

El PSOE y la política de la renovación

Mientras el PSOE se encamina hacia su 38º congreso, gran parte del debate y los comentarios en los medios de comunicación se han centrado en las diferencias que existen —si es que existen— entre los programas de los candidatos, y en quién estaría mejor situado para enfrentarse a Mariano Rajoy como líder de la oposición. Ambas son cuestiones importantes: si el partido pretende convertirse rápidamente en una alternativa creíble de gobierno necesita tanto un programa sólido como un líder capaz y con autoridad. Sin embargo, me parece que el reto más importante que afronta el próximo secretario general —ya sea Carme Chacón o Alfredo Pérez Rubalcaba— es la reforma del propio partido. El año pasado, votantes de siempre del PSOE le abandona-



**MATT
BROWNE**

El reto más importante del nuevo secretario general es la reforma del propio partido

ron no solo porque había perdido su credibilidad y sus metas, que también. Muchos votantes se alejaron por la forma de hacer política que estaban viendo en los socialistas.

Históricamente, desde luego, todos los Gobiernos, con el tiempo, acaban perdiendo su sentimiento de rebeldía y convirtiéndose en gestores del *statu quo*. Forma parte del péndulo natural de la política democrática. Por desgracia, los partidos que pierden contacto con las preocupaciones de sus gobernados tienden también a ensimismarse cada vez más en sus batallas políticas internas. Y entonces, la política aparece en los medios como un culebrón que narra el ascenso y la caída de distintas facciones, ideológicas, regionales o vinculadas a personalidades. Para el ciudadano medio, a todos

los efectos, los que se dedican a la política de partido, tanto a nivel nacional como a nivel local, parecen más preocupados por promover sus propios intereses y carreras que por defender el bien público o cambiar la sociedad.

Los votantes dieron la espalda al PSOE en las últimas elecciones porque tenían la sensación de que el partido ya les había dado la espalda a ellos. Para recuperar su confianza, el partido tendrá que demostrar que es capaz de cambiar.

El obstáculo que afronta el PSOE es aún más complicado por las tendencias sociales y culturales que están transformando las sociedades del siglo XXI. Desde el punto de vista demográfico, ha aparecido una nueva generación de posibles votantes. Un estudio comparativo in-

ternacional llevado a cabo por el Center for American Progress ha descubierto que la llamada “generación del milenio” siente menos deferencia y “lealtad” con respecto a algún partido concreto y está menos inclinada a pensar que la política tradicional de partidos es la única o incluso la mejor manera de cambiar la sociedad. En España, además, la generación del milenio ha crecido en democracia y, en gran medida, la da por descontada, por lo que tiene menos vínculos emocionales con el PSOE como “garante” de la Transición y la modernidad del país.

Asimismo, han surgido nuevos retos y el abanico de cuestiones que preocupan a la gente ha variado. Hoy, grandes sectores de la sociedad —jóvenes y viejos, hombres y mujeres, gays y

El PSOE y la política de la renovación

VIENE DE LA **PÁGINA ANTERIOR**

heterosexuales— están más preocupados o interesados por “cuestiones concretas” —la educación, el desarrollo, el medio ambiente, el genocidio y los crímenes de guerra, los derechos de los animales, etcétera— que por la gama tradicional de políticas que suelen abordar los partidos progresistas. Por desgracia, los grandes partidos políticos están a menudo esclerotizados y son lentos e incluso resistentes al cambio. Esta falta de voluntad de abrirse a nuevas ideas, nuevas personas y nuevas formas de hacer las cosas ha creado oportunidades para que los nuevos movimientos sociales y los partidos pequeños atraigan cada vez a más adherentes.

El PSOE debe esforzarse por atraer y aliarse con los ciudadanos que comparten su visión y sus valores en general, pero nunca han pensado que el partido es un lugar natural en el

que desarrollar su activismo.

Lo bueno es que los partidos progresistas de todo el mundo ya se han enfrentado a estas dificultades en el pasado y esos retos han contribuido a reforzar su empeño y sus apoyos. Además, las derrotas históricas son muchas veces el mejor momento para iniciar el proceso de renovación. La rabia y la frustración que suelen sentir los fieles del partido, si se encauzan bien, impulsan el proceso con más fuerza, incluso aunque las perspectivas sean terribles.

En Estados Unidos, por ejemplo, tras la derrota de John Kerry en 2004, los expertos pusieron en duda que los demócratas fueran a poder volver a tener alguna vez la mayoría en unas elecciones presidenciales, dado que muchas de las energías progresistas estaban agrupadas en torno a organizaciones ajenas al partido, como MoveOn. Sin embargo, bajo la dirección de Howard Dean, el partido emprendió un doble proceso de renovación. En primer lugar, una iniciativa de organización comunitaria permitió a los miembros y simpatizantes dar rienda suelta a sus sentimientos de frustra-

ción con el partido mientras llevaban a cabo actividades positivas que mejoraban sus comunidades (y, al mismo tiempo, dejaban claro a los escépticos que el objetivo central del partido era verdaderamente mejorar la vida de las personas). En paralelo, el partido invirtió en infraestructuras políticas modernas, como los últimos sistemas de medios sociales y gestión de datos, y am-

Para recuperar la confianza, el partido tendrá que demostrar que es capaz de cambiar

plió su presencia física en todo el país. Estas inversiones de tiempo y recursos permitieron al partido mantener un diálogo más constructivo con sus miembros y simpatizantes y cultivar y aumentar su energía y entusiasmo. El resultado fue un modelo de organización comunitaria puerta a puerta y persona a persona que despertó admiración, revolucionó la forma de hacer

política, llevó a los demócratas a la victoria en las dos Cámaras del Congreso en 2006 y sentó las bases para la histórica campaña del presidente Obama en 2008.

En Europa, también, los progresistas han innovado para reanimar y fortalecer su movimiento. Con Andrea Nahles, los socialdemócratas alemanes iniciaron “conversaciones sobre temas concretos” con personas de fuera del partido para ampliar sus apoyos. El Partido Democrático Italiano y, en los últimos tiempos, el Partido Socialista Francés han celebrado primarias abiertas que atrajeron a mucha gente a las urnas y proporcionaron financiación a sus respectivas organizaciones —¡la gente pagó para participar en la votación!— e información de contacto sobre los interesados en entablar diálogo con la dirección. Tradicionalmente, los partidos parlamentarios europeos se han resistido a estas tácticas, porque piensan que esa apertura a los partidarios informales debilita la relación con ellos y los incentivos para que se conviertan en militantes. Sin embargo, en todos los casos mencionados, los miembros y militantes vieron que tenían el

poder de dirigir conversaciones, tender la mano a posibles partidarios y administrar el proceso político. En vez de quedarse marginados o devaluados, se sintieron reforzados y dinamizados, con un nuevo sentimiento de orgullo respecto a su partido. En resumen, la renovación y la apertura no tiene por qué ser necesariamente una cuestión de suma cero, sino que todo el mundo puede salir ganando.

El congreso de este fin de semana debe representar también un nuevo comienzo, no un final. Si el nuevo secretario general está dispuesto a abordar la política de renovación y abrir el partido a nuevas personas, nuevas ideas y nuevas formas de hacer las cosas, el PSOE volverá a ser el garante de la modernidad de España y un ejemplo para los progresistas de todo el mundo.

Matt Browne es investigador titular en el Center for American Progress, en el que dirige la Iniciativa para el Progreso Global. Colabora estrechamente con la Fundación IDEAS y es miembro del Consejo de Policy Network.

Traducción de María Luisa Rodríguez Tapia.