

UNA CAMPAÑA CONTRA LA DEPRESIÓN

El 20 de noviembre se acerca y los partidos están ya en campaña, aunque técnicamente se la califique de pre-campaña. Los candidatos lanzan sus mensajes, recorren el país y formulan propuestas y promesas. Por supuesto, cada elección tiene su propia circunstancia y pide un enfoque específico. Si bien quedan todavía ocho semanas a lo largo de las cuales la confrontación se irá agudizando y la actividad intensificando hasta llegar al frenesí final, disponemos de suficiente información para establecer algunas conclusiones preliminares relevantes. Las próximas legislativas, salvo un accidente de recorrido hoy impensable, las va a ganar el Partido Popular y de momento la suposición más plausible es que lo hará por mayoría absoluta. La razón de fondo es bien conocida: una recesión de caballo con cinco millones de parados, un Estado quebrado y siete años durante los cuales un incompetente manifiesto se ha dedicado a perder el tiempo en futilidades o a cometer toda clase de errores. La gente está desesperada y por tanto la campaña ha de consistir básicamente en acertar con un tratamiento antidepresivo que anime a los votantes y les devuelva la esperanza. De los dos grandes partidos, los socialistas van a pagar su pésima gestión y la endeblez intelectual y moral del que ha sido hasta ayer su líder y los populares se beneficiarán del hundimiento de su rival. El triunfo del centro-derecha, sin desmerecer los méritos de su candidato y de su programa, será más fruto del fracaso estrepitoso de su principal adversario que de un entusiasmo abrumador despertado por sus siglas. Ahora el objetivo primordial del PP es no equivocarse en la campaña porque es sabido que las buenas no son suficientes para triunfar, pero las malas sí lo son para traer la derrota o deslucir un éxito cantado. La disyuntiva que se presenta al equipo de Génova 13 es optar por una estrategia de mínimo riesgo de carácter suave y enfocada a medidas consensuales de recuperación económica evitando las patatas calientes del terrorismo, el separatismo, las lenguas cooficiales, el desbarajuste autonómico, el mercado laboral, la partidocracia, el deterioro institucional, las políticas de familia y la reforma constitucional, o presentar con determinación y claridad una agenda de regeneración profunda del sistema sobre la base, muy real por cierto, de que la crisis económica es el afloramiento material de una devastadora descomposición política y ética. Por ahora los indicios apuntan a la primera estrategia, la de la cautela, lo que implica un inconveniente serio. Si se acepta que esta es una campaña de movilización de los propios y de arrastre de los tibios -porque los netamente contrarios están irremisiblemente paralizados-, un planteamiento con sordina puede irritar al sector más comprometido de la derecha y mantener en la duda a los equidistantes. ¿O no?

Aleix Vidal-Quadras