

## ¿Quién da más?

03.02.08 - IGNACIO MEDRANO

Zapatero y Rajoy intentan romper el equilibrio electoral con una cascada de promesas

SAN SEBASTIÁN. DV. 'Veinte años no es nada', pero cinco semanas pueden resultar eternas. Faltan exactamente treinta y cinco días para unas elecciones generales que se presentan más inciertas que nunca y la imaginación ya no da para predecir cuántas promesas destaparán aún los principales partidos en su intento de seducir al escéptico electorado español. Un esfuerzo sin demasiadas posibilidades de éxito. Datos del Centro de Investigaciones Sociológicas publicados hace poco más de un año describen a un ciudadano descreído, insensible ante esa oferta de un mundo feliz que les presentan sus líderes políticos al módico precio de un voto.

La referencia aparece en el estudio número 2671 del CIS, con fecha del 15 de enero de 2007: entonces, sólo el 13% de los encuestados se mostró de acuerdo en algún grado cuando se les presentó la afirmación de que «los diputados y senadores se esfuerzan en cumplir las promesas que han hecho durante las elecciones». Nada extraño a la vista de otro índice de descreimiento desvelado, también por el CIS, justo un año antes. En este caso, los partidos ocuparon el último lugar de una clasificación de instituciones elaborada según la confianza que merecían a los encuestados. Según una escala de 0 a 10, en la que 0 significaba 'ninguna confianza' y 10 'total confianza', las formaciones políticas obtuvieron un 4,25 de nota media.

Pero, a pesar de ello, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy llevan ya tres meses enfrascados en una enconada puja para intentar cautivar al electorado. Una extenuante subasta que puede poner en dificultades a los estrategas de cada partido cuando, ya en plena campaña electoral -aún faltan 19 días para su inicio- tengan que marcar el mensaje claro y contundente de cada jornada.

Es una época de política de «saldo», según la terminología que emplean los sociólogos Paco Llera, profesor de la UPV y director del Euskobarómetro, y Josetxo Beriain, profesor de la Universidad Pública de Navarra. Aunque no existen estudios que midan el resultado de tan amplio despliegue de compromisos y promesas, todos los expertos coinciden en reducirlo a una mínima expresión. «Al final, los efectos se neutralizan», apunta Antonio M. Jaime Castillo, profesor de Sociología Electoral de la [Universidad de Granada](#).

### Empate técnico

PSOE y PP están, en cualquier caso, abocados a echar el resto. Así lo impone el mapa electoral que perfila la demoscopia en puertas ya de la cita con las urnas. Los últimos datos del CIS presentan un empate técnico, dado que la ventaja de los socialistas se sitúa por debajo de los tres puntos.

La igualdad entre los partidos más fuertes no es un fenómeno típicamente español. Con el nuevo siglo, «se ha generalizado en Australia, Francia, Gran Bretaña o Estados Unidos», recuerda Lourdes López Nieto, profesora titular de Sociología Electoral de la UNED. Sin embargo, el equilibrio teórico actual (la historia de los sondeos electorales cuenta con errores memorables) no tiene precedentes en España. Hace cuatro años, los socialistas se impusieron por cinco puntos a los populares. Aquellas elecciones pusieron de manifiesto la forma en la que un acontecimiento inesperado -la masacre del 11-M- y su gestión política pueden destruir todos los pronósticos.

En un escenario tan incierto, los analistas coinciden en señalar que el índice de afluencia de los votantes a los colegios electorales puede resultar clave. También el PSOE está persuadido de que las posibilidades de triunfo de Rodríguez Zapatero pasan por un alto porcentaje de participación, dado que el PP registra un índice de fidelidad de voto de en torno al 90%. Hace cuatro años, acudió a las urnas más del 75% del censo electoral; los socialistas ambicionan que ahora lo haga, al menos, el 70%.

Igualdad y participación obligan a los partidos a forzar la máquina en el diseño de sus programas. Y, a falta de soluciones más imaginativas, ofrecen una avalancha de promesas que muchos ciudadanos empiezan a no tomarse en serio. «Algunos ya están hartos», destaca Javier Elzo. Según el catedrático de Sociología de la Universidad de Deusto, «una promesa hecha en el momento correcto -la campaña electoral- bien pensada y bien fundamentada puede tener un efecto en los indecisos. Pero mi opinión es que esta cascada de promesas ha perdido toda su efectividad. ¿Quién se acuerda ahora del cheque-bebé?», pregunta Elzo.

### La nueva preocupación

La necesidad de conectar con los electores ha situado a la economía en el primer plano del discurso político. El barómetro del CIS que vio la luz el pasado jueves no hizo sino confirmar que ése es el asunto que más preocupa a los ciudadanos desde la segunda mitad del pasado año. La subida de los precios, el encarecimiento de las hipotecas y las malas cifras del paro sustentan esa inquietud a pesar de los esfuerzos del Gobierno en destacar la supuesta solidez económica española.

No fue así durante los tres primeros años de la legislatura. Hace doce meses, el debate se centraba en cuestiones muy diferentes que han pasado a un plano muy secundario -la 'ruptura de España'- o han quedado definitivamente al margen de la agenda política. Es el caso del 11-M, un tema 'intocable' desde que, el pasado 30 de octubre -una vez publicada la sentencia de la Audiencia Nacional- Rajoy ordenara a los suyos que lo desterraran de la disputa electoral. «La agenda de los partidos se marca de manera coyuntural. En realidad, los temas devienen en importantes en función de sus intereses», critica Josetxo Beriain.

Las circunstancias han forzado ahora que ese interés por la economía sea compartido. El PSOE intenta movilizar al electorado de izquierdas y ser la principal referencia para la mujer y los jóvenes con promesas de corte social -discriminación positiva, viviendas de protección oficial, ayudas al alquiler- que, en gran medida, también realiza el PP. El partido de Rajoy, igualmente interesado en captar al mismo segmento de la ciudadanía, intenta también pintar un negro panorama económico cuya responsabilidad atribuye en exclusiva a al Gobierno socialista.

En situaciones preelectorales de equilibrio extremo, «el nerviosismo lleva a las ofertas de saldo, que denotan debilidad programática y/o estratégica», señala Paco Llera. Aunque es cierto que, en estos casos, la campaña electoral cobra especial relevancia, no debe perderse de vista que «entre el 75% y el 80% del electorado tiene tomada la decisión de votar o no y por qué partido hacerlo bastante antes de la campaña electoral», añade el director del Euskobarómetro.

### Fichajes

La consecuencia de todo ello ha sido una carrera de propuestas poco diferenciadas. «Si uno promete algo, el otro se ve en la obligación de mejorarlo y, como las diferencias ideológicas en términos de política económica son bastante reducidas, la mayoría de las promesas van en la misma dirección», comenta Antonio M. Jaime Castillo. Así, si uno se compromete a crear dos millones de puestos de trabajo en la próxima legislatura, el segundo sube la oferta en 200.000 empleos más, y si éste anuncia que subirá las pensiones mínimas hasta los 650 euros, aquél eleva la cifra a 700. En este contexto, la continuidad de Pedro Solbes en el proyecto socialista y el fichaje 'estrella' de Manuel Pizarro por el PP han sido dos de los hitos de la precampaña.

Otros asuntos de capital importancia terminarán compartiendo protagonismo con los números en el debate electoral. Para los españoles, el terrorismo vuelve a ser el primer problema del país, según el último 'barómetro' del CIS, y el PP intentará abrir una brecha por ese flanco en la imagen de Zapatero, que la demoscopia sitúa por encima de la de Rajoy. A su vez, el PSOE aludirá a temas como el apoyo de los obispos al PP para tratar de movilizar a toda la izquierda. Pero las promesas no cesarán. Así lo impone la más elemental de las leyes del mercado, resumida en su día con gran éxito popular por el presidente de una marca de detergentes: 'busque, compare y si encuentra algo mejor...' vótelo.

