

El "bluff" Rubalcaba

- [Hechos](#) [1]

Redacción | Viernes, 5 de Agosto de 2011

La proyección de la marca de diseño fashion Rubalcaba es un intento de movilizar al electorado del PSOE y la izquierda para evitar el descalabro de un partido desgastado tras dos legislaturas en el gobierno. Más que un efecto, Rubalcaba es un bluff.



El espaldarazo demoscópico del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) al candidato Alfredo Pérez Rubalcaba, ha precedido al anuncio de elecciones en noviembre. El adelanto era una posibilidad que se barajaba desde el varapalo al PSOE en las municipales y autonómicas de mayo. El sepelio del cadáver Rodríguez Zapatero no se ha hecho esperar.

Rubalcaba, tras el cambio de gobierno de octubre del 2010, se vislumbraba en todas las quinielas como uno de los posibles sucesores de ZP a la Moncloa. Desde entonces, se ha ido consolidando como el hombre fuerte del Ejecutivo. Ahora culmina su irremisible ascenso con su proclamación a la candidatura de presidente del gobierno –después de haber eliminado a Chacón, la niña prodigio del zapaterismo– mientras que, sin grandes dificultades, ha ido lidiando con el caso Faisán.

“R”, el efecto Rubalcaba

Rubalcaba, pese haber negado como San Pedro su intención de volver a la Moncloa –según declaró en una celeberrima entrevista concedida Juan José Millás, hace cosa de un año– hoy es el candidato del PSOE a la presidencia. Zapatero dijo de Rubalcaba que era un “*sprinter* capaz de ganar las elecciones”. Elena Valenciano, directora de la campaña, en un alarde de ingenio sin igual, ha ventilado como lema la inicial de Rubalcaba, “R”, como símbolo de “remontada”.

Lo cierto es que, hechas públicas las encuestas del CIS, Rubalcaba se ha presentado ante sus electores al volante de un viejo utilitario rojo y con un recorte de 3,3 puntos en la ventaja que mantiene el PP en intención de voto.

Rubalcaba ha sido mejor valorado por los encuestados que su rival Mariano Rajoy ante la pregunta de quién de los dos sería mejor presidente del Gobierno. Así, el candidato del PSOE aventaja con ocho enteros al líder del PP. Golea igualmente a Rajoy en los siguientes ítems: Rubalcaba inspira más confianza; es más eficaz; más dialogante; entiende mejor los problemas de España; tiene más capacidad de negociación; es más honesto y tiene

más visión de futuro.

Debería causar perplejidad la percepción positiva que los encuestados tienen de Rubalcaba: portavoz del gobierno del PSOE en el periodo en el que los crímenes de los GAL y los escándalos de corrupción ocupaban las primeras planas, amén de su actual papel de encubridor del chivatazo policial a los etarras del bar Faisán –con indicios que apuntan directamente al ministerio del que era, hasta hace unos días, el titular– en un capítulo más de la colaboración del gobierno del PSOE con la banda criminal ETA en aras de la “paz”. Con esta trayectoria, se podría calificar al personaje, cuanto menos, de dudoso. Sin embargo, no sorprende nada en un país en el que un antiespañol declarado como Durán i Lleida, perteneciente a la corrupta formación CiU, encabeza el *top ten* de los líderes políticos mejor valorados en todas las encuestas.

Con todo, el candidato que en su día dirigió la campaña de Zapatero de 2004 y que, en medio de la conmoción tras la masacre del 11-M, asestó el golpe mediático que propició el vuelco electoral del 14-M podría tenerlo muy complicado el 20-N: según un sondeo encargado por el diario *El País*, el PP sacaría 14 puntos al PSOE, lo cual podría significar mayoría absoluta para Rajoy. Además, este estudio reflejaría el desánimo y desmovilización de los votantes del PSOE, entre los cuales, a un 30% les sería indiferente o aceptarían de buen grado un gobierno de los populares.

Salvo algún conejo en la chistera, tal como un comunicado de ETA anunciando el abandono de las armas –lo cual permitiría a Rubalcaba presentarse como el pacificador que en su etapa de ministro de interior acorraló implacable a la banda etarra, a la vez que les mostró el pacífico camino a las urnas– parece improbable un giro inesperado en la tendencia del voto. Pero incluso contando con ello, quizá, se deba conformar con unos resultados aceptables para el PSOE dentro de la derrota que vaticinan los sondeos.

El programa electoral de Alfredo

Por ahora no son más que propuestas difundidas en la *tourné* del candidato que deben pasar por la conferencia política del PSOE. Calificadas por todos los medios como propias de un programa que gira a la izquierda y con guiños al movimiento 15-M, no deja de ser palabrería y marketing de quien quiere presentarse cara a la galería como un candidato experimentado, a la par que cándido y ajeno a los cinco años de su presencia en el gobierno de Zapatero.

Rubalcaba ha asegurado saber “lo que tenemos que hacer para crear empleo, que lo sé y que tengo las propuestas para hacerlo”. Al parecer, se ha reservado la fórmula mágica para conjurar el paro al momento en el que sea elegido presidente. Resulta chocante esta afirmación de quien ha formado parte de un gobierno durante el cual se ha alcanzado la friolera de más del 20% tasa de desempleo.

No obstante, la panacea contra el desempleo a la que alude, quizá, se refiera a su propuesta de contrato de aprendizaje para jóvenes sin formación o para aquellos que abandonaron los estudios para colocar placas de *pladur*: de un plumazo sacaría de las estadísticas del INEM a un par de millones de parados mediante cursillos y contratos basura.

Alfredo ha propugnado exigir un impuesto especial a la banca y restablecer el que grava el patrimonio –suprimido por el gobierno del PSOE en 2008– para compensar a los más desfavorecidos por la crisis. Es pura demagogia de un ex ministro de un gobierno que ha acudido presto al rescate del sistema financiero transfiriéndole cantidades astronómicas por cuenta del contribuyente, esto es, del españolito a quien, entre otras tropelías, se le ha tirado a la calle; se le ha embargado la vivienda; cerrado la persiana; negado el crédito para su negocio; congelado su pensión o recortado el sueldo.

La reforma de la Constitución es otra de sus proposiciones. Concretamente la que se refiere a la reforma del Senado, que según argumenta, “no sintoniza” con el Estado de las autonomías y “no cumple con ninguna de las funciones”. Esto es, quiere hacer cumplir la previsión constitucional de cámara de representación territorial, profundizando en la payasada anti-española de los pinganillos con traducción simultánea.

El resto de la batería de propuestas se dirigen a encauzar las demandas reformistas del llamado movimiento 15-M: reforma del sistema electoral, “reflexionar sobre la proporcionalidad”, acabar con los sueldos exorbitantes de los cargos públicos, etc.

En definitiva, la proyección de la marca de diseño *fashion* Rubalcaba es un intento de movilizar al electorado del PSOE y la izquierda para evitar el descalabro de un partido desgastado tras dos legislaturas en el gobierno. Más que un efecto, Rubalcaba es un *bluff*.

Enlaces:

[1] <http://pnr.org.es/category/articulos/hechos>