

ECONOMIA

¿Quién da más?

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

03.02.08 - IGNACIO MEDRANO

'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 del 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. 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.

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. La igualdad entre los partidos más fuertes no es un fenómeno típicamente español. 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%.

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 esta cascada de promesas ha perdido toda su efectividad. ¿Quién se acuerda ahora del cheque-bebé?», pregunta Elzo.

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.

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. «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.

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 principales hitos de la precampaña electoral.

LA PUJA DE ZAPATERO

LA PUJA DE RAJOY

21 de octubre: incremento del salario mínimo interprofesional hasta los 800 euros.

15 de diciembre: creación de 2 millones de puestos de trabajo. Facilitar el acceso a 1,5 millones de viviendas protegidas (600.000 en régimen de alquiler). Reducción de los contratos temporales hasta el 25%. Pleno empleo femenino.

20 de enero: mejora en 200 euros de las pensiones mínimas.

27 de enero: compromiso de reducir 400 euros en el IRPF para trabajadores y pensionistas. 18 de noviembre: Mariano Rajoy promete la «más importante reforma fiscal de la democracia», que incluye la exención del pago del IRPF para las rentas de hasta 16.000 euros.

12 de diciembre: Subida de 150 euros en las pensiones mínimas, hasta rondar los 650 euros.

12 de enero: Rebaja extra de 1.000 euros en el IRPF para las mujeres.

25 de enero: Rebaja del IRPF en un 16% de media.

27 de enero: Creación de 2,2 millones de puestos de trabajo. Pleno empleo femenino.