

Opinión

Zapatero y el laberinto de las palabras

Dominio público

ANTONI
GUTIÉRREZ-RUBÍ

Asesor de comunicación

No, no estamos tan mal, compañeros y compañeras”, dijo José Luis Rodríguez Zapatero en su discurso final del 35º Congreso del PSOE, ante una militancia huérfana de líder y derrotada de manera humillante en las elecciones generales del año 2000. Con su discurso ganó, por la mínima, aquellas primarias socialistas, y con esas palabras iniciales resumió la fuerza de su actitud personal y política. Dicen que tuvo fortuna porque el azar le ayudó con el sorteo de las intervenciones y habló el último. No fue suerte, ganaron la determinación, la ambición y el optimismo. Y unas buenas alianzas.

Han pasado dos legislaturas desde aquel año 2000. Una en la oposición, como *Bambi*, y la otra en el Gobierno, como ZP. Ahora cumple 100 días de su segundo mandato consecutivo y rinde cuentas. Fiel a su estilo personal (el carácter explica muchas cosas) y convencido de su baraka contagiosa, repite de nuevo que no estamos tan mal. Saca pecho de la tarea iniciada, exhibe números y gráficas, recuerda logros y compromisos. La palabra dada, dice, se cumple. Pero parece que falla la química entre el presidente y la opinión pública, y la brillante chispa de antes, hoy parece un destello demasiado fugaz. Y las alianzas flaquean. ¿Qué ha pasado?

Estos 100 días han transcurrido, en términos de comunicación política, alrededor de muy pocas palabras, de entre las que destacan: consulta, *miembras*, corbata y crisis. Hemos hablado más de las palabras, sobre su uso o su propósito, que de las políticas

que representan. Cuando el debate es semántico, la polarización aumenta, los matices se desdibujan y las posibilidades de caer en el fuego cruzado –amigo y enemigo–, aumentan.

Más que nunca, hay que calcular las alianzas para liderar el debate social y mediático. Hacerlo sin una tupida red, sin suficientes apoyos, puede ser devastador. La soledad es el principio del fin en política. El Gobierno debe volver a tejer sus alianzas con los creadores de opinión para afrontar con éxito la legislatura. Está en juego la percepción pública, la antesala decisiva de la opinión pública.

El caso de la palabra *miembras* es ilustrativo. Error involuntario o cálculo sobrevenido, el balance es desigual. La opinión pública recordará la palabra (y el debate), pero no el nombre de la ministra o sus propuestas políticas. Es tan fuerte la polarización que ha devorado a su instigadora, abriendo una brecha por la que han entrado misóginos, machistas y adversarios políticos disfrazados de guardianes de la lengua. Ha iniciado un debate necesario, quizás, pero no urgente aquí y ahora. De nuevo, la prudencia y la lectura de oportunidad ayudan y son imprescindibles. La habilidad política consiste en transformar lo potencial en real. Para ello, a veces, hay que saber parar, cambiar el paso y desandar lo andado, para volver con más fuerzas, para ganar batallas de fondo.

También es revelador observar qué ha pasado con la palabra crisis, mientras esta se instalaba en la economía y en la psicología. El pasado 8 de julio, casi exactamente tres meses después del 9 de marzo, el presidente del Gobierno pronunció esa palabra, por primera vez –y en dos ocasiones–, en una entrevista televisiva. El desgaste había sido excesivo y el titular fue: “Al fin, lo dijo”. Aunque en la reunión del 18 de junio en la Moncloa, todos los líderes sindicales y empresariales se conjuraron en no pronunciar la palabra maldita,



IVÁN SOLBES

Estos 100 días de Gobierno hemos hablado más de las palabras consulta, 'miembras', corbata y crisis que de las políticas que representan

convencidos o persuadidos de que no hay que llamar al mal tiempo. Pero el chaparrón ya estaba calando hasta los huesos. De nada sirvieron las sutilezas léxicas y los subterfugios conceptuales. Era una crónica de una muerte anunciada. Es cierto que todos los manuales de crisis recomiendan generar confianza como una de las recetas para incentivar el consumo y paliar la desaceleración. Pero no a costa de perder la credibilidad y la centralidad. A veces, llamar a las cosas por su nombre estimula tanto como el optimismo. Sobre todo, cuando todo el mundo lo hace. “El pesimismo no crea un puesto de trabajo”, ha reiterado Zapatero. Cierto, pero el voluntarismo no crea confianza política, imprescindible para crear puestos de trabajo, entre otras cosas.

Los electores tienen un instinto especial. Valoran la determinación

en los líderes políticos. Pero cruzar la débil frontera entre la tenacidad y la tozudez puede ser letal para un dirigente, si así se percibe por parte de la opinión pública. La constancia se premia. El empecinamiento se castiga porque se identifica con arrogancia o, lo que es peor, con ignorancia.

El Gobierno recupera la iniciativa y parece pasar de la discusión por las palabras al compromiso de los hechos. La cita entre Mariano Rajoy y José Luis Rodríguez Zapatero del pasado miércoles, y las comparencias públicas del ministro Pedro Solbes han marcado un nuevo rumbo en la respuesta política y estratégica al desafío económico. El próximo martes, previsiblemente, el Gobierno volverá a reunirse con los líderes de CCOO, UGT, CEOE y CEPYME. Hay un documento compartido que se configura como la hoja de ruta para salir de esta travesía, que se intuye larga, y puede que nos obligue a la reedición de unos segundos Pactos de la Moncloa.

El Gobierno tiene tiempo y margen para la reacción política y para una renovada comunicación. Ya lo advirtió Felipe González en el mítin del Palau Sant Jordi de Barcelona en las pasadas elecciones: “Lo habéis hecho bien, pero lo habéis comunicado mal”. Hay una nueva oportunidad. La convocatoria de tres Consejos de Ministros en el mes de agosto no es una pose; es un cambio de actitud positiva caracterizado por el realismo y la actividad concertada y pactada con las fuerzas sociales y políticas. Pasados los 100 primeros días, empiezan los 1.000 decisivos. “Pese a las dificultades, somos un país fuerte, también socialmente” dice ZP. Vamos a verlo. Ahora toca demostrarlo. Y comunicarlo mejor.

PARTICIPA EN:

www.publico.es/opinion/dominiopublico