

LA COMUNICACIÓN POLÍTICA DE RENZI

Michele di Salvo

Matteo Renzi es una novedad absoluta en el panorama de la política italiana. Y esta novedad –al igual que la de Berlusconi hace veinticinco años– le ha llevado a la victoria.

Una vez más, es el conocimiento y la capacidad de gestionar los medios de comunicación lo que hace la diferencia. Hace veinticinco años, en un país donde la clase política había recién descubierto los spots en la televisión comercial, todavía atado a fórmulas de un debate político estático, Berlusconi sí dominaba esos medios y batió a cualquier rival.

Hoy en día funciona el storytelling: la política vista como una historia y una narrativa.

Poco importa ya un único medio, lo que pesa es la capacidad de conexión multimedia: imágenes, vídeo, televisión y el intercambio social, lo que significa también la capacidad de ponerse en contacto (en asuntos reales o aparentemente pequeños) con los votantes.

Para entender cómo los mismos dirigentes del Partido Demócrata han sido abrumados por el fenómeno Renzi sólo hay que recordar una frase de Massimo D'Alema:

“En mi opinión debería estar cinco años como

eurodiputado y luego presentarse como candidato”.

Unos meses después de esta frase, Renzi ganaba las primarias, se convirtió en secretario general y fue nombrado primer ministro: todo en tres meses.

Esta concepción del tempo político es exactamente lo que nos puede dar fe del momento en el que vivimos y lo que los medios de comunicación y su integración multimedia logra hacer con la política. No es algo aislado. Si miramos “más allá” del fenómeno Renzi, es la misma parábola de Tsipras en Grecia, de Podemos en España, pero también de la regeneración política de Sarkozy en Francia, sólo por nombrar unos pocos ejemplos.

Con la aceleración de esa sincronización entre los medios de comunicación y la sociedad, también se distorsionan las clases dominantes, las cuales no son capaces de mantener el ritmo. No es sólo el final de los partidos tradicionales antiguos, en las que a menudo las estructuras organizativas se convierten en conservadoras, sino también el final de las “viejas rutas” para el crecimiento y la educación política dentro de los propios partidos.

Michele di Salvo es CEO de Crossmedia Ltd. Especializado en relaciones públicas y comunicación. Escribe en micheledisalvo.com, colabora con numerosos medios de comunicación y es especialista en estrategia de campañas. (@micheledisalvo)

No es casualidad que Renzi en la primera ronda de las primarias ganara, pero superara el 43% de votos dentro del partido. Y tampoco es casual que en la segunda ronda, con primarias abiertas, superara el 66% de los votos, con dos millones de votantes. Una vez más, esta diferencia muestra la distancia entre la partitocracia tradicional y cómo forma a sus líderes, y la sociedad real, con su propio tempo y sus formas de comunicación.

Si esta es la premisa, sin embargo, hay dos realidades que oscurecen esa trayectoria política de Matteo Renzi. La primera es que su historia es el producto de una política de laboratorio, en la línea de lo que está sucediendo en los Estados Unidos: con raras excepciones, los “nuevos” políticos son una clase dirigente formada por niños nacidos, formados y crecidos hasta convertirse en políticos. Es la historia de Bush, como era la de los Kennedy, pero no muy lejos está la de Clinton y muchos gobernadores y senadores. Matteo Renzi nunca ha trabajado ni un día fuera de la política: ha sido secretario de sección, secretario provincial de los populares, presidente de provincia, alcalde de Florencia... Ha sido proyectado y apoyado políticamente en su carrera por un grupo de familias unidas entre sí, a las que sus detractores llaman el “círculo mágico”, con un pequeño grupo de personas (incluyendo a Luca Lotti, Dario Nardella, Giuliano da Empoli, Marco Carrai y Maria Elena Boschi) muchas las cuales están ahora con él en el Palazzo Chigi.

La segunda realidad es que en ninguna contienda electoral Matteo Renzi tomó preferencias personales por nadie, ni apoyó a nadie. Su nombre era siempre “el alternativo”, con otras personas para escoger. Nunca mostró su apoyo por nadie como concejal, nunca ha

sido diputado, nunca participó en una elección proporcional... Y todo ello siempre le ha garantizado ser capaz de presentar un currículum vitae fuerte, sin derrotas políticas.

Estas dos realidades son importantes debido a que trazan el perfil de un político nuevo, que no dispersa recursos y energías, que crea un grupo con el cual construye un equipo fiel y un proyecto político, en el que delega y finalmente amplía, y en el que la constante es un líder indiscutible, pero también un “dominus” (capaz de crear nuevos líderes), como él mismo dijo en su discurso en la asamblea de delegados de su partido.

Su fuerza reside en la capacidad de armar piezas que difícilmente estarían juntas en otras circunstancias, y también en tener, de hecho, en sus manos, el destino parlamentario: no sólo no hay alternativa numérica a él como primer ministro, sino que además la ley electoral (la antigua, y aún más la nueva), ponen en manos de la secretaría general del partido (sus propias manos) la capacidad de ser candidato e incluso la capacidad de nombrar a la mayoría de la lista de su partido.

Su fortaleza, sin embargo, radica también en al menos dos factores independientes a su persona. El primero es el extraordinario atraso político de una centroderecha –que tiene una amplia base electoral, pero absolutamente huérfana de un líder en el que reconocerse y a quien escoger– extremadamente distante de la sociedad actual. Este factor es esencial, porque si Berlusconi era bien visto políticamente era también por el mero hecho de no tener una oposición válida y fuerte, capaz de ofrecer una alternativa. A Renzi le sucede lo mismo. Su valoración no es tan mala



Fuente: Francesco Pierantoni en Flickr (cc)

políticamente porque no tiene oposición y, por tanto, no existe ninguna alternativa.

El segundo factor es la falta de una alternativa interna, de un “liderazgo de minoría” capaz de ir obteniendo poder poco a poco en el sí del partido para lograr ser mañana una mayoría y tener peso en las decisiones y el programa del partido. Al menos para denotar una separación entre el secretario/primer ministro, que tiene el poder ejecutivo del partido y del país, y la figura del partido/parlamento, a los que compete la elaboración de las leyes y el control del Gobierno.

La falta de oposición externa y de alternativa interna –que a menudo forjan el destino del equilibrio democrático en los sistemas parlamentarios– puede parecer una prueba de fortaleza y de garantía de invencibilidad para Renzi, pero en realidad es probable que sea un punto de debilidad extrema, porque “si se tiene un poder absoluto, no se tiene ninguna excusa para lo que sucede” y, a menudo, en política lo que sucede es independiente de lo que se hace y se decide en el Gobierno.

En cualquier caso, tiene a su favor el uso ingente y la extraordinaria sencillez de las herramientas de comunicación directa, como las redes sociales, que terminan siendo el lugar de las auténticas declaraciones e intenciones de Renzi. Donde, y no por casualidad, no es sólo que cree esa percepción de cercanía, sino que también se ejemplifica con su nombre en las redes: para todos es simplemente “Matteo”.

Algo que no debe confundirse con ser “uno de nosotros”, propio de los movimientos más ampliamente populistas que están poblando Europa con diferentes variaciones. Sin embargo, Matteo, para la gente de centro-izquierda, es un soplo de proximidad con el tempo y la forma de comunicación de la sociedad de hoy. Y Matteo es familiar como un contacto personal de Facebook. Y el storytelling de su política es la narración directa y personal, sin mediadores, de la historia de un gobierno que, al menos, parece dialogante.

Traducido por Xavier Peytibi