

# LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN DE GONZÁLEZ CON LA QUE GANÓ EL 'SÍ' A LA OTAN

El Gobierno socialista empleó un discurso sencillo, centrado en el futuro y dirigido con fuerte liderazgo para que la mayoría de los españoles respaldara una decisión impopular.

*Alberto del Campo*

La victoria del sí en el referéndum sobre la permanencia de España en la OTAN, del que se cumplen 25 años, se fraguó en los últimos días de campaña, en los que la comunicación resultó decisiva para dar la vuelta a los sondeos. Obligado por el compromiso adquirido en la oposición, el Gobierno socialista convocó la consulta pese a que su posición había cambiado y era partidario de permanecer en la Alianza, a la que España se había incorporado en 1981 con la UCD.

Para convencer al electorado de este giro, la estrategia del PSOE se basó en transmitir un mensaje claro y comprensible, que hablaba sólo del futuro de España, arropado con algunas ideas fuerza (estabilidad económica, garantía de paz, progreso...) y con la máxima implicación en la campaña de su líder, Felipe González.

*“El eslogan que propondríamos sería: De salida, sí. La antítesis del que ahora proponemos: De entrada, no.”*

En una “jugada de ruleta rusa”, como la define Javier Solana, las apariciones en televisión de González, que esgrimió el argumento de la inexistencia de una fuerza política capaz de gestionar el no, influyeron de forma determinante en el resultado (52% sí, 40% no; y 59% de participación).

*En el mitin de cierre de campaña, González mencionó sólo en dos ocasiones el término Alianza Atlántica y 40 veces la palabra paz.*

El PSOE había abanderado una línea neutralista y anti-imperialista, y González había prometido que si España entraba en la OTAN por mayoría simple saldría de ella cuando el reparto de escaños en el Parlamento fuera otro. En 1981, durante el debate en el Congreso sobre la adhesión y ante la posibilidad de una consulta en el futuro, González manifestó: “El eslogan que propondríamos sería: De salida, sí. La antítesis del que ahora proponemos: De entrada, no”.

Tras ganar en 1982, los socialistas aparcaron el debate de la OTAN. Se habían calculado los tiempos y

antes de recuperar el compromiso del referéndum era necesario cerrar la adhesión a la CEE. Hasta lograr este objetivo, se enviaron mensajes que desvelaron que la posición del Gobierno había cambiado. “Conviene que los españoles vayan conociendo la dificultad de salirse de la OTAN”, señaló Narcís Serra en febrero de 1984. Unos meses después, el PSOE aprobó en su XXX Congreso una resolución a favor de la permanencia en la Alianza.

La campaña a favor del sí intentó transmitir que se presentaba la oportunidad de ganar peso en la esfera internacional y que se habían adquirido una serie de responsabilidades como país miembro de la CEE. Francisco Fernández Ordóñez repitió durante la campaña que pretender continuar en la CEE si triunfaba el no era “ridículo” y que “el Mercado Común habría acabado para España”.

***“Si se hace un esfuerzo comunicativo, en momentos de cambios históricos las decisiones impopulares, paradójicamente, son las que mejor se terminan aceptando.”***

Se introdujeron en el discurso otras variables, como la inestabilidad económica que conllevaría la salida de la OTAN y la mejor garantía de la paz dentro de ella. Se modificó sustancialmente el lenguaje empleado antes, para rebajar la carga negativa que en la izquierda implicaba pertenecer a la organización. En el mitin de cierre de campaña, González mencionó sólo en dos ocasiones el término Alianza Atlántica y 40 veces la palabra paz.

La comunicación se intensificó en el ámbito exterior, institucional, mediático y público. En los medios, González empleó todos sus recursos de buen comunicador. Además de anunciar que disolvería las Cortes y recordar insistentemente que no habría una suma parlamentaria suficiente para gestionar el no, el jefe del Ejecutivo añadió otros argumentos para cambiar el voto de la izquierda. “Dicen que están por el no porque están por la paz y por el desarme. Pero, ¿no está Willy Brandt por la paz y por el desarme? ¿No lo está el Partido Comunista italiano?”.



Campaña del PSOE

La pregunta planteada en las papeletas condicionaba la permanencia en la OTAN a tres puntos: no incorporación a la estructura militar integrada; prohibición de instalar armas nucleares en España; y reducción de la presencia militar de EEUU en territorio nacional. Se evitó además mencionar la palabra OTAN, con una mayor carga peyorativa que la empleada Alianza Atlántica.

Una potente estrategia de comunicación permitió al Gobierno salvar el resultado. Pasados los años, González ha calificado de “error” convocar el referéndum porque la pertenencia a una estructura militar internacional se debe incluir en el programa electoral. González ha sugerido, también recientemente, que si se hace un esfuerzo comunicativo, en momentos de cambios históricos las decisiones impopulares, paradójicamente, son las que mejor se terminan aceptando. Se refería a las reformas estructurales contra la actual crisis económica. Son muchas las diferencias entre convenir de la conveniencia de permanecer en la OTAN y la de hacer reformas en un contexto de crisis, pero hay fundamentos aplicables en ambos casos.

El cambio de discurso en función de las circunstancias, al que se ven obligados todos los gobiernos, en lugar de convertirse en un obstáculo por parecer improvisador puede llegar a entenderse si se transmite con un mensaje claro y comprensible para la mayoría, que mire al futuro y se dirija con un fuerte liderazgo.



**Alberto del Campo**

Redactor de información nacional y editor en la edición digital de El País  
albertodco@gmail.com