

EL LIDERAZGO DE BLAIR Y AZNAR HACIA EL CENTRO POLÍTICO

SEBASTIÁN LAVEZZOLO

Universidad de Nueva York

LLUÍS ORRIOLS

Universidad de Oxford

1. INTRODUCCIÓN.—2. ARGUMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN.—3. HIPÓTESIS DE TRABAJO: EL LIDERAZGO Y LA LEALTAD.—4. ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN: EL LIDERAZGO DE BLAIR Y AZNAR.—5. RESULTADOS: 5.1. *El liderazgo de Tony Blair*. 5.2. *El liderazgo de José María Aznar*.—6. DISCUSIÓN.—7. BIBLIOGRAFÍA.—APÉNDICE 1: EL MÉTODO DE ESTIMACIÓN DEL EFECTO PROYECCIÓN.—APÉNDICE 2: DESCRIPCIÓN DE LAS VARIABLES EMPLEADAS EN LOS MODELOS ESTADÍSTICOS.

RESUMEN

Los modelos espaciales derivados de la teoría de Downs toman las preferencias de los votantes como exógenas al proceso político. Según esta visión los partidos que quieren maximizar el número de votos son los que deben moverse hacia el votante mediano y no viceversa. En este artículo rompemos con este supuesto y estudiamos la capacidad de los partidos de ejercer un *efecto liderazgo* sobre las preferencias de los votantes. Para ello analizamos los casos de moderación política de Tony Blair en el Reino Unido y de José María Aznar en España. Nuestros resultados confirman que estos líderes políticos fueron capaces de alterar las preferencias de los votantes, aunque esta capacidad dependió de la identificación o lealtad hacia el partido.

Palabras clave: preferencias endógenas, liderazgo, lealtad, Blair, Aznar.

ABSTRACT

The spatial models derived from Downs's theory assume that voters' preferences are exogenous to the political process. According to this vision, vote-maximising parties have to move towards the median voter and not vice versa. In this article we challenge this assumption and study the capacity of political parties to lead the preferences of the electorate. The article focuses on two cases of political moderation: Tony Blair in the United Kingdom and Jose Maria Aznar in Spain. Our results confirm that to some extent these political leaders were able to modify the preferences of the electorate, although their capacity to do so depended on voters' identification with or loyalty towards the party.

Key words: endogenous preferences, leadership, loyalty, Blair, Aznar.

1. INTRODUCCIÓN

Desde la aparición del influyente trabajo de Anthony Downs, *An Economic Theory of Democracy* (1957), los modelos espaciales de voto han supuesto que las preferencias de los votantes son fijas y que, por tanto, los partidos que quieren maximizar el número de votos son los que deben moverse hacia el votante mediano. No obstante, dichos modelos han dejado al margen un hecho extremadamente significativo para la competición política así como para el análisis del comportamiento electoral o de la estrategia de los políticos: los partidos pueden ejercer un *efecto liderazgo* sobre las preferencias de los votantes, haciendo que los últimos cambien sus preferencias en respuesta a movimientos de los primeros. Esto es, reconocer que las preferencias de los votantes son endógenas al propio proceso político. En este sentido, y siguiendo una incipiente línea de investigación, pondremos a prueba el supuesto de preferencias exógenas.

Para ello analizaremos dos casos históricos de moderación política: el Nuevo Laborismo de Tony Blair en el Reino Unido y el viaje hacia el centro del Partido Popular liderado por José María Aznar en España. Nuestras hipótesis de liderazgo y lealtad indican que los partidos tienen cierta capacidad de influencia sobre las preferencias de los votantes, y que dicha capacidad depende de la identificación o lealtad de éstos hacia ese partido. Junto a una descripción narrativa de ambos procesos de moderación ofrecemos un análisis empírico a través del cual confirmamos nuestras hipótesis. Los resultados animan al desarrollo de trabajos analíticos similares que promuevan, en definitiva, la voluntad de endogeneizar las preferencias de los votantes.

El trabajo está organizado de la siguiente manera: en la próxima sección presentamos la argumentación teórica de nuestra investigación. Por un lado exponemos el punto de partida desde donde surgen nuestras reservas teóricas al supuesto de preferencias fijas para, a continuación, desarrollar dicha crítica teórica junto a una breve revisión de los trabajos más destacados de la literatura que apuntan en la misma dirección. En la tercera sección, argumentamos y resumimos nuestras hipótesis de trabajo. En el cuarto apartado explicamos nuestra estrategia de investigación, esto es, la elección de los casos de estudio y fundamentalmente la metodología empleada en el análisis empírico. En la quinta sección analizamos los resultados empíricos que, en cada caso, irán precedidos por una breve descripción histórica del proceso de moderación. Finalmente, en la última sección, damos paso a la discusión de nuestros resultados.

2. ARGUMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

Desde el trabajo de Downs (1957) los modelos espaciales se han convertido en una herramienta fundamental para la ciencia política. Sus contribuciones respecto al comportamiento de los votantes, los partidos y el gobierno en condiciones de certidumbre e incertidumbre no sólo han servido como referencia para la teoría del voto, sino que también han dado lugar a una particular forma de razonar los problemas de la ciencia política consolidando los enfoques metodológicos deductivos de la elección racional como una de las herramientas analíticas más potentes de nuestra disciplina.

Además de su contribución en el ámbito metodológico, las formulaciones e implicaciones teóricas del modelo downsiano han sido determinantes para los estudios sobre comportamiento electoral y para los análisis sobre competición política de los partidos. La idea de *votante mediano* y de *confluencia espacial de los partidos* han sido centrales en la literatura. No obstante, varios aspectos de la teoría de Downs han sido muy criticados. Entre ellos destacan la dinámica centrípeta del modelo (McDonald y Rabinowitz, 1989), su visión unidimensional (Enelow y Hinich, 1984; Davis, Hinich y Ordeshook, 1970; Hinich y Munger, 1997) o sus supuestos acerca de las preferencias de los políticos (Wittman, 1983; Kollman, 1992).

Sin embargo, es evidente que la literatura ha explotado algunos aspectos de la teoría de Downs más que otros. Entre aquellos puntos menos criticados, aunque no menos discutibles, se encuentra el que abordaremos y pondremos a prueba en este trabajo, esto es, el supuesto de preferencias exógenas. La idea de que las preferencias de los votantes son exógenas al proceso

político es muy frecuente en los modelos de economía y ciencia política. Siguiendo los parámetros de análisis de la microeconomía, se asumen las preferencias de los votantes como dadas y fijas. En este sentido, las preferencias de los individuos son esencialmente estables y sólo se ven alteradas por cambios que se producen fuera del proceso político como, por ejemplo, cambios en la posición socio-económica o en situaciones en las que se añade nueva información. Así pues, Downs señala en el comienzo de su trabajo:

«To simplify the analysis, we assume that every citizen has a fixed conception of the good society and has already related it to his knowledge of party policies in a consistent manner» (1957: 47).

A diferencia de Schumpeter, quien entiende la Democracia como un mecanismo meramente instrumental y que considera, analíticamente, la selección de líderes de forma separada de la preferencia de los votantes, Downs, con este supuesto, sí atribuye un valor sustantivo a la Democracia, en donde responder a las preferencias de los votantes (*responsiveness*) resulta crucial en la competición partidista (Bartolini, 2002: 84-88). De hecho, en el supuesto de preferencias exógenas descansa la idea de que «el votante es quien manda», pues los partidos políticos frente a una distribución de preferencias «dadas» son quienes «acomodan» sus preferencias u ofertas políticas con el objetivo de maximizar el número de votos.

Es lógico teorizar que los partidos, en el gobierno o en la oposición, siempre tendrán incentivos para manipular las preferencias de los votantes con el fin de conseguir sus dos principales objetivos de forma simultánea: por un lado ofrecer un programa político acorde a sus principios ideológicos y, por el otro, responder a las demandas de los ciudadanos para ganar las elecciones. Es por eso que cambiar la distribución de preferencias de los votantes se convierte en una estrategia esencial. De hecho, es el propio Downs quien no cierra las puertas a la posibilidad de relajar el supuesto de preferencias exógenas al sugerir (sin desarrollar) posibles mejoras así como ampliaciones de su teoría:

«At the beginning of our study, we assumed that voters' tastes were fixed, which means that the voter distribution is given [...] major changes in it are among the most important political events possible, and though parties will move ideologically to adjust to the distribution under some circumstances, they will also attempt to move voter toward they own location, thus altering it» (1957: 140).

La coexistencia entre la *responsiveness* de los políticos y sus incentivos en modificar la distribución de preferencias ha sido considerada por la literatura (1). En primer lugar, encontramos varios estudios preocupados por las

implicaciones normativas que tienen para la teoría de la democracia la potencial capacidad de los políticos para influir o manipular la opinión pública (Page y Shapiro, 1983, 1992; Jacobs y Shapiro, 1989, 1994; Margolis y Mauser, 1989; McGraw, Best y Timpone, 1995; Maravall, 1999). Para ello, estos trabajos rompen con la concepción unidireccional de la relación entre opinión pública y políticas públicas (el *feedback* democrático) e invierten la dirección causal entre ambas variables.

El propio Downs reconoce el interés de los partidos por «alterar» la opinión de los votantes. Conceptualmente dicha capacidad de persuasión la plantea en términos de *liderazgo* y la considera habitual en contextos de incertidumbre:

«Leadership we define as the ability of influence voters to adopt certain views as expressing their own will. Leaders are men with influence over voters usually not full control of their voters, but at least some impact on their views about the best policies for parties to espouse. Leadership in this sense can exist only under conditions of uncertainty, because whenever men know the repercussions of every conceivable act, they need no advice to discover what is best for them» (1957: 87).

Jacobs y Shapiro (1994) llaman *opinion leadership* a dicha capacidad de persuasión. No obstante, creen que el liderazgo de las élites no tiene por qué oponerse al principio de responsabilidad, sino, por el contrario, debería complementarlo. Dicha valoración no es compartida por la mayoría de los autores quienes, generalmente, conciben el efecto de los políticos sobre la opinión pública como una manipulación o distorsión de sus preferencias, contraria al principio de responsabilidad.

Desde la perspectiva de la teoría de agencia, Maravall (1999) cree que los políticos (agente) siguen estrategias de persuasión o manipulación sobre el electorado (principal) para eludir posibles sanciones por parte de este último. Entre otras cosas, dicha estrategia les permite a los gobernantes aprobar políticas —*a priori*— impopulares con el apoyo del electorado. En su trabajo, el ejemplo del gobierno socialista embarcándose en una exitosa estrategia de persuasión política en relación a la OTAN, demuestra con absoluta clari-

(1) Existe una línea de trabajo en torno a la idea de preferencias endógenas desde una perspectiva teórico-formal. En ella se intenta estilizar la teoría de Downs relajando el supuesto de preferencias exógenas. Véase GERBER y JACKSON (1993) para un modelo bayesiano de preferencias adaptativas; JACKSON (1996) para un modelo de competición electoral con preferencias endógenas; GILL y FERSHTMAN (2000) para una perspectiva dinámica; o WARD (2000) para un escenario con múltiples equilibrios.

dad la idea de manipulación y sus implicaciones sobre la capacidad de control de los gobiernos por parte de los votantes.

Otra parte importante de la literatura es aquella con cierta perspectiva estructural —a largo plazo— en contraste con la del liderazgo estratégico —de corto plazo— apuntado anteriormente. Desde la economía, y desde dentro de la corriente conocida como *Behavioural Economics*, Samuel Bowles y su célebre artículo «*Endogenous Preferences: The Cultural Consequences of Markets and other Economic Institutions*», considera que los mercados, así como otras instituciones económicas, realizan otras tareas además de asignar bienes y servicios, esto es, influir en la evolución de los valores, los gustos y la personalidad de los consumidores (1998: 75). Por otro lado, desde la ciencia política, el trabajo de Przeworski y Sprague (1986) analiza el *trade-off* al que se han enfrentado históricamente los partidos socialistas entre maximizar el número de votos y ser fieles a los intereses de clase. Su conclusión es que estos partidos pueden optar por una estrategia de competición que atienda más a una estrategia de clase que a una estrategia electoral, pues tienen incentivos para maximizar la utilidad esperada no sólo de los votos, sino también de la ideología que estos representan (1986: 123-124). Es por eso que los autores de *Paper Stones* argumentan que los partidos pueden volcarse hacia una estrategia de *movilización*, intentando modificar, en términos normativos, las preferencias de los electores. La concepción de «*good society*» de los ciudadanos a la que hacía referencia Downs podría, entonces, ser endógena a las preferencias de los partidos. Przeworski y Sprague concluyen:

«The assumption that public opinion is exogenous to party strategies is absurd (...) Parties mold the “public opinion”: they present the public with images of society, evoke collective identification, [and] instill political commitments» (1986: 125-126).

En este sentido, el papel de los partidos políticos cobra un particular protagonismo en el plano teórico. La estrategia de «ajustarse» a las preferencias de los votantes para maximizar el número de apoyos deja de ser la única vía para ser el partido más votado. Ahora, relajando el supuesto de preferencias fijas e introduciendo el concepto de liderazgo de los partidos, la estrategia de «moldear» las preferencias de los electores sin necesidad de modificar sus posiciones políticas pasaría a ser una estrategia más atractiva para los partidos.

3. HIPÓTESIS DE TRABAJO: EL LIDERAZGO Y LA LEALTAD

Los argumentos teóricos sobre la maleabilidad de las preferencias de los ciudadanos hace que sea necesario replantear ciertos supuestos y dinámicas propuestas inicialmente por los modelos espaciales. En este sentido, el principal objetivo de nuestra investigación será poner a prueba el supuesto de preferencias exógenas.

Sabemos que, normalmente, los estudios de competición toman la posición de los partidos políticos como función de las preferencias ciudadanas. No obstante, cabe preguntarse: ¿Es posible que, a su vez, las preferencias sean función de la posición de los partidos políticos? A diferencia del modelo de Przeworski y Sprague, aquí estudiaremos un tipo de influencia más a corto plazo; es decir, no pretendemos analizar tanto la creación de identidades y sentimientos de clase, como la capacidad de convencimiento más bien de carácter puntual de los partidos sobre su electorado. Por tanto, nuestra primera hipótesis pone a prueba el concepto de liderazgo delineado, aunque no desarrollado, por Downs (1957) y recogido, entre otros, por Jacobs y Shapiro (1994).

H₁: Las preferencias de los individuos no son totalmente exógenas al proceso político. Los partidos tienen cierta capacidad de liderazgo o influencia sobre las preferencias de los votantes.

El concepto de liderazgo en la literatura normalmente se refiere a la capacidad de influencia que tienen los políticos sobre la opinión pública en general, pero en ningún momento se identifica la posibilidad de que el poder de persuasión de los partidos pueda ser más o menos efectivo dependiendo del grupo al que se dirige. En este sentido, nuestro trabajo añade a la idea de liderazgo un nuevo concepto: la *lealtad*. Desde nuestra óptica, la capacidad de influencia o liderazgo de los partidos políticos varía en función del grado de lealtad que muestran los electores. Así, un partido *A* es capaz de ejercer un liderazgo sobre sus propios simpatizantes, pero su influencia es sustancialmente menor (o nula) sobre los simpatizantes de un partido *B*.

El efecto de la identificación partidista sobre las actitudes y preferencias de los individuos tiene una larga tradición iniciada por la escuela de Michigan y particularmente por el influyente trabajo *The American Voter* (Campbell *et al.*, 1960). Según esta visión, la identidad partidista se adquiere en el proceso de socialización en una temprana edad y se mantiene estable a lo largo de la edad adulta. Si bien la identidad partidista apenas cambia, ésta es responsable, según esta literatura, de configurar las preferencias políticas de los ciudadanos (p.e. Jacoby, 1988; Goren, 2005). Numerosos estudios apun-

tan que los ciudadanos interpretan los eventos políticos y la información que reciben de forma que sea consistente su identidad de partido (Stokes 1966; Bartels 2002; Zaller 1992). Esta escuela está notablemente influenciada por la teoría de la disonancia cognitiva popularizada por Festinger tres años antes de la publicación del *The American Voter*. Según esta teoría, la discrepancia entre dos opiniones o creencias genera una tensión psicológica que normalmente se resuelve acomodando una de ellas a la otra para reducir la inconsistencia.

La escuela de Michigan supone, pues, una notable crítica al supuesto de preferencias exógenas de las teorías de elección racional. Mientras estas últimas asumen que las preferencias preceden el voto, los primeros las consideran en parte un producto de la identidad partidista. En este trabajo tomamos un punto intermedio entre ambas visiones. Si bien por un lado reconocemos que las preferencias de los ciudadanos son, en parte, exógenas al proceso político, por otro lado también creemos importante considerar a la identificación partidista como un factor que contribuye a dar forma a las preferencias, no a crearlas.

La inclusión de la lealtad en el estudio de las preferencias conlleva importantes implicaciones. En primer lugar, otorga a los partidos políticos, y no sólo a los gobernantes, un papel destacado. La mayoría de esta literatura estudia la manipulación, influencia o liderazgo que ejercen los políticos que sustentan el poder sobre la opinión pública en general. Incluyendo la lealtad, el estatus de gobernante se vuelve menos relevante (2) y pone a los partidos políticos en el centro del estudio. Por ejemplo, si hablamos de la capacidad de manipulación de un gobierno deberíamos siempre observar por separado el efecto que tiene sobre los simpatizantes de su partido y sobre los simpatizantes del partido de la oposición.

En segundo lugar, nuestra hipótesis supone un desafío a las tesis de Hirschman. En su popular obra *Salida, voz y lealtad* (1970), Hirschman también toma las preferencias como fijas. La lealtad, según su teoría, explica por qué los consumidores o votantes escogen la opción salida (cambiar de producto o partido) o la opción voz (usar los mecanismos internos para protestar), pero, en ningún caso, tiene un efecto sobre la estructura de preferencias de los individuos. Su modelo se opone claramente a nuestra visión sobre la lealtad, la cual facilita a los partidos ejercer un liderazgo sobre sus propios votantes.

(2) A pesar de ser una variable menos relevante, no cabe duda de que el hecho de estar en el gobierno permite acceder a más recursos de persuasión, especialmente medios de comunicación.

Para Hirschman la lealtad permite que la opción voz sea más atractiva que la opción salida cuando un partido se desvía de las preferencias de los individuos. Pero, ¿qué pasaría si la lealtad permitiera a los partidos la capacidad de arrastrar a su electorado cuando éstos se mueven? Si así fuera, los partidos serían capaces de reducir la discrepancia entre sus preferencias y las de los individuos. Al reducirse esta discrepancia, también se reducirían los incentivos al uso tanto de la voz como de la salida. En resumen, nuestra segunda hipótesis podría formularse de la siguiente manera:

H₂: La capacidad de liderazgo de un partido sobre los votantes depende de la identificación o lealtad de éstos hacia ese partido.

4. ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN: EL LIDERAZGO DE BLAIR Y AZNAR

Para poner a prueba las hipótesis presentadas más arriba, basaremos nuestra estrategia de investigación en el estudio de dos procesos históricos de moderación política: el encabezado por Tony Blair y su Nuevo Laborismo en el Reino Unido, y el liderado por el Partido Popular de José María Aznar en España. En la década de los ochenta, ambas fuerzas políticas cosechaban, elección tras elección, malos resultados en las urnas. Ahogados en sus respectivos espacios políticos ambos partidos se vieron obligados a emprender una larga marcha hacia el centro político. El resultado: una década más tarde ambos líderes dirigían unos partidos modernos, moderados y con amplias mayorías en el Parlamento. Blair y Aznar habían conseguido llevar a sus respectivos partidos a posiciones más moderadas permitiéndoles llegar al Gobierno.

Ambos casos presentan varias similitudes y nos permitirán analizar, desde los dos lados del espectro político, cómo el cambio en las preferencias de los partidos puede modificar las preferencias de los votantes. En el próximo apartado (Resultados) repasaremos la historia por la cual transitan cada uno de los líderes políticos y analizaremos los resultados empíricos. No obstante, antes de ello, apuntaremos algunos comentarios importantes acerca de los datos y la metodología empleados en este tipo de estudios, y describiremos la construcción de los modelos empíricos.

En cualquier análisis dinámico, como es el caso del cambio de preferencias, es necesario contar con información de tipo panel. Esta restricción es la que ha estado más presente en la literatura (3). De hecho, la mayoría de los

(3) Hasta donde alcanza nuestro conocimiento sólo un trabajo ha explotado los datos panel a nivel individual para poner a prueba el supuesto de preferencias exógenas (MARKUS y CONVERSE, 1979).

estudios empíricos en este campo utilizan datos agregados de sección-cruzada provenientes de encuestas en diferentes puntos en el tiempo incorporando, a veces con éxito y otras no, diferentes formulas para conseguir cierta interpretación dinámica de los resultados. (p.e. Schmitt y Tomasen, 2000; Iversen, 1994 o Gerber y Jackson, 1993). No obstante, existen casos en que surgen serios problemas de sesgo. Si la población de la muestra es diferente de una encuesta a otra y esa variación está correlacionada con el cambio de posición ideológica de algún partido, la interpretación de *liderazgo* puede ser errónea, pues podría tratarse de una relación espuria debido a un cambio en la composición de los apoyos electorales que éste recibe.

Además, existe un problema más grave en términos de inferencia causal. Los datos agregados y de sección cruzada nos dificultan filtrar la dirección de causalidad en la relación entre preferencias de los votantes y preferencias de los partidos. Este tipo de datos no nos permiten identificar quién mueve a quién, lo que supone una enorme limitación para los objetivos de esta pregunta de investigación. Este problema de inferencia causal desaparece si trabajamos con datos panel a nivel individual. El argumento es tan simple como que un individuo, por si solo, no es capaz de influir en la elaboración del programa político presentado por los partidos, mientras que las posiciones del partido sí pueden influir en el autoposicionamiento de cada uno de los encuestados. Si nuestra unidad de análisis son los individuos, la dirección de causalidad no debería dar lugar a dudas.

Afortunadamente, en este artículo disponemos de este tipo de datos para ambos países. Para el Reino Unido contamos con un panel que cubre un período suficientemente largo. Disponemos del *British General Election Panel* que empieza en 1992, antes de la llegada de Blair, hasta 1997 cuando ya se ha culminado el proceso de moderación del partido. En esta encuesta se pregunta en una escala del 0 al 10 la posición del partido y de los encuestados sobre el nivel apropiado de redistribución de la riqueza y sobre la nacionalización de la economía, ambas muy relacionadas con los cambios planteados en el Nuevo Laborismo de Tony Blair (4). Usaremos estas dos variables para medir el cambio ideológico en este país.

(4) En la variable de nacionalización el valor 0 significa aumentar la nacionalización de la economía y el valor 10 privatizar todas las empresas públicas. En la variable de redistribución, el valor 0 significa aumentar los esfuerzos para una mayor igualdad de la renta y el valor 10 se refiere a no preocuparse por este objetivo. En las encuestas británicas no suele preguntarse directamente por una escala ideológica. Ésta se construye a partir de una batería de preguntas en las que se incluyen las dos anteriores.

Lamentablemente no contamos con un panel tan largo para el caso español. Si bien lo óptimo, desde el punto de vista empírico, sería poner a prueba la hipótesis de liderazgo en el escenario del viaje al centro del PP desde 1989 hasta 2000, esto no es posible ya que dicha información (panel a nivel individual) no existe. No obstante, teniendo en cuenta el papel central jugado por José María Aznar en el proceso de moderación del PP, creemos que cualquier información de tipo panel durante el período en el que el propio Aznar lideró dicho proceso puede sernos útil para rastrear el efecto de su liderazgo. En este sentido, recurrimos al panel que el CIS efectuó durante las elecciones generales del 2000. En la encuesta se pregunta sobre la posición ideológica de los partidos políticos y la de los propios encuestados en la tradicional escala izquierda-derecha, antes y después de la campaña electoral. Con el uso de esta variable estudiaremos si el cambio ideológico del PP percibido por los electores en este período tuvo una influencia sobre el electorado.

En ambos países, la construcción de la posición ideológica de los partidos se realiza a partir de la percepción de los encuestados, siguiendo la pauta más común en los análisis espaciales en la ciencia política. Algunos autores se han mostrado críticos con este método aduciendo que los votantes no evalúan de forma objetiva la posición de los partidos, ya que ésta, según sugieren algunos estudios, suele ser un reflejo de su propia ideología. Este fenómeno, conocido en la literatura como *efecto proyección*, se caracteriza por la propensión de los individuos a sobrestimar la cercanía entre sus propias posiciones ideológicas y las de los partidos con los que se sienten identificados. Asimismo, también hay una tendencia a percibir como más alejadas las posiciones ideológicas de los partidos rivales. En el apéndice metodológico desarrollamos con mayor detalle la estrategia que hemos seguido para estudiar si existe un sesgo de proyección entre los encuestados. Nuestras estimaciones (véase tabla A1 del apéndice) encuentran un efecto relevante en este sentido y, por consiguiente, los modelos que mostramos en la parte empírica de este trabajo se estiman una vez descontamos este efecto proyección. El efecto proyección reduce (particularmente en el caso español) la magnitud de nuestros coeficientes, pero la diferencia no es relevante en términos sustantivos (5).

Nuestros resultados se basan en regresiones lineales donde la variable dependiente es el cambio de preferencias de los votantes y la variable independiente principal es el cambio de los partidos. Los modelos empleados son los siguientes:

(5) Por este motivo y por cuestiones de espacio en este artículo sólo incluimos los resultados de las regresiones que descuentan el efecto proyección.

Para la hipótesis de Liderazgo

$$v_{-1} - v_0 = \beta_0 + \beta_1 (p_{-1} - p_0) + \beta_2 pid_1 + \beta_3 pid_2 + \sum_{q=3}^Q \beta_{qj} x_{qij} + e \quad [1]$$

Para la hipótesis de Lealtad:

$$v_{-1} - v_0 = \beta_0 + \beta_1 (p_{-1} - p_0) + \beta_2 pid_1 + \beta_3 pid_2 + \beta_4 (p_{-1} - p_0) pid_1 + \beta_5 (p_{-1} - p_0) pid_2 + \sum_{q=3}^Q \beta_{qj} x_{qij} + e \quad [2]$$

Los términos v_{-1} y v_0 son la posición del votante en el tiempo t_{-1} y t_0 respectivamente; p_{-1} y p_0 representa la posición del PP o del Partido Laborista en los dos tiempos y la variable pid mide la identificación partidista del votante (identificados con el Partido Laborista o el PP según el caso, independientes e identificados con otros partidos). Por lo tanto, v_{-1} y v_0 recoge el cambio ideológico de los votantes y $(p_{-1} - p_0)$ el del partido. Los coeficientes asociados a esta última variable (β_1 en la primera hipótesis y β_1 , β_4 y β_5 en la segunda) son los que miden el efecto liderazgo, pues son los que muestran en qué medida el cambio ideológico del partido explica el cambio de los individuos. En la segunda hipótesis efectuamos una interacción entre pid y $(p_{-1} - p_0)$ para comprobar si el efecto liderazgo de Blair y Aznar fue mayor entre los leales a su partido. El término $\sum_{q=3}^Q \beta_{qj} x_{qij}$ resume las variables socio-demográficas que utilizamos como control: edad, educación (primaria, secundaria o superior), nivel de información —en el caso español— y de interés en la política —en el caso británico.

5. RESULTADOS

5.1. *El liderazgo de Tony Blair*

La reforma del Partido Laborista, que culminó con la consolidación del *Nuevo Laborismo*, tiene como origen las sucesivas derrotas posteriores a

1974. De hecho, el partido fue perdiendo electorado de forma progresiva desde 1951, pero la crisis se hizo totalmente evidente a finales de los setenta (Kavanagh, 2002). La reacción del partido ante la derrota de 1979 contra la conservadora Margaret Thatcher fue la radicalización de sus posturas hacia la izquierda. El ala izquierda del partido responsabilizó a las políticas del gobierno laborista (1974-79) de su derrota electoral, ya que éstas fueron consideradas contrarias a la clase trabajadora y responsables de alienar las bases del partido (Richards, 1999). Esta tesis fue la que prevaleció dentro del partido y la que provocó una radicalización del ideario laborista. Dicha estrategia, se creía, haría posible la recuperación del apoyo de la clase trabajadora.

Sin embargo, en las elecciones de 1983 se hizo evidente que el diagnóstico de la crisis fue equivocado, pues sus resultados electorales fueron aún peores que en las anteriores elecciones. De hecho, debemos remontarnos hasta 1945 para encontrar una derrota de semejante envergadura. Fue esa derrota la que motivó al partido a cambiar su diagnóstico de la crisis y a iniciar su viaje al centro. Y es que la sociedad estaba cambiando; el sentimiento de clase entre los trabajadores iba disminuyendo y las políticas de reducción de impuestos y de menor intervencionismo iba ganando terreno dentro de este colectivo (Ludlam, 2001). Ese mismo año, Neil Kinnock fue proclamado líder laborista bajo la promesa de recuperar la unidad del partido y de moderarlo. Tanto su primera fase de *New Realism* (1983-87) como, muy especialmente, su segunda fase de *Policy Review* (1987-92) supusieron un importante cambio de orientación de las tesis del Partido Laborista. Quizás, su principal logro fue la reducción progresiva de las reivindicaciones más intervencionistas en la economía. Por ejemplo, se reconoció la voluntad de no volver a nacionalizar aquellas industrias privatizadas por los sucesivos gobiernos conservadores (Richards, 1999).

Pese a las importantes reformas efectuadas, el Partido Laborista volvió a perder las elecciones en 1992. Y es que, a pesar de que los votantes supieron apreciar ese giro al centro, aún consideraban que el partido mantenía muchos de los atributos asociados al «viejo» laborismo (Kavanagh, 2002). Tras el freno de las reformas durante el breve mandato de John Smith, el proceso tomó una especial fuerza con la llegada de Tony Blair quien finalmente logró reemplazar el calificativo de *Viejo* por el de *Nuevo* Laborismo.

Con la toma de Blair de la dirección del partido se inició una segunda fase de cambios. En su programa de reformas, Blair consideró especialmente importante la necesidad de modificar el tradicional compromiso con la nacionalización y la dependencia de su partido de los sindicatos. Con Blair, las posturas del Partido Laborista se volvieron más pragmáticas; se orientaron más a criterios funcionalistas que a criterios ideológicos. No parece extraño,

pues, que Blair considerara que, de entre las reformas programáticas necesarias, fuera especialmente importante cambiar el *public ownership* por el *public-private partnership*. Es por ese motivo que una de las primeras tareas de Blair como líder del partido fue plantear la reforma de la Cláusula 4 de los Estatutos del Partido Laborista, que recogía el tradicional compromiso laborista con la propiedad pública. Tony Blair salió victorioso de la conferencia del Partido Laborista de 1995 al conseguir, tras un duro debate interno, que la Cláusula 4 fuera modificada. Con la reforma, el significado de la Cláusula 4 cambió radicalmente: ahí donde se leía «common ownership of the means of production, distribution and exchange», pasó a leerse «the enterprise of the market and the rigour of competition» (Driver y Martell, 1998).

Para los moderados del partido, el cambio de la Cláusula 4 fue un simple reajuste de la constitución laborista que permitía recoger los objetivos reales del partido. Sin embargo, la izquierda laborista lo consideró como la pérdida de singularidad de su partido; con ella, también desaparecían sus diferencias respecto a los Conservadores o los Liberales (Driver y Martell, 1998). Lo que sí parece cierto es que, para el Partido Laborista, la reforma de la Cláusula 4 fue más una cuestión de imagen, de transmitir con mayor claridad al electorado su postura, que no un cambio significativo de sus objetivos. Como el mismo Blair reconocía:

«We should stop saying what we don't mean and start saying what we do mean, what we stand by, what we stand for. It is time we had a clear, up-to-date statement of the objects and objectives for our party» (6).

No cabe duda que la Cláusula 4 le resultaba a Blair especialmente molesta: se trataba de un objetivo que en realidad el partido nunca había puesto en práctica, pero que, en cambio, transmitía al electorado una imagen de *Old Labour*. La mejora electoral del partido pasaba por transmitir una imagen más moderna y no cabe duda de que la revisión de esta cláusula suponía la mejor metáfora de modernización y de cambio (Wilkinson, 1996).

Un segundo importante objetivo de Tony Blair como líder del Partido Laborista fue intensificar la distancia entre el partido y los sindicatos. Tradicionalmente, entre ambos existían intensas relaciones que beneficiaban a los dos. Esta relación le reportaba al Partido Laborista importantes recursos que le ayudaban a mantener las finanzas de la organización. A cambio, los sindicatos gozaban de un poderoso lobby político ante el gobierno y el parlamento (Farnham, 1996). La relación del Partido Laborista con los *Trade Unions*

(6) Extracto de la intervención de Tony BLAIR en la conferencia del Partido Laborista en Blackpool, 4 de octubre de 1994.

antes de la llegada de Blair fue variante, pero siempre muy intensa. En efecto, a ambas organizaciones les unían unos importantes vínculos organizativos, programáticos y personales (Ludlam, Bodah, Coates, 2002). Organizativamente, los *Trade Unions* estaban representados en el Comité Ejecutivo Nacional del partido (NEC), con una proporción de voto considerable. Además, las posiciones programáticas del Partido Laborista reflejaban gran parte de las aspiraciones de los *Trade Unions*, que ejercían una presión a la izquierda sobre el posicionamiento ideológico del partido.

La crisis entre el Partido Laborista y los *Trade Unions* se remonta a inicios de los ochenta. Entonces, los sindicatos sufrían unos pobres índices de popularidad y, para muchas facciones del partido, éstos fueron responsables de gran parte del descrédito que soportaba el Partido Laborista (Richards, 1997). La recuperación de la credibilidad del partido parecía pasar inevitablemente por el distanciamiento de sus antiguos aliados. Así lo consideraron Neil Kinnock y Tony Blair, quienes se esforzaron para desmarcar el partido de la injerencia de los sindicatos. Muy clara era la postura de Tony Blair al tomar, en 1994, la dirección del partido:

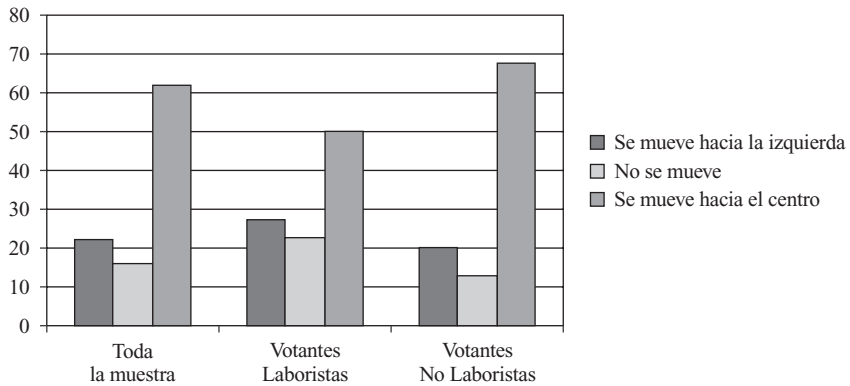
«Nobody believes in this day and age that the business of the Labour Party is to be the political arm of the trade union movement. They may say it on a platform, but nobody believes it. In government you cannot operate like that. It wouldn't be right anyway» (7).

En 1995, Blair redujo el porcentaje de voto de los sindicatos en las Conferencias del partido, su representación en el NEC y su dependencia económica con los sindicatos (McIlroy, 1998). Y con ello, el Partido Laborista se deshacía de la fuerte carga ideológica de izquierdas que le imponían los sindicatos.

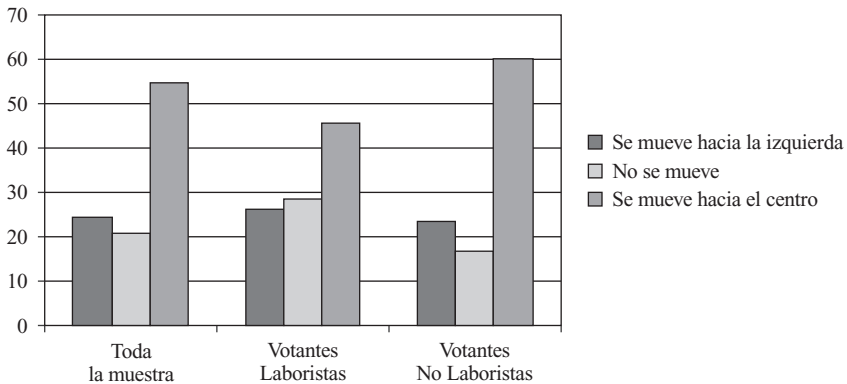
En suma, Tony Blair fue capaz de desarrollar las reformas de moderación ideológica en su partido, dándole una imagen más moderna y orientada al mercado. Pero, ¿percibieron los ciudadanos británicos el nuevo perfil del Partido Laborista? Una condición necesaria para que tenga lugar el liderazgo de los partidos políticos es que el electorado sea consciente de que éstos cambian de posición ideológica. Por lo tanto, antes de demostrar que Tony Blair alteró las preferencias ideológicas del electorado británico debemos demostrar que la sociedad británica fue consciente de la apuesta de Blair por el Nuevo Laborismo.

En los gráficos 1 y 2 mostramos en qué medida los ciudadanos percibieron el cambio del Partido Laborista acaecido entre 1992 —fecha anterior a

(7) Discurso de Tony BLAIR en la Conferencia Anual del Partido Laborista de octubre de 1994.

GRÁFICO 1. *Percepciones sobre el movimiento ideológico del Partido Laborista (Nacionalización)*

Fuente: *British General Election Panel (1992-1997)*.

GRÁFICO 2. *Percepciones sobre el movimiento ideológico del Partido Laborista (Redistribución)*

Fuente: *British General Election Panel (1992-1997)*.

las reformas— y 1997 —año en que culmina el proceso con la victoria electoral de Tony Blair. Los datos no dejan ninguna duda de cómo los británicos fueron conscientes de la renovación del partido. En ambas materias la mayoría de votantes (alrededor del 60 por 100) consideran que el laborismo moderaba sus posiciones. Esto representa más del doble de los que percibieron lo opuesto, que fue entorno al 25 por 100. En un análisis desagregado de los

mismos datos, vemos en qué intensidad el partido moderó sus posiciones según los encuestados. La mayoría de éstos opinaron que lo hizo entre uno y tres puntos de la escala, es decir, percibieron un cambio moderado. Aunque es conveniente destacar que una minoría considerable (16 por 100) valoró ese cambio como muy intenso —entre cuatro y seis puntos de la escala.

También es interesante señalar que los identificados con otros partidos percibieron con mayor intensidad la moderación del Partido Laborista. Esta diferencia es de alrededor de quince puntos porcentuales en ambas políticas. Una posible explicación de este factor es que los laboristas con opiniones más a la izquierda en estas políticas mostraron una mayor resistencia a admitir un movimiento a la derecha de su partido (8). Esto podría indicar la existencia de actitudes de negación por parte de los leales laboristas como una estrategia para evitar los costes de admitir el alejamiento ideológico del partido. De ser así, esta alternativa restaría fuerza a la capacidad de liderazgo de los partidos, ya que sólo los que reconocen los cambios son susceptibles a ser influidos por ellos.

En todo caso, en mayor o menor grado, los datos demuestran que el Nuevo Laborismo caló en la sociedad británica, pues la mayoría de los ciudadanos fueron capaces de reconocer el esfuerzo moderador de Tony Blair. Los gráficos de arriba sólo muestran el movimiento ideológico del partido, pero, ¿cómo han variado las preferencias de los votantes durante este mismo período? Los datos del mismo panel muestran que el cambio de preferencias de los votantes laboristas fue distinto al del resto del electorado. Este grupo se movió mayoritariamente a la derecha, siguiendo una pauta similar a la del Partido Laborista. Así, durante este período de cinco años que cubre nuestro panel (1992-1997), el apoyo al Estado como agente redistribuidor de recursos y como gestor de las empresas públicas se redujo entre los ciudadanos laboristas. Pero, la caída fue más acusada en la segunda cuestión, donde casi el 50 por 100 se movió hacia posiciones más favorables a la privatización de las empresas públicas.

En conjunto, pues, los datos parecen indicar, al menos en una primera fase descriptiva, que existe una correlación entre el cambio ideológico del Partido Laborista y el de su electorado. Pero para evitar incurrir en falacias ecológicas, es necesario tomar el individuo como unidad de análisis. Para ello, recurrimos al panel electoral de 1992-1997 y por medio de regresiones lineales estimamos la relación de asociación entre el cambio de ideología del partido y la del electorado.

(8) La correlación es de 0,32 para la nacionalización y de 0,19 para la desigualdad, ambas estadísticamente significativas al $p < 0,01$.

En la tabla 1 presentamos los resultados de las regresiones (9). En los modelos A de la tabla estudiamos el liderazgo de Blair sobre el electorado en su conjunto, sin tener en cuenta las posibles diferencias entre grados de lealtad. En ambas políticas (redistribución y nacionalización), el coeficiente que mide el liderazgo de Blair es estadísticamente diferente de cero (significativo al $p < 0,01$) y por lo tanto podemos confirmar que el cambio programático del Partido Laborista alteró la ideología de los británicos. Si bien estos modelos confirman nuestra primera hipótesis, el R-cuadrado de la regresión es particularmente bajo, lo que indica que el modelo sólo es capaz de explicar el 8 por 100 de la varianza y, por lo tanto, deben existir otros factores que aumenten nuestra capacidad de explicación de este fenómeno.

Estos primeros modelos no tienen en cuenta la posibilidad de que los partidos políticos no tengan la misma capacidad de persuadir a todo el electorado por igual. Según nuestra segunda hipótesis, la lealtad al partido es un factor clave para el liderazgo. Siguiendo la teoría de Hirschman, la opción salida es menos atractiva entre los leales, quienes buscarán diferentes alternativas para mantenerse cómodos en el partido. Según Hirschman, los leales presionarán desde dentro para forzar un acercamiento del partido a sus posiciones (opción voz); según nuestra hipótesis éstos cambiarán sus propias preferencias para reducir la disonancia con el partido. Para analizar en qué medida el liderazgo cambia según la identificación partidista empleamos los modelos B y C en los que incluimos una interacción entre ambas variables. Con ello conseguimos estimar el efecto liderazgo para cada nivel de lealtad.

Los nuevos modelos B1 y B2 confirman que la capacidad de liderazgo del Partido Laborista fue particularmente relevante entre su propio electorado. El coeficiente para los identificados con el Partido Laborista se dobla, pasando de 0,22 a 0,45 en el caso de la nacionalización y de 0,18 a 0,41 en el de redistribución (10). Por tanto, podemos afirmar que la capacidad de liderazgo de Blair fue aún mayor entre los laboristas. En cambio, el efecto se reduce de forma significativa entre los que se identifican con otros partidos. Como indican los coeficientes negativos de la interacción en el modelo A1, el cambio de posicionamiento del partido de Blair sobre la privatización de las empresas públicas fue significativamente menor para los que no se identificaban con el Partido Laborista. Sin embargo, el cambio de planteamiento

(9) Para facilitar su comprensión hemos sombreado los coeficientes que miden el efecto liderazgo, que son los que nos interesan en este estudio. El resto de variables son controles sociodemográficos y la identificación partidista (PID) que nos servirá para estudiar si el efecto liderazgo varía según la lealtad de partido que tiene el ciudadano. Véase apéndice 2 para más detalle sobre las variables empleadas en los modelos estadísticos.

(10) En ambos casos, los coeficientes son estadísticamente diferentes al $p < 0,05$.

TABLA 1. *Liderazgo y Lealtad - Tony Blair*

	Nacionalización			Redistribución		
	A1	B1	C1	A2	B2	C2
Cambio ideológico del Partido Laborista (efecto principal)	0,22 *** (0,04)	0,45 *** (0,08)	0,44 *** (0,1)	0,18 *** (0,05)	0,41 *** (0,08)	0,41 *** (0,1)
Cambio ideol. PL*PID: (Laborista moderado)			0,04 (0,19)			0,02
Cambio ideol. PL*PID: (votante independiente)		-0,47 ** (0,2)	-0,46 ** (0,21)		0,11 (0,2)	0,12 (0,21)
Cambio ideol. PL*PID: (con otro partido)		-0,32 *** (0,09)	-0,31 *** (0,1)		-0,33 *** (0,1)	-0,33 *** (0,12)
PID: (Laborista moderado)			0,05 (0,49)			0,51 (0,32)
PID: (votante independiente)	-0,73 * (0,44)	-0,48 (0,44)	-0,46 (0,45)	-0,75 * (0,4)	-0,87 ** (0,41)	-0,71 * (0,43)
PID: (identificado con otro partido)	-1,33 *** (0,24)	-1,12 *** (0,25)	-1,11 *** (0,27)	-0,55 *** (0,21)	-0,39 * (0,22)	-0,23 (0,24)
Estudios: (intermedios)	0,12 (0,31)	-0,12 (0,3)	-0,12 (0,31)	0,15 (0,29)	0,10 (0,29)	0,12 (0,29)
Estudios: (superiores)	-0,09 (0,3)	-0,08 (0,32)	-0,09 (0,32)	-0,03 (0,3)	-0,07 (0,3)	-0,06 (0,3)
Interés por la política	0,02 (0,13)	0,03 (0,13)	0,03 (0,13)	0,04 (0,11)	0,00 (0,11)	0,01 (0,11)
Edad	-0,01 (0,01)	0,00 (0,01)	-0,00 (0,01)	4 (0,01)	-0,00 (0,01)	3 (0,01)
Constante	0,72 (0,66)	0,39 (0,64)	0,41 (0,67)	0,01 (0,54)	0,01 (0,52)	-0,21 (0,54)
Number of obs.	790	790	790	808	808	808
F	8,17	9,21	7,56	3,71	5,18	4,77
Prob > F	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
R-squared	0,08	0,11	0,11	0,04	0,06	0,07
Root MSE	3,00	2,96	2,97	2,89	2,85	2,85

tos en la política redistributiva influyó por igual a laboristas y a independientes. En este sentido, los resultados muestran con claridad que Blair fue capaz de arrastrar principalmente a los leales de su partido. Aun así, en el caso de la política redistributiva, la influencia de Blair sobre los independientes fue también considerable.

Finalmente, en los modelos C1 y C2, dividimos el grupo de laboristas en dos subgrupos: los que tienen una baja identificación de partido y los que tienen una alta o moderada identificación. Con ello queremos analizar en qué medida importa el grado de lealtad. Contrariamente a lo esperado, el nivel de identificación no parece añadir ninguna información relevante al modelo. El Partido Laborista movió por igual a laboristas de baja y alta identidad partidista. Estos datos nos ofrecen una visión dicotómica de la lealtad, en la que la intensidad parece no importar.

De nuevo, a pesar de confirmarse que la reforma ideológica liderada por Blair fue particularmente capaz de influir a su propio electorado, los R-cuadrado de los modelos B y C siguen siendo muy bajos. Éstos aumentan respecto a los primeros, pero aún así, sólo son capaces de explicar el 11 y 7 por 100 de la varianza respectivamente.

5.2. *El liderazgo de José María Aznar*

Así como el Partido Laborista emprendió con Tony Blair a la cabeza una larga marcha hacia el centro político para recuperar el poder, tenemos en la historia del Partido Popular (PP) en España, y en particular en su líder nacional José María Aznar, otro interesante caso de estudio en torno a los procesos de moderación de los partidos y de liderazgo político. Aunque los primeros gestos de moderación del partido son anteriores a José María Aznar, son recién con éste cuando el partido toma mayor conciencia de que el futuro del PP dependía de la moderación y modernización del partido. Para ello, Aznar empleó todos sus esfuerzos para llevar a cabo no sólo la transformación del ideario y del discurso del PP, sino también de su organización interna.

El Partido Popular nace como tal en 1989 a partir de la refundación de su marca política original (Alianza Popular) y de la integración de ésta con fuerzas políticas de los sectores liberales, conservadores y democristianos que compartían desde hace años un proyecto político de centro-derecha. Ahogada en un espacio político con escasa fuerza electoral y nulas posibilidades de llegar al Gobierno, Alianza Popular se vio abocada a sumar fuerzas afines y romper con una histórica identificación política anclada en la derecha más extrema del arco político. Tanto es así que antes de plasmar su pro-

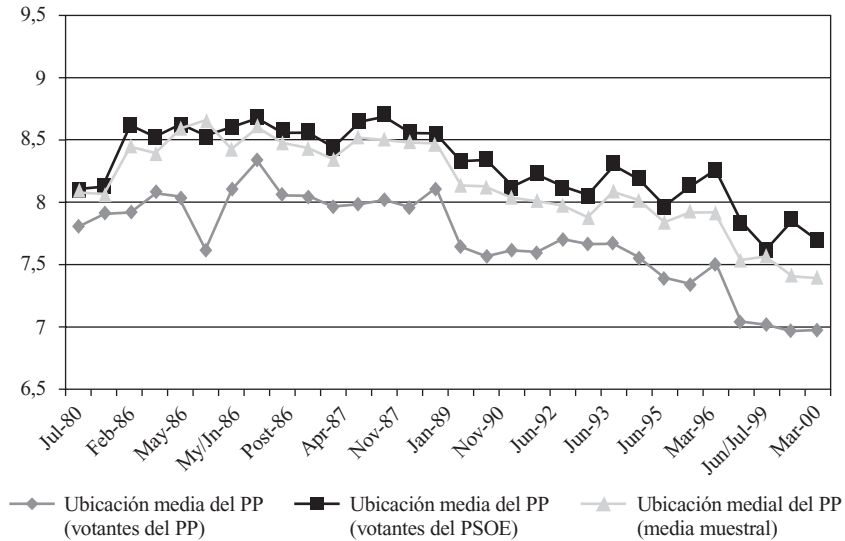
yecto de modernización, e incluso antes de abrirse un espacio político de centro por la caída de la Unión de Centro Democrático (UCD) —partido en el gobierno desde 1977 hasta 1982—, Alianza Popular ya se había presentado a las elecciones generales de 1982 en coalición con el Partido Demócrata Popular (PDP) y a los comicios de 1986 junto al PDP y un nuevo socio, el Partido Liberal (antigua Unión Liberal), bajo la etiqueta de «Coalición Popular» (11).

Si bien es en 1982 cuando el proyecto popular logra un salto cualitativo en términos electorales (pasando de los 10 diputados de Coalición Democrática en 1979 a los 107 de Coalición Popular en 1982), no es hasta su refundación en el IX Congreso de 1989 cuando se torna la balanza a favor de los liberales a costa de los más conservadores. Aznar es nombrado secretario de organización, candidato a la Presidencia unos meses más tarde y Presidente del partido al año siguiente. Bajo su mandato el ahora Partido Popular consolida su objetivo de transmitir una imagen de partido moderado y electoralmente atractivo. En el gráfico 3 se puede apreciar cómo los propios seguidores de AP-PP, sus rivales políticos y, en general, los españoles identifican un acercamiento de esta fuerza hacia el centro político.

En su exhaustivo estudio sobre el proceso de transformación de AP-PP García-Guereta (2001) apunta cómo la posición media de los españoles en la escala ideológica ha sido estable desde 1978 (siempre entre 4,5 y 4,8 de la escala ideológica) y cómo dicha inmovilidad debería haber fortalecido las posiciones más pragmáticas dentro de los partidos, empujando al PP a adoptar una lógica de competencia electoral, es decir, moviéndose hacia el centro. No obstante, como señalan Torcal y Medina (2002: 63), el notable aumento desde 1989 de votantes autoubicados en el centro no tiene por qué reflejar un escenario de partidos que se acomodan a la distribución ideológica de electores estables, sino más bien a un cambio ideológico de los electores en consonancia con lo que hacen los partidos políticos.

No deja de resultar curioso que el primer contacto con la política de José María Aznar, allá por 1978, haya sido de alguna manera un símbolo de lo que sería su principal contribución a la política española: centrar, políticamente, a una derecha anclada en la herencia franquista. Cuando un joven Aznar, Inspector de Hacienda destinado en la Delegación de Logroño, se acercó por primera vez a la política, una de sus primeras tareas como colaborador de Alianza Popular (AP) fue la de organizar un acto a favor de la Constitución con el objetivo de persuadir a la gente de su entorno político a

(11) También se integraron una serie de partidos regionalistas: Unión Valenciana, Unión del Pueblo Navarro, Partido Aragonés Regionalista y Centristas de Galicia.

GRÁFICO 3. *Ubicación ideológica (media) de AP-PP de acuerdo a los votantes populares, socialistas y la media muestral*

Fuente: CIS.

posiciones más moderadas. Ése sería el registro que José María Aznar marcaría desde su entrada al aparato del partido: convencer, persuadir, primero desde Castilla y León y luego desde Madrid, que «o la derecha se centraba y cambiaba de mensaje o nunca representaría a la mayoría de los españoles» (Castro, 1995: 84).

Su liderazgo hacia el centro político estaba cimentado por cierta simpatía intelectual con la tradición liberal en la que ya se movían algunos jóvenes que serían, en el futuro, cuadros principales en su equipo de gobierno (Arturo Moreno, Miguel Ángel Cortés, Fernando Aragonés, Eduardo Zaplana, Rodrigo Rato, Juan Ramón Calero). A pesar de que Aznar era un hombre más de aparato que de clubes intelectuales, su relación con la corriente de pensamiento liberal dentro de la derecha fue muy importante para su proyecto político. De hecho, de alguna forma gracias a la influencia de los liberales Aznar asumiría la teoría de «la doble ruptura» del centro-derecha francés. Los gaullistas, referentes de AP, propugnaban la idea de que no sólo era necesario romper con los socialistas para triunfar electoralmente, sino que también había que romper con la vieja guardia estatista de la derecha conservadora (Castro, 1995: 87). Según relata Castro, fueron los «jóvenes liberales» quienes ayudaron a Aznar en su pugna con Martín Villa por la Presidencia

de Castilla y León dándole a su proyecto político un corpus teórico basado en la idea neoliberal de doble ruptura (1995: 88). Y fue precisamente Castilla y León la plataforma política desde donde Aznar pudo poner en práctica su nueva política de centro-reformista de claro corte neoliberal. Él mismo señala:

«En Castilla y León fue donde empezamos a aplicar las políticas de control presupuestario y de liberalización que luego fueron calando, se fueron perfeccionando y por fin aplicamos en toda España. Para nosotros era la confirmación de una esperanza de futuro. [...] Valladolid se convirtió en un lugar de peregrinaje, donde se venía a ver lo que el nuevo centro-derecha podía hacer desde el poder» (Aznar, 2004: 66).

Nombrado Presidente en el X Congreso del Partido Popular en 1990 —Congreso con el lema «Centrados en Libertad»—, Aznar ya tenía un análisis claro de cuál era la situación política y de cuáles eran los objetivos a conseguir:

«[...] Había que construir un partido con un programa y una mentalidad de centro [...] Teníamos que conseguir un nuevo liderazgo. [...] Así como no teníamos que tener a nadie a nuestra derecha, tampoco debíamos tener a nadie entre nosotros y el PSOE [...] había que integrar todo lo que era la expresión política del centro en el Partido Popular [...] Luego venía el siguiente [paso]. No sólo teníamos que ocupar un área colindante con el PSOE en el electorado. También teníamos que llegar más allá y adentrarnos en el territorio electoral del Partido Socialista» (Aznar, 2004: 69-70).

La consecución de sus objetivos también dependía en cierta medida de la capacidad de reorganizar de su partido y de integrar a todo el centro-derecha. De ahí su órdago a Fraga cuando tras ser elegido Presidente del partido Aznar decidió prescindir de todas las vicepresidencias (ocho para entonces) y concentrar la toma de decisiones, como la responsabilidad, en una sola cabeza. Más tarde, en una entrevista, Aznar resumía y evaluaba aquellos (sus) objetivos:

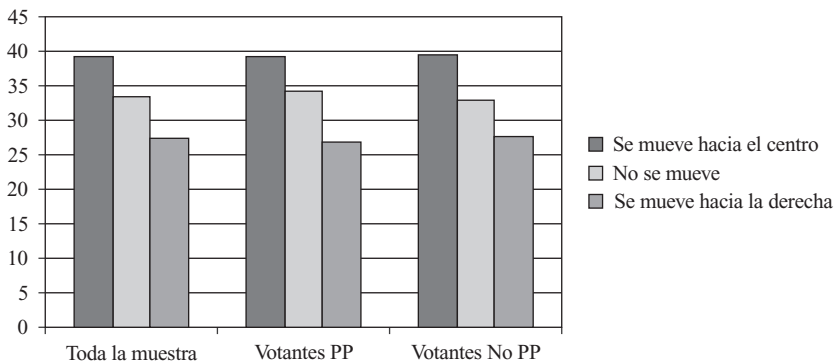
«Cuando yo llegué a esta casa [en referencia a la sede del PP en Madrid] me marqué una tarea basada en cinco puntos. [...] Primero, hacer un partido unido; segundo, hacer el partido del centro; tercero, unificar el centro-derecha; cuarto, hacer un partido de Gobierno, y, quinto, hacer un partido reconocido internacionalmente. Cinco años después —sentencia— todo eso está hecho; aunque en realidad, todo se reduce a dos cosas: la reconstrucción del centro para llegar al Gobierno» (Castro, 1995: 99).

En definitiva, el liderazgo de José María Aznar marcó el camino, ya iniciado por Fraga, por el cual el Partido Popular debía transitar hacia el centro

político. En 1996, el PP conseguía, por primera vez desde el advenimiento de la democracia, una mayoría parlamentaria y con ello se le presentaba a Aznar la oportunidad de demostrar con la acción de gobierno su apuesta por el centro político.

Al llegar la campaña electoral de 2000, Aznar contaba con la gestión de cuatro años para convencer al electorado de la solvencia del proceso de moderación de su partido. Y así lo muestran los datos panel del CIS que indican, a pesar de tratarse de un período corto de tiempo (las semanas de campaña electoral), que los ciudadanos percibieron un movimiento del PP hacia el centro. Casi un 40 por 100 de los encuestados indicó que el PP se había desplazado ideológicamente a la izquierda durante la campaña, aunque la mayoría de ellos lo estimaron en sólo un punto en la escala ideológica. Por el contrario, los ciudadanos que percibieron un movimiento del partido hacia la derecha fueron muchos menos, pues no alcanzaron el 30 por 100 del total. Al igual que en el caso británico, los votantes no identificados con el PP vuelven de nuevo a intuir con mayor intensidad el cambio ideológico del partido. Aunque esta vez la diferencia es de apenas tres puntos porcentuales.

GRÁFICO 4. *Percepciones sobre el movimiento ideológico del PP*



Fuente: CIS, Encuesta n.ºs 2.382 y 2.384.

En general, pues, la moderación del PP es percibida con menos intensidad que la del Partido Laborista, muy posiblemente debido a la menor longitud de nuestro panel. Pero, en todo caso, parece ser que los ciudadanos españoles también fueron conscientes del proceso de moderación del Partido Popular durante ese período.

En cuanto al cambio ideológico del electorado, el panel del CIS de 2000 muestran que la mayoría de los identificados con el PP declararon haberse movido en cierto grado hacia la izquierda del espectro ideológico (casi el 40 por 100). Este porcentaje es mayor que el de los que no cambiaron de ideología (35 por 100) o que se movieron a la derecha (25 por 100). Al igual que en el caso británico, parece que tanto el partido como los votantes identificados con éste se movieron en el mismo sentido. Pero para demostrar que esto refleja un efecto liderazgo del PP sobre su electorado debemos estimar nuestro modelo estadístico. Siguiendo la misma metodología que en el caso británico, la tabla 2 recoge los resultados de las regresiones lineales para España. A diferencia del caso anterior, el modelo A apoya nuestra primera hipótesis sobre la capacidad del PP de alterar las preferencias del electorado en general. Aunque el coeficiente que mide el liderazgo del PP es bajo (0,06), éste es estadísticamente diferente de cero, por lo que los datos indican que el cambio ideológico del PP influyó en el de los ciudadanos en general durante la campaña electoral del 2000.

Los resultados mejoran sustancialmente cuando separamos el efecto por identificación partidista. El modelo B de la tabla confirma nuestra segunda hipótesis sobre el liderazgo. Aznar fue capaz de llevar a posiciones más a la izquierda a los ciudadanos que se identificaban con su partido. Este liderazgo desaparece entre los que no se identifican con el PP, sean éstos independientes o identificados con otros partidos. Los coeficientes negativos de la interacción reducen el efecto hasta valores muy cercanos al cero. Así, los resultados confirman que la lealtad es un factor clave para el liderazgo de los partidos políticos. Aunque el efecto liderazgo sobre los ciudadanos no identificados con el PP es de apenas $-0,05$, éste es estadísticamente diferente de cero (12). Esto apunta a que el PP tiene un cierto efecto rechazo entre los que no se identifican con él, pero éste es muy poco relevante. Los resultados destacan principalmente un efecto liderazgo sobre los leales al PP.

Finalmente, en el modelo C comprobamos de nuevo la importancia del grado de lealtad. Nuestras estimaciones vuelven a darnos una visión dicotómica del liderazgo. El PP influyó por igual tanto a los ciudadanos de baja como a los de alta y media identificación partidista.

En suma, cuando el Partido Popular durante el período electoral transmitió una imagen de moderación ligada a un discurso ideológico de centro fue capaz de persuadir a su electorado para que también viajase hacia el centro.

(12) Este coeficiente resulta de la deducción del coeficiente de la interacción ($-0,16$) al coeficiente principal ($0,21$).

TABLA 2. *Liderazgo y Lealtad* - J. M. Aznar

	Ideología		
	A	B	C
Cambio ideológico del PP (efecto principal)	0,06 *** (0,02)	0,21 *** (0,06)	0,24 *** (0,06)
Cambio ideol. PP * PID: (Popular moderado)			-0,06 (0,14)
Cambio ideol. PP * PID: (votante independiente)		-0,19 *** (0,07)	-0,22 *** (0,07)
Cambio ideol. PP * PID: (con otro partido)		-0,16 ** (0,07)	-0,19 *** (0,07)
PID: (Popular moderado)			0,06 (0,13)
PID: (votante independiente)	-0,22 *** (0,08)	-0,37 *** (0,08)	-0,22 *** (0,09)
PID: (identificado con otro partido)	-0,32 *** (0,09)	-0,36 *** (0,08)	-0,31 *** (0,09)
Estudios: (intermedios)	0,03 (0,08)	0,04 (0,08)	0,02 (0,08)
Estudios: (superiores)	0,06 (0,08)	0,06 (0,08)	0,06 (0,08)
Información política	-0,004 (0,02)	0,00 (0,02)	0,00 (0,02)
Edad	0,00 (0,002)	0,00 (0,002)	0,00 (0,002)
Constante	0,20 (0,14)	0,23 * (0,14)	0,20 (0,14)
Number of obs.	2863	2863	2863
F	3,21	3,89	3,07
Prob. > F	0,00	0,00	0,00
R-squared	0,01	0,02	0,02
Root MSE	1,44	1,44	1,44

Sin embargo, los modelos vuelven a tener un R cuadrado muy bajo, de apenas el 2 por 100, lo que nos indica que durante ese período el efecto liderazgo explicó sólo una pequeña parte del cambio de preferencias del conjunto de los ciudadanos españoles.

6. DISCUSIÓN

Los perfiles políticos de Tony Blair y de José María Aznar presentan muchos elementos en común a pesar de proceder de tradiciones ideológicas opuestas. Ambos líderes asumieron el liderazgo del partido a principios de la década de 1990 con el objetivo de culminar el proceso de moderación de su ideario político. Ambos también coincidieron en el diagnóstico de que sus partidos fracasaban reiteradamente en el intento de ganar las elecciones generales porque sus planteamientos políticos se encontraban lejos del votante mediano. Esto era especialmente cierto para el Partido Popular, cuya ideología de ocho y medio sobre diez en 1990 les separaba cuatro puntos de la media ideológica de la sociedad Española. En el caso de Blair la distancia, aunque menor (p.e. de dos puntos en la escala de apoyo a las nacionalizaciones), también era considerable. Finalmente, tanto Aznar como Blair fueron exitosos en su proyecto político: ambos consiguieron acercar el partido al centro político y alcanzar mayorías suficientes en el Parlamento como para poder gobernar hasta su retiro de la política activa.

En este estudio analizamos si en este viaje al centro, Blair y Aznar fueron capaces de alterar las preferencias políticas del electorado. Los resultados que hemos encontrado desvelan muchas coincidencias entre estos dos casos. Para poder compararlos de forma sencilla, en la tabla 3 resumimos los coeficientes que miden el efecto liderazgo para todo el electorado y para diferentes niveles de lealtad (13). Tanto en el caso británico como en el español, los resultados han confirmado nuestra segunda hipótesis: los partidos políticos tienen una mayor capacidad de influencia sobre su propio electorado. Además, el grado de identificación con el partido no es en ningún caso un factor determinante. Así, la visión dicotómica de la lealtad se mantiene en los dos casos.

Otro elemento en común entre España y el Reino Unido es que los modelos estimados tienen poca fuerza explicativa. Los R-cuadrado de las regresiones de ambos países demuestran que a pesar de que existe un efecto liderazgo, éste es responsable de una parte muy pequeña del cambio de preferencias de los ciudadanos. Esto se debe, en parte, a que tanto el PP como el Partido Laborista influyeron fundamentalmente a su propio electorado, por lo tanto sobre una porción pequeña de la ciudadanía. Si estimamos este modelo sólo para el subgrupo de identificados con estos partidos los R-cuadra-

(13) Los coeficientes de esta tabla son los efectos principales de los modelos anteriores cambiando la categoría base de PID.

TABLA 3. *Liderazgo y Lealtad*. Blair y Aznar

La magnitud del efecto liderazgo entre...	Reino Unido		España Ideología
	Nacionalización	Redistribución	
1) todo el electorado	0,22 ***	0,18 ***	0,06 ***
2) los laboristas/populares en general.	0,45 ***	0,41 ***	0,21 ***
2.1) <i>los laboristas/populares más leales</i>	0,44 ***	0,41 ***	0,24 ***
2.2) <i>los laboristas/populares moderados</i>	0,48 ***	0,43 ***	0,18
5) los independientes	-0,13	0,52 ***	0,02
6) los identificados con otros partidos	0,13 ***	0,08	0,05

do aumentan sustancialmente. En este caso, el cambio ideológico del PP explicaría un 12 por 100 de la varianza y el cambio del Partido Laborista un 25 por 100. La capacidad explicativa es mayor en los modelos del Reino Unido, posiblemente debido a que el panel en este país cubre un período más largo de tiempo y, por tanto, recoge mejor la percepción de los ciudadanos sobre los cambios estructurales de la ideología del partido.

Las diferencias entre el liderazgo de Blair y el de Aznar, aunque son menores, aparecen en su capacidad de influencia sobre los ciudadanos que no son leales a su partido. Por lo general, los cambios ideológicos de los partidos influyen de forma relevante en su propio electorado, pero existen algunas excepciones. En el caso del Reino Unido, el cambio de planteamientos del Partido Laborista en política redistributiva también tuvo un impacto muy relevante sobre los votantes independientes. En efecto, Blair ejerció un liderazgo sobre los identificados con otros partidos (aunque el coeficiente 0,13 es notablemente menor al efecto que éste ejerció sobre su propio electorado). En España, en cambio, el Partido Popular no fue capaz de influir a los votantes no identificados con ningún partido, pero nuestros datos apuntan que los opositores a este partido se movieron en el sentido opuesto. En todo caso, la magnitud de este último efecto es muy poco relevante.

En suma, los ciudadanos leales al Partido Laborista y al Partido Popular se unieron a Tony Blair y a José María Aznar en su viaje al centro. Aunque nuestros resultados sólo analizan dos casos, nuestro artículo tiene una vocación más general. Desafortunadamente, en un estudio comparativo de estas dimensiones no es posible incluir muchos casos, lo cual reduce la capacidad de generalización de nuestros hallazgos. En el futuro se podría pensar en otros casos clave como el liderazgo de Margaret Thatcher y su revolución

neoliberal desde el Partido Conservador en el Reino Unido (14), o en alguno de los varios casos latinoamericanos en donde partidos y líderes tradicionalmente de izquierdas dieron un giro ideológico —encarnado en el «*Consenso de Washington*»— y acometieron, en palabras de Susan Stokes (2001), notables *policy switches* introduciendo «el neoliberalismo por sorpresa» en América Latina.

A la espera de nuevos estudios sobre la hipótesis de liderazgo y lealtad en otros contextos, los dos casos aquí estudiados ponen en cuestión el supuesto de preferencias fijas de los votantes, muy extendido en la ciencia política y en la economía política. Nuestro estudio confirma que cuando los partidos cambian de ideología también alteran en su beneficio la distribución de las preferencias de su electorado. Así, el efecto liderazgo otorga a los partidos políticos cierta libertad de movimiento que les puede ser muy útil para intentar ganar nuevos apoyos sin incurrir en los potenciales costes de alejarse de su electorado tradicional. En definitiva, los partidos pueden resolver sus disonancias ideológicas con el electorado no sólo acercándose al votante mediano, sino convenciendo a los votantes de que quienes deben modificar sus preferencias son ellos mismos.

7. BIBLIOGRAFÍA

- AZNAR, JOSÉ MARÍA (2004): *Ocho años de gobierno: una visión personal de España*, Barcelona, Planeta.
- BARTELS, LARRY M. (2002): «Beyond the Running Tally», *Political Behavior*, 24 (2): 117-150.
- BARTOLINI, STEFANO (2002): «Electoral and Party Competition; Analytical Dimensions and Empirical Problems», en *Political Parties*, ed. JOSÉ RAMÓN MONTERO, JUAN J. LINZ y RICHARD GÜNTER, 84-112, New York, Oxford University Press.
- BOWLES, S. (1998): «Endogenous Preferences: The Cultural Consequences of Markets and other Economic Institutions», *Journal of Economic Literature*, 46: 75-111.
- CAMPBELL, CONVERSE, MILLER, y STOKES (1960): *The American voter*, New York, John Wiley & Sons.
- CASTRO, RAIMUNDO (1995): *El Sucesor*, Madrid, Espasa Calpe.
- DAVIS, O. A., M. J. HINICH, y P. C. ORDESHOOK (1970): «An expository development of a mathematical model of the electoral process», *The American Political Science Review*, Vol. 64, No. 2 (Jun, 1970), pp. 426-448.

(14) De hecho, DUNLEAVY y WARD (1991) han señalado el caso de la *dama de hierro* como otro excelente ejemplo para demostrar que los partidos pueden inclinarse en una estrategia de *preference-shaping* en contra de una estrategia de *preference-accommodating*.

- DOWNES, A. (1957): *An Economic Theory of Democracy*, New York, Harper and Row.
- DRIVER, S. y L. MARTELL (1998): *New Labour. Politics after Thatcherism*, Cambridge, Polity Press.
- DUNLEAVY, PATRIK y HUGH WARD (1991): «Party Competition. The Preference-Shaping Model», en *Democracy, Bureaucracy & Public Choice. Economic Explanations in Political Science*, ed. PATRIK DUNLEAVY, 112-46, Great Britain, Harvester Wheatsheaf, 1991.
- ENELOW, JAMES M. y MELVIN J. HINICH (1984): *The Spatial Theory of Voting. An Introduction*, Cambridge, Cambridge University Press.
- FARNHAM, D. (1996): «New Labour, the new unions and the new labour market», *Parliamentary Affairs*, 49: 584-98.
- FESTINGER, L. (1957): *A Theory of Cognitive Dissonance*. CA: Stanford University Press.
- GARCÍA-GUERETA RODRÍGUEZ, ELENA: *Factores externos e internos en la transformación de los partidos políticos: el caso de AP-PP*, Madrid, Centro de Estudios Avanzados en Ciencias Sociales, Tesis Doctoral 31.
- GERBER, ELISABETH R., y JOHN E. JACKSON (1993): «Endogenous Preferences and the Study of Institutions», *American Political Science Review*, 87 (3): 639-56.
- GILL, O. y C. FERSHTMAN (2000): *The Limit of Public Policy: Endogenous Preferences*, mimeo.
- GOREN, P. (2005): «Party Identification and Core Political Values», *American Journal of Political Science*, 49 (4): 881-896.
- HINICH, M. J. y M. C. MUNGER (1994): *Ideology and the theory of political choice*, Ann Arbor, Mich, University of Michigan Press.
- HIRSCHMAN, A. O. (1970): *Exit, voice, and loyalty: Responses to decline of firms, organizations and states*, Cambridge, Harvard University Press.
- IVERSEN, T. (1994): «The Logics of Electoral Politics», *Comparative Political Studies*, 27: 155-189.
- JACKSON, JOHN E. (1996): «Electoral Competition with Endogenous Voter Preferences», *Paper prepared for the Annual Meeting of the Midwest Political Science Association*, Chicago, abril.
- JACOBS, LAWRENCE R. y ROBERT Y. SHAPIRO (1989): «Public Opinion and the New Social History: Some Lessons for the Study of Public Opinion and Democratic Policy-Making», *Social Science History* 13 (Spring): 1-24.
- (1994): «Public Opinion, Institutions, and Policy Making», *PS: Political Science and Politics*, 27 (1): 9-16.
- JACOBY, W. (1988): «The Impact of Party Identification on Issue Attitudes», *American Journal of Political Science*, 32 (3): 643-661.
- KAVANAGH, D. (2002): «The Paradoxes of British Political Parties» en C. HAY (ed.): *British Politics Today*, Cambridge, Polity Press.
- KOLLMAN, KEN, JOHN H. MILLER y SCOTT E. PAGE (1992): «Adaptive Parties in Spatial Elections», *American Political Science Review*, 86 (4), 1992.
- LUDLAM, S. (2001): *The Making of New Labour*, en S. LUDLAM y M. J. SMITH (Eds.), *New Labour in Government*, Basingstoke, MacMillan Press.

- LUDLAM, S., M. BODAH y D. COATES (2002): «Trajectories of solidarity: changing union-party linkages in the UK and the USA», *British Journal of Politics and International Relations*, 4: 222-244.
- MARAVALL, J. M. (1999): «Accountability and Manipulation», en A. PRZEWORSKI, S. STOKES y B. MANIN, *Democracy, accountability, and representation*, Cambridge, Cambridge University Press.
- MARGOLIS, M. y G. A. MAUSER (1989): *Manipulating Public Opinion. Essays on Public Opinion as Dependent Variable*, Belmont, Brooks/Cole Publishing Company.
- MARKUS, GREGORY B., y PHILIP E. CONVERSE (1979): «A Dynamic Simultaneous Equation Model of Electoral Choice», *American Political Science Review*, 73 (4): 1055-70.
- RABINOWITZ, GEORGE, y ESTUART ELAINE MACDONALD (1989): «A Directional Theory of Issue Voting», *American Political Science Review*, 83 (1): 93-121.
- MERRILL, S. y B. GROFMAN (1999): *A Unified Theory of Voting. Directional and Proximity Spatial Models*, Cambridge, Cambridge University Press.
- MCGRAW, K., S. BEST, R. TIMPONE (1995): «What they say or what they do?: the impact of elite explanation and policy outcomes on public opinion», *Annual Journal of Political Science*, 39: 53-74.
- MCILROY, J. (1998): «The Enduring Alliance? Trade Unions and the Making of New Labour, 1994-1997», *British Journal of Industrial Relations*, 36: 537-564.
- PAGE, B. y R. SHAPIRO (1983): «Effects of Public Opinion on Policy», *American Political Science Review*, 77: 175-190.
- (1992): *The Rational Public: Fifty Years of Opinion Trends*, Chicago, Chicago University Press.
- PRZEWORSKI, A. y J. SPRAGUE (1986): *Paper Stones: A history of electoral socialism*, Chicago, Chicago University Press.
- RICHARDS, A. J. (1997): *The Life and Soul of the Party: Causes and Consequences of Organizational Change in the British Labour Party, 1979-1997*, Estudio/Working Paper 1997/95. Madrid, Instituto Juan March de Estudios y Investigaciones.
- (1999): *Locating New Labour: The Transformation of British social Democracy since 1979*, Documento de Trabajo, Seminario de Historia Contemporánea, Madrid, Instituto Universitario Ortega y Gasset.
- SCHMITT, HERMANN, y JACQUES J. A. THOMASSEN (2000): «Dynamic Representation. The Case of European Integration», *European Union Politics*, 1 (3): 318-39.
- STOKES, DONALD (1966): «Party loyalty and the likelihood of deviating elections», en ANGUS CAMPBELL, PHILIP E. CONVERSE, WARREN E. MILLER y DONALD STOKES (eds.): *Elections and the Political Order*, NY, John Wiley and Sons.
- STOKES, SUSAN (2001): *Mandates and Democracy. Neoliberalism by surprise in Latin America*, Cambridge, Cambridge university Press.
- TORCAL, MARIANO y LUCÍA MEDINA (2002): «Ideología y voto en España 1979-2002: los procesos de reconstrucción racional de la identificación ideológica», *Revista Española de Ciencias Políticas*, núm. 6, abril, págs. 57-96.
- WARD HUGH (2000): «If the Party Won't Go to the Median Voter, Then the Median Voter Must Come to the Party: A Spatial Model of Two-Party Competition with

Endogenous Voter Preferences», Paper for the *Political Studies Association-UK 50th Annual Conference*, London, abril.

WILKINSON, H. (1996): «The Making of a Young Country», en M. PERRYMAN (Ed.): *The Blair Agenda*, London, Lawrence & Wishart.

WITTMAN, D. (1983): «Candidate Motivation: A Synthesis of Alternative Theories», *American Political Science Review*, 77: 142-57.

ZALLER, J. R. (1992): *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Cambridge, Cambridge University Press.

APÉNDICE 1: EL MÉTODO DE ESTIMACIÓN DEL EFECTO PROYECCIÓN

Como ya hemos mencionado en el apartado metodológico, los estudios que recurren a encuestas para determinar la posición ideológica de los partidos deben tener en cuenta el efecto proyección. El método que hemos usado para estudiar la existencia de este efecto se basa en el trabajo de Merrill y Grofman (1999). Según éstos, la proyección depende de la distancia entre la posición ideológica de los votantes y la del partido: cuanto más lejos están de su partido más tienden a acercarlo y, por el contrario, cuanto más cerca están del partido rival, más tienden a alejarlo. Con ello, reducen la disonancia entre ambas posturas. Formalmente, Merrill y Grofman descuentan el efecto proyección de la siguiente forma:

$$C = \beta_0 + \beta_1 s (V - \bar{C}) + \varepsilon \quad [1]$$

Donde C es la posición del candidato o partido, s es la identificación con el partido y toma valor 1 si el individuo votó por el partido C y -1 si no le votó, V es la posición del votante y \bar{C} la media muestral de la posición del partido C. Una vez estimados los parámetros de la regresión, se deduce el efecto proyección $\beta_1 s (V - \bar{C})$ a la posición del candidato C (15). Las estimaciones del coeficiente β_1 , que mide la magnitud del efecto proyección están recogidas en la siguiente tabla:

(15) Para mayor detalle, vean el apéndice 5.1 de su libro.

TABLA A1. *El efecto proyección en España y Reino Unido*

	PP		LABOUR			
	Ideología		Nacionalización		Redistribución	
	t1	t2	t1	t2	t1	t2
Efecto proyección.	0,19 ***	0,22 ***	0,09 ***	0,04 **	0,06 ***	0,04 ***
	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0,02
Constante.	7,34	7,07	3,75	4,57	3,15 ***	3,64 ***
	0,03	0,03	0,07	0,06	0,06	0,05
Number of obs	3.815	3.757	1.633	1.643	1.673	1.663
Prob > F	0	0	0	0	0	0
R-squared.	0,11	0,16	0,01	0,002	0,01	0,003

Los resultados presentados en el artículo incorporan este efecto proyección. Por lo general, esta modificación no modifica sustantivamente nuestros resultados aunque en el caso español los coeficientes del efecto liderazgo son menores aunque mantienen el mismo nivel de significación.

En nuestro caso debemos tener en cuenta un segundo tipo de efecto proyección. En efecto, podría ocurrir que el votante proyectara al partido su cambio ideológico (y no su posición). Se trata de un proceso mucho más sofisticado pues para ello el encuestado debe recordar en tiempo t_0 las preferencias tanto suyas como del partido en el tiempo t_{-1} . En este trabajo hemos adaptado la visión de Merrill y Grofman para estimar el sesgo de proyección del cambio ideológico de la siguiente forma: si v_{-1} y v_0 son la ideología del votante en el t_{-1} y t_0 respectivamente y \bar{p}_{-1} y \bar{p}_0 los del partido, el efecto proyección es proporcional a $(|\bar{p}_0 - v_0| - |\bar{p}_{-1} - v_{-1}|)$ para el partido afin y es inverso a ese valor para partidos no afines. Es decir, cuanto más se aleja un votante laborista de la posición real su partido, más tiende a exagerar el movimiento que percibe del partido para reducir esa distancia. Y lo opuesto ocurre para el partido conservador. Calculamos la magnitud este efecto estimando el siguiente modelo de regresión lineal:

$$\left(|\bar{p}_0 - v_0| - |\bar{p}_{-1} - v_{-1}| \right) \text{pid} \tag{2}$$

Es decir, la variación ideológica de un partido entre t_0 y t_{-1} según los encuestados ($|p_0 - p_{-1}|$) es una función de un valor real (β_0) más un efecto proyección (β_1). El término p se refiere a la posición ideológica del partido de-

clarada por el encuestado y \bar{p} se refiere al valor real. Éste no lo conocemos, pero tomamos la media muestral como una aproximación. Al igual que Merrill y Grofman, asumimos que el efecto proyección tiene un efecto positivo cuando el votante se identifica con el partido ($pid = 1$) y negativo cuando se identifica con otro partido ($pid = -1$).

En la tabla A1 mostramos nuestras estimaciones de las regresiones de la expresión (2) para el caso del PP y del Partido Laborista. Según éstas, el coeficiente β_1 , que mide la importancia del efecto proyección, no es estadísticamente diferente de cero. Los datos no permiten apoyar la existencia de un efecto proyección relevante y, en consecuencia, no podemos concluir que exista sesgo de proyección en la percepción de los encuestados sobre el cambio ideológico del PP y del Partido Laborista.

TABLA A2. *El efecto proyección en España y Reino Unido para datos dinámicos*

	PP	LABOUR	
	Ideología	Nacional.	Redistrib.
Efecto proyección	-0,024 (0,017)	0,034 (0,03)	0,003 (0,035)
Constante	1,186 (0,022)	2,63 (0,86)	2,017 (0,077)
Number of obs	3.197	698	711
Prob > F	0,1612	0,3873	0,9265
R-squared	0,0006	0,0011	0

APÉNDICE 2: DESCRIPCIÓN DE LAS VARIABLES EMPLEADAS EN LOS MODELOS ESTADÍSTICOS

Variable	Descripción	Reino Unido (Rango)	España (Rango)
1. Cambio ideológico del votante	Diferencia entre posición ideológica del votante entre los dos puntos temporales	<i>Nacionalización:</i> de 1 (nacionalizar más) a 11 (vender todas empresas públicas) <i>Redistribución:</i> de 1 (más esfuerzo) a 11 (menos preocupado)	<i>Ideología:</i> de 1 (extrema izquierda) a 10 (extrema derecha)
2. Cambio ideológico del partido	Diferencia entre posición ideológica del partido entre los dos puntos temporales		
3. Identificación partidista	<i>Reino Unido:</i> ¿Usted se considera [lista partidos]? <i>España:</i> ¿A qué partido o coalición se siente más cercano?	1 (identificado con PP o Labour) 2 (no identificado con ningún partido) 3 (identificado con otros partidos)	
3a. <i>con grados de lealtad</i>	Grado de intensidad de la identificación partidista señalada en la pregunta anterior	1 (alta identificación) 2 (media/baja identificación) 3 (no identificado con ningún partido) 4 (identificado con otros)	
4. Estudios	Nivel de estudios del encuestado	1 (sin estudios / estudios primarios) 2 (secundarios) 3 (superiores)	
5. Edad	Edad del encuestado	de mayoría de edad a la edad máxima de la muestra	
6. Interés/Información política	<i>Reino Unido:</i> ¿Está usted interesado en la política? <i>España:</i> Grado de conocimiento de los principales políticos españoles (a partir de la batería de preguntas sobre valoración de los líderes)	de 1 (mucho interés) a 5 (ningún interés)	de 1 (conoce a todos los políticos) a 8 (conoce a todos)