mayores en Andalucía
- 54: Género, salud y orden social. El caso del modelo clínico de transexualidad
- 55: Gestión del pluralismo religioso en el ámbito autonómico y local
- 56: La educación como factor determinante de la movilidad intergeneracional en Andalucía
- 57: Las compañías de bajo coste en los aeropuertos andaluces
- 58: La construcción del sujeto político entre los jóvenes en riesgo
- 59: La disposición a pagar por el medio ambiente. Un análisis con datos de Andalucía
- 60: La inmigración en Andalucía. Un análisis con datos de la Seguridad Social en 2009
- 61: Percepción de la desigualdad y demanda de políticas redistributivas en Andalucía
- 62: Las violencias masculinas y la prevención de la violencia contra las mujeres
- 62: Las violencias masculinas y la prevención de la violencia contra las mujeres
- 63: La población infantil ante las nuevas tecnologías de la información. Una aproximación a la realidad de los nativos digitales andaluces
- 64: El contacto de la ciudadanía con los ayuntamientos como forma de participación política en Andalucía
- 65: Hacia un modelo de movilidad urbana sostenible
- 66: Las transiciones hacia el empleo de la juventud andaluza
- 67: El sector de los alimentos ecológicos en Andalucía: diagnóstico, retos y estrategias
- 68: Percepción de los españoles y andaluces ante la pobreza
- 69: La presencia de las mujeres en los ayuntamientos andaluces (1979-2011)
- 70: Un relato sobre identidad y vida buena en Andalucía
- 71: Bienestar, desigualdad y pobreza en Andalucía: un estudio comparativo con el resto de España a partir de las encuestas de condiciones de vida 2006 y 2012
- 72: Competencias autonómicas y gestión de la cuenca del Guadalquivir
- 73: Reformas legislativas, incumplimientos de la Carta Social Europea y su invocación en los órganos judiciales
- 74: Reforma constitucional y nuevo paradigma del Estado social. De la ordenación contingente a la organización consciente del bienestar
- 75: *Bullying, cyberbullying y dating violence*. Estudio de la gestión de la vida social en estudiantes de Primaria y Secundaria de Andalucía
- 76: ¿Odiarnos la política?
- 77: Determinantes sociales de la salud en Andalucía
- 78: Líderes políticos y calendario electoral. Un análisis de la percepción de la población andaluza

IDAD



El golpe. Cultura del entorno



Centro de Estudios Andaluces
**CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA,
ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA**