

Fiscalidad de campaña

Debatir el destino del superávit resulta obligado; el recorte electoralista de los ingresos, no

EL PAÍS - Editorial - 30-01-2008

La economía se ha convertido en el eje de la precampaña electoral, algo que, aparentemente, podría interpretarse como un ejercicio de responsabilidad por parte de los partidos. Pero es en la imparable escalada de promesas con importantes consecuencias fiscales donde se advierte que, en realidad, se está imponiendo una práctica cada vez más frecuente en tiempo de elecciones: la tentación de emplear los recursos públicos en función de intereses a corto plazo. La subasta ha empezado. Y con un objetivo tan miope que, en realidad, so capa de aliviar la falta de liquidez o estimular el consumo se dirige simplemente a obtener votos.

Con un Estado de bienestar todavía insuficiente, tanto en calidad como en servicios, y un inestable panorama económico internacional, el sistema impositivo no debería convertirse en un instrumento al servicio de las estrategias electorales. Entre otras razones, porque como un bumerán, pueden volverse contra quienes las organizan. Comienza a detectarse un cierto hartazgo ciudadano por el uso abusivo de las promesas, que vienen a sustituir a programas e idearios, en favor de una especie de cesta de Navidad para contentar electores. Sobran, en este sentido, promesas más o menos improvisadas a cuarto para las doce que dan por descontado el mantenimiento del superávit de las cuentas públicas en los próximos ejercicios. Y falta, en cambio, la exposición de

políticas razonadas y de largo alcance dirigidas a contrarrestar los efectos previsibles de la desaceleración.

El Partido Socialista ha anunciado que devolverá a los contribuyentes 400 euros en la cuota del IRPF si gana las elecciones, una medida que costará 5.000 millones al Estado. Entra dentro de las decisiones ortodoxas el que, ante la posibilidad de una ralentización del crecimiento, se alivie la presión fiscal para estimular la economía. Pero no está demostrado que estas rebajas fiscales, que en cierta proporción fluirán hacia el consumo, vayan a producir un estímulo en la demanda que se traduzca en un mayor crecimiento económico, como el PSOE parece dar por descontado. La cantidad anunciada deja prácticamente libres de impuestos a los mileuristas. Cuando las deducciones fiscales se producen directamente sobre la cuota, como es este caso, benefician proporcionalmente más a quienes tienen menos ingresos. En general, si algo bueno se puede predicar de la medida es que tiene un coste tasado, al contrario que la del PP, que nadie sabe cuánto costará ni cómo se aplicará. Probablemente, ni siquiera sus promotores.

Los compromisos de gasto anunciados por el PSOE desde el inicio de la precampaña, inmediatamente igualados y hasta superados por el Partido Popular, están hurtando a los ciudadanos una reflexión rigurosa acerca del destino del superávit. Los años de bonanza que ha vivido España pueden no surtir todos sus efectos si, en lugar de aplicar el superávit a paliar carencias estructurales, se dirige a financiar medidas de visibilidad inmediata, pero de corto recorrido. Centrar la otra parte de la campaña en un muestrario de ofertas para reducir los ingresos públicos y no en el destino del gasto, como están haciendo PSOE y PP, puede comprometer

el papel redistributivo del Estado y prueba la ligereza con la que se está tratando el sistema fiscal.

Ni siquiera la eficacia electoral de estas medidas está comprobada: las ofertas fiscales que realiza un partido con posibilidades de formar Gobierno arrastran al otro, estableciendo una puja que puede acabar difuminando sus respectivos perfiles ante los electores. En cualquier caso, no sin un grave coste institucional: al final, el único mensaje que extraen los ciudadanos es que pagan muchos impuestos y, además, innecesarios.