

9-M: el indeciso en su laberinto

Los debates televisados pueden decidir las legislativas. Los ahora indecisos, una minoría, buscarán al candidato con más empatía profesionalidad y capacidad para combinar seguridad y renovación.

JOSÉ ANTONIO GÓMEZ YÁÑEZ

EL PAÍS, 11.01.08

Casi todos los votos y las abstenciones están decididos pero las elecciones no. PSOE y PP están igualados. Los indecisos y quienes pueden cambiar de voto —muy pocos, no exceden de tres millones— decidirán quién gana las elecciones. La campaña será decisiva pero no será recordada por su altura, ni PSOE ni PP tienen una línea maestra que atraiga a la mayoría de la opinión y que sea vista por el resto como directriz del rumbo del país. Pero la opinión pública malicia que los próximos años serán complicados. Amplios sectores temen por su poder adquisitivo, la subida del euríbor, la práctica congelación de salarios y la inestabilidad laboral; oscuramente les turban los nuevos y enrevesados problemas de este desbocado mundo y saben que el nuevo gobierno será más débil y estará más condicionado por los nacionalistas que han exacerbado sus ambiciones. Zapatero y Rajoy transmiten confianza a sus más fieles, pero buena parte de la opinión cree que no tienen respuestas para estos problemas. Déficit de rumbo y liderazgo aquejan a la política española, pero estas elecciones se plantean con lo que hay.

En las democracias los partidos están en una campaña permanente, que se intensifica meses antes de las elecciones. Los apoyos electorales oscilan durante la legislatura, y en esa evolución se ve que PSOE y PP

han seguido estrategias poco eficaces. El PSOE ha perdido apoyos en el centro y en la “izquierda volátil”. El PP no ha logrado capitalizar el desgaste del PSOE. Ahora ambos tienen que hacer escorzos para seducir —extraño verbo dado el rudo discurso político español— a fragmentos del electorado para ganar.

En las elecciones los partidos en el gobierno tienen ventaja, por eso suelen ganar. Si en su primera legislatura han conseguido objetivos razonables y la situación económica es estable su mensaje de campaña está hecho: “Por buen camino”; “Vamos a más”. Pero no es éste el caso. El presidente del Gobierno interpretó su victoria el 14-M en clave épica: una nueva concepción de España, una nueva política internacional, reforma constitucional, nuevos estatutos, negociación con ETA y unos originales apoyos parlamentarios. A más, el gobierno se implicó en polémicas operaciones para modificar el panorama empresarial y mediático. Tres años después las bolas del malabarista botan por los suelos y la economía empeora.

El PSOE ha captado el desasosiego del electorado de centro. De la gaseosa definición de la España plural a Gobierno de España hay un escorzo de 180°. En pocas semanas el PSOE da protagonismo a dirigentes moderados (Bono, Solbes), anuncia que se buscarán apoyos en los nacionalistas moderados (que se han inmoderado bastante en el curso de la legislatura propulsados por decisiones del Gobierno), va a la cárcel la dirección de Batasuna y se verifican las relaciones de ANV y PCTV con ETA, se marcan distancias con algunos líderes latinoamericanos... ¿Han terminado los experimentos? ¿La insurrección institucional del lehendakari y la aproximación al discurso de autodeterminación de CDC, ERC y BNG no restarán eficacia al nuevo

discurso del PSOE y abrirán brechas que utilice el PP? Además un surtido de ofertas con cargo al Estado de Bienestar para sectores cuyos apoyos hay que cultivar. Formalmente esto debe involucrarse con la humildad del líder reconociendo suavemente algunos errores, de previsión. El problema del PSOE estriba en que no puede capitalizar su gestión de gobierno y tiene que armonizar sus mensajes para captar a la vez a un electorado centrista, de corte socialdemócrata, y a un electorado de corte radical en el que Zapatero tiene buena valoración. ¿Cómo hacerlo? Tiene a su favor un poderoso instrumento: la identidad de las bases sociales de la izquierda en Europa Occidental se está concretando en una reacción compulsiva contra la derecha, y el sistema electoral español favorece que el voto de cada elector sea una adhesión a una u otra idea más que un juicio racional sobre la gestión del gobierno o la oposición. Este potente resorte (el voto posicional de izquierda) será utilizado por el PSOE canalizando todos sus mensajes hacia la escisión izquierda-derecha: un discurso contra la derecha desde el Gobierno.

Los apoyos episcopales y mediáticos del PP, la estridencia de su discurso y la omnipresencia de los exministros protagonistas de los infaustos días del 11-M al 14-M ayudan impagablemente al PSOE en este propósito. Para el PP el balance de lo que va de legislatura es decepcionante: está estabilizado alrededor de diez millones de votos, los que tiene desde 1996. Pero es peor: no ha progresado para limar la desconfianza que suscita en el electorado centrista que oscila entre el PSOE y la abstención, y es renuente a votarle. Entre estos votantes su imagen tiene un déficit de renovación y sosiego, su oferta parece condensada en retornar a 2004 y su discurso pierde efectividad porque se limita a criticar las ¿antiguas? políticas antiterrorista y territorial y, a bulto, cuanto haga el Gobierno. No ha introducido temas nuevos —y cuando ha

hablado sobre alguno lo ha hecho con singular desacierto: cambio climático—, ni ha incorporado a dirigentes que aporten algo nuevo o que pudieran ampliar la audiencia del PP hacia sectores de voto socialista. Carece de un portavoz económico que transmita la imagen de poder hacerse cargo de la que se avecina. En consecuencia, su acción de oposición ha sido ineficaz para recoger nuevos apoyos, aunque ha elevado la temperatura de sus votantes habituales. Emana un aire de ofuscación que se lo pone fácil al PSOE (“la mirada positiva”), aunque en las municipales se vio que algunos de sus dirigentes transmiten una imagen distinta a la del partido. Los errores del Gobierno le dieron la oportunidad a finales de 2005 de desequilibrar la opinión pública a su favor, pero no lo aprovechó. Ahora su campaña es otro escorzo: tiene que atraer al electorado de centro que roza con el PSOE mostrándose moderado y eficaz (de ahí su pormenorizado programa y su surtido de medidas para atraer a estos sectores) y a la vez transmitir la idea de que votar al PSOE es un paso hacia el marasmo, que el PSOE puede bloquear con su nuevo posicionamiento. Y lo tiene que hacer *pianissimo* para evitar movilizar a toda la izquierda. Conclusiones: hay que hacer los deberes a tiempo y hay que controlar a los aliados.

Cabe prever que los debates de los candidatos en TV serán decisivos, que la campaña no decante la victoria para uno u otro. Ambos partidos creen que los necesitan para movilizar a sus votantes. Aquí es más racional el PSOE: los debates polarizarán la decisión entre PSOE o PP y esto puede hacer que le voten electores que gravitan sobre IU o la abstención. En las decisiones humanas influye lo racional y lo subconsciente. Y estos debates, la misma decisión de hacerlos, estarán dominados por el subconsciente de los dos candidatos.

Hagamos psicoanálisis amateur, ¿cómo se ven los dos protagonistas? Rajoy cree que perdió en 2004, entre otras cosas, porque eludió un debate con Zapatero en el que hubiera —cree— impuesto su superioridad política y humana. Estos años le han convencido de que aventaja a Zapatero en “todo lo que los hombres pueden adquirir con el talento, la experiencia o la dedicación”. Por su parte, Zapatero siente este menosprecio y le hiere. Su opinión sobre sí mismo es muy positiva, como ha mostrado Suso de Toro, y se convenció de que puede dominar a Rajoy en el último debate sobre el Estado de la Nación cuando lo arrinconó en la réplica.

El encono entre estos dos hombres convertirá los debates en un choque de caracteres, que se jugará en tres planos: 1. Quién consigue establecer cuál es el eje de la decisión del voto: “sentido común- marasmo” o “izquierda-derecha”. 2.Cuál consigue transmitir solvencia profesional y empatía (no sólo conocimiento) para hacerse cargo de los problemas de los ciudadanos enumerados al comienzo. 3. Cómo combinar seguridad y renovación en la gestión del país. El cruce de estos tres planos dará el ganador de las elecciones y eso lo decidirán los pocos indecisos.

José Antonio Gómez Yáñez es profesor de Sociología de la Universidad Carlos III.