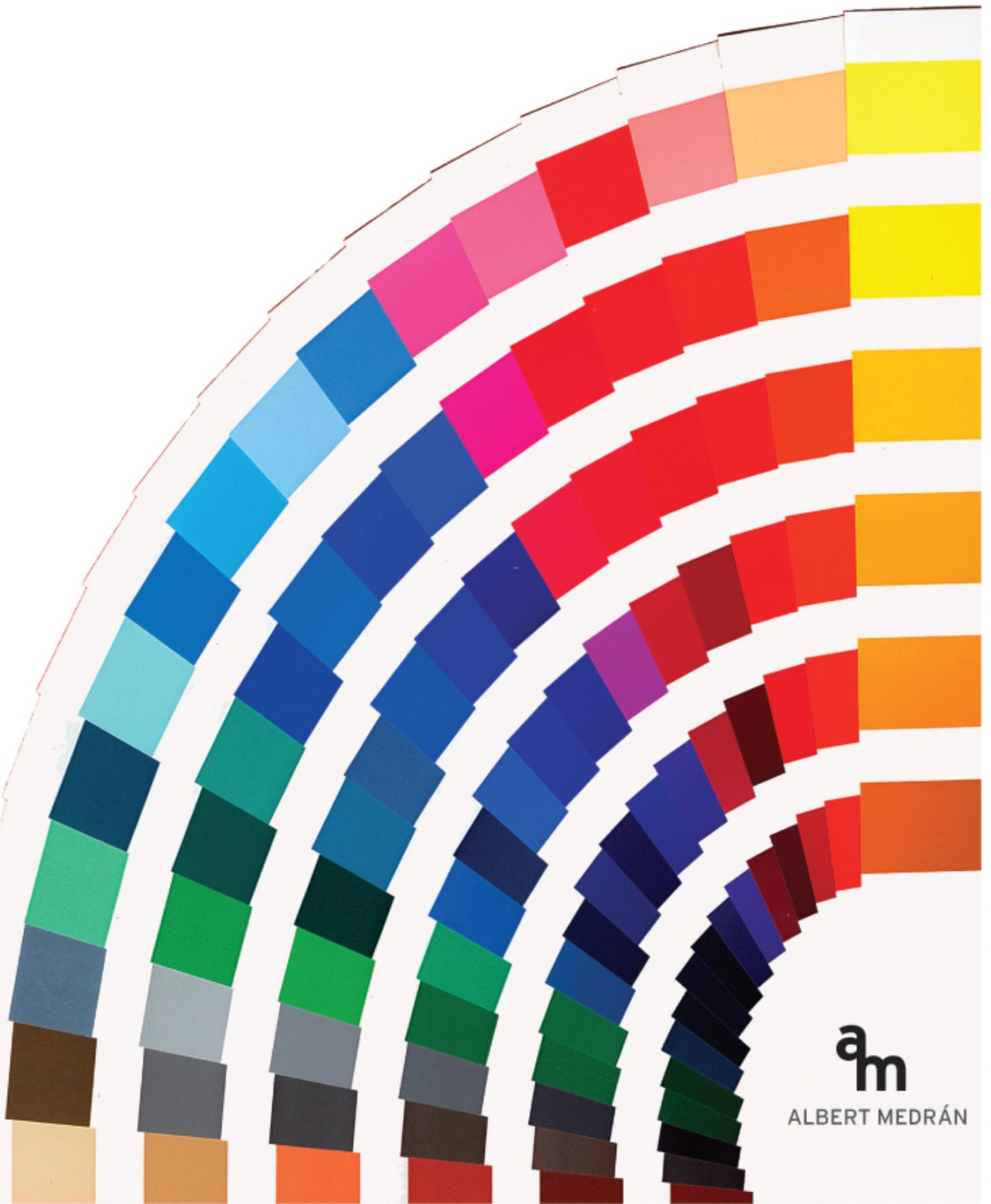


100 primeros días de gobierno



am

ALBERT MEDRÁN

100 primeros días de gobierno



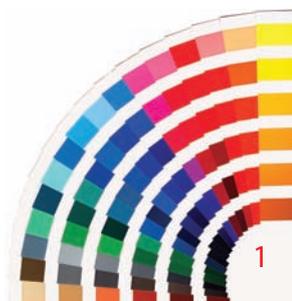
¿De qué sirven los 100 primeros días de gobierno?
¿Por qué es necesario planear la tarea que vamos a llevar a término en este periodo? ¿Porque es necesario hacerlo con una óptica estratégica? ¿Por qué es necesario invertir esfuerzos de comunicación en la gestión de estos 100 primeros días?
¿Como lo ha hecho el gobierno de Zapatero?

Hacer una buena gestión, tanto política como comunicativa, de este periodo inicial es esencial por fijar en los electores los valores que sostendrán nuestra acción de gobierno. Sirve por impregnar a la sociedad de nuestro mensaje a través de los primeros hechos. Por ejemplo, un gobierno que haya hecho del cambio la bandera de su mensaje durante la campaña, deberá ser ágil y llevará a cabo acciones legislativas que supongan un auténtico cambio. Es, por lo tanto, un periodo por mostrar la disposición a cumplir aquello que se defendió durante la campaña.

¿Con qué objetivo? Crear un estado de opinión y un espaldarazo favorable al gobierno basado en el desempeño de una serie de hechos, con la realización de una serie de acciones que fijen en el imaginario colectivo los valores vertebradores de un gobierno. En una óptica Lakoff, crear un marco favorable con el cual cualquier ciudadano o ciudadana pueda interpretar lo que se hace.

Para no recurrir a ejemplos lejanos, Zapatero nos mostró hace 4 años como se gestionan estos 100 primeros días de gobierno. ¿Como escenificar el cambio? ¿Como escenificar el talante? ¿Como escenificar el rechazo a las políticas del último gobierno Aznar? Anunciando la retirada de las tropas de Irak el segundo día de su presidencia, aprobando la ley del matrimonio homosexual, poniendo las banderas autonómicas en las visitas de los presidentes autonómicos, iniciando diálogo, etc. Acciones que estuvieran comunicando el sentido estratégico de su gobierno.

Se acaba el periodo de gracia que se suele otorgar a los nuevos ejecutivos. Con el cumplimiento de los 100 primeros días del nuevo ejecutivo del Presidente Rodríguez Zapatero, llega el momento de hacer balance de la tarea de gobierno durante este periodo. Y podemos observar como en esta ocasión la gestión de estos días no ha sido tan exitosa como lo fue cuatro años atrás.



1 | debilidades

El resultado.

Pese a la victoria socialista del pasado 9 de marzo, el PSOE no consiguió la mayoría absoluta y necesitó iniciar negociaciones para la investidura que acabaron con el nombramiento del primer presidente en segunda vuelta y sin mayoría absoluta de los votos en el Congreso de los Diputados de la historia de la reciente democracia en España. Esto está marcando mucho la tarea del gobierno que, aún cuando no cierra puertas al diálogo, intenta hacer el máximo de cosas solo.

Esto podría explicar la sensación de inoperancia del gobierno, su falta de impulso en la acción de gobierno y las pocas medidas aprobadas desde hace 100 días. La falta de aliados estables está propiciando esta situación, aunque es evidente que Zapatero está imprimiendo un perfil más bajo a este mandato respecto al primero.

El síndrome Moncloa y los debates lingüísticos

¿Qué hay de cierto en el síndrome Moncloa? ¿Existe este embrujo de los presidentes españoles durante el segundo mandato? ¿Está Zapatero aislado de la sociedad española? Más allá de la anécdota, el cambio de actitud del presidente español es evidente. La negativa del jefe del ejecutivo a utilizar la palabra "crisis" para definir la situación económica actual ha centrado el discurso en la palabra y no en la acción del gobierno por hacer frente a la situación.

De hecho, el gobierno y su comunicación se han mostrado excesivamente débiles a la hora de fijar su lenguaje en el debate público. No ha sido sólo la crisis y sus sinónimos, también el debate sobre la feminización del lenguaje de la ministra Aído no ha conseguido su objetivo: la anécdota se ha comido la base de la articulación que se ha topado con una rebelión ultraconservadora que ha hecho del machismo, la misoginia y el insulto sus ejes característicos.

¿Una nueva idea de España?

Que Cuatro sea la cadena emisora de la Eurocopa y que España llegue a la final no son cosas que controle el ejecutivo, pero sin el menor asomo de duda ayudan a que muchos puedan enseñar la bandera de España sin ver detrás manifestaciones de obispos o de la AVT. En este aspecto, las intenciones mostradas durante la investidura sobre imprimir una nueva idea de España (contra la España plural de los primeros cuatro años), sumado a la aparición de debates sobre el uso del castellano, el abandono progresivo del acercamiento a los partidos nacionalistas y la futura sentencia del Estatuto hacen ver que el mensaje sobre España ha cambiado.

¿Pero, como afectará esto a la estrategia del PSOE y del gobierno? ¿Como afectará a los 25 diputados del PSC que han dado la victoria a Zapatero? Zapatero siempre ha sido débil a la hora de plantear el debate identitario y la gran apuesta de estos 100 días ha sido el nombramiento de Carme Chacón como ministra de Defensa. La falta de confianza y credibilidad de muchos españoles y españolas sobre el liderazgo en esta área no es un buen presagio y la carencia de acciones o diligencia muestran esta debilidad.

A la espera de Obama

España ha perdido importancia a nivel internacional. Esta sensación se ha acompañado con fotografías donde se muestra la soledad de Zapatero en las reuniones cumbre internacionales, la inexistencia de reuniones a alto nivel con el presidente Bush o el mantenimiento de una situación incómoda y clara a nivel de alianzas estratégicas con otros países europeos. Así como errática con otros países de América Latina o el Magrib – o como muestra el hecho que Zapatero visitara Marruecos en julio, cuando ya había hecho visitas oficiales en Brasil y Grecia.

El poco interés del presidente por estos temas ha marcado el perfil de la acción exterior de España y parece que todo cuelga de un hilo: cruzar los dedos para que Obama sea el próximo presidente de los Estados Unidos y las relaciones con este país se normalicen, aunque McCain también ha afirmado contar con España en sus planes.

2 | amenazas

La sombra d'ETA

Que ETA esté en activo es una amenaza para cualquier ciudadano, pero más para la acción d'un gobierno y para su comunicación en un tema tan sensible y con una oposición tan grande de ciertos medios de comunicación.

Aún así, el aparente retorno a un cierto consenso en materia antiterrorista entre el PSOE y el PP parece dibujar una nueva etapa en esta materia, aunque la amenaza de los violentos y las medidas de presión como las de De Juana pueden amenazar gravemente al gobierno y a la valoración de los ciudadanos.

El PP no estará siempre en crisis

Si el gobierno ha podido permitirse este encanto durante 100 días ha sido en parte gracias a la crisis interna que el PP ha sufrido hasta su congreso de Valencia. El gobierno, haciendo uso de prudencia, ha evitado exponerse a los medios y dejar que estos sólo cubrieran la crisis Popular.

Pero la crisis no durará cuatro años y el principal partido opositor ya ha iniciado el ataque al Titánic en qué se ha convertido el gobierno en materia económica.

No saberse anticipar a estos movimientos Populares es un riesgo que es necesario atajar lo más rápido posible. En este sentido, la fuerza que el PSOE ha obtenido en su congreso es un revulsivo que deberá aprender a administrar.

Una crisis en expansión

La crisis económica es la gran amenaza para el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero y los 100 días de malabares léxicos y semánticos no han servido para neutralizar los efectos que se empiezan a notar y el estado de ánimo existente. En 100 días hemos pasado de negar la crisis a aceptarla y a afirmar que es la crisis más grave a la que Pedro Solbes se ha enfrentado nunca.

La pésima gestión de la comunicación ha permitido debates paralelos sobre las palabras que se usaban para describir la situación, se ha creado un estado de expectación permanente para escuchar la palabra crisis de la boca de algún miembro del gobierno. Las crisis de Martinsa-Fadesa y los anuncios de Spanair, Sony, etc. empiezan a crear un estado de opinión pesimista que no se puede combatir con un debate de palabras. Hasta que el gobierno no entienda esta cuestión, no se podrá aplicar en la gran carencia comunicativa que ha mostrado.



3 | fortalezas

Un gobierno de progreso

La mayoría de ciudadanos todavía identifican el gobierno de Zapatero como el motor del cambio social, expresado sobre todo en la creación del primer gobierno con más mujeres que hombres, con Carme Chacón como símbolo de este cambio. La imagen de Carme Chacón, embarazada, en su despacho en el Ministerio de Defensa dio la vuelta al mundo. O Bibiana Aído al frente del Ministerio de Igualdad, que ha sido el centro de las críticas de la rebelión ultraconservadora en España.

Además, el motor de cambio se ha hecho con el inicio de debates como consecuencia de acciones simbólicas, a menudo mal cubiertas por ciertos sectores y magnificando discursos en contra del objetivo perseguido, como el debate de la feminización del lenguaje o el de reducir el gasto energético.

Pese a que la crisis económica pondrá a debate el avance social y las prestaciones que se derivan de los nuevos derechos adquiridos, el camino hacia la profundización en este campo debe ser un punto irrenunciable en la estrategia del gobierno.

Un liderazgo sin contestación

El congreso del PSOE puso de manifiesto la casi unanimidad del partido al confirmar el liderazgo de su secretario general. No existe ninguna voz disconforme con el liderazgo del presidente del gobierno y esto le deja un gran espacio de maniobra para proyectarse en la lucha política externa. A diferencia de Mariano Rajoy, los mensajes irán encaminados sólo en una dirección porque el liderazgo en el sí del partido, del grupo parlamentario y del gobierno no tiene contestación.



4 | oportunidades

Un nuevo relato de España

Las demandas de reformas federales de la constitución provenientes del PSC, el nuevo impulso en el aumento de los derechos sociales por parte del congreso socialista y la voluntad de crear una nueva imagen de España, que se manifiesta en la negativa del PSOE a subscribir el Manifiesto por la lengua castellana, ejemplifican el nuevo relato de España que Zapatero quiere realizar.

La reciente victoria de España en la Eurocopa ha permitido que la bandera española salga de las manos del PP (que la había monopolizado durante la anterior legislatura) y la ha devuelto a posiciones más neutrales. Si el gobierno es capaz de aprovechar el contexto actual, podría poner las bases para un nuevo modelo para los próximos años.

C | conclusiones

El gobierno de Zapatero ha demostrado graves problemas de comunicación que han incidido en sus debilidades, especialmente en lo relativo a la crisis. Los bajos índices de aprobación del presidente, los más bajos desde la victoria del 14M de 2004, y la posible aparición en los próximos meses de un aumento en la intención de voto del PP, podrían poner en graves problemas de confianza y operatividad al ejecutivo.

El gobierno necesita aprender a comunicar la crisis económica y debe buscar más acierto en los debates iniciados. El perfil bajo y la reacción demostrada por el gobierno son contraproducentes en la creación de un liderazgo claro para hacer frente a los problemas del país.

La disminución de la crispación

La derrota Popular fue un toque de alerta para el principal partido opositor. Entendió que con la crispación aumentaba votos y escaños en sus feudos, pero que no conseguía convencer a zonas necesarias para ganar, como Catalunya, País Vasco o Andalucía.

Esto ha generado un cambio en las formas del PP, más que en su discurso, lo que ha supuesto una disminución de la crispación notable y podría generar oportunidades para abordar las grandes reformas que el Estado a día de hoy necesita, especialmente en un contexto de recesión económica.

En este sentido, la búsqueda del acierto deberán formar parte de la estrategia de comunicación para la legislatura, además de anticipar los problemas y saber explicar qué se está haciendo desde los ministerios para paliar los problemas de los ciudadanos y cumplir con el programa electoral.

Los primeros 100 días de gobierno han acabado y el PP ha conseguido reorganizarse, mientras la crisis económica se hace cada día más evidente. Esta situación necesita una respuesta clara que vaya más allá de debates semánticos. Aquí estará la clave: buscar la proximidad, la comprensión y escenificar la tarea del gobierno para solucionar problemas. Los debates como la financiación, la sentencia del TC sobre el Estatuto y otros temas podrán agravar la situación generada por la crisis si no existe una reacción rápida y acertada desde la comunicación del gobierno.

más información

<http://e-campanya.blogspot.com>

pronto también en

<http://albertmedran.com>

Albert Medrán

Consultor de comunicación,
especializado en comunicación
on-line y política.

albert.medran@gmail.com

