

# Paciente labor de aguja

La comunicación estratégica del Gobierno es algo más que atender a la prensa

VELIA GOVAERE **DIRECTORA OCEX - UNED** [vgovaere@uned.ac.cr](mailto:vgovaere@uned.ac.cr) **07:51 P.M.** 26/09/2010

Las historias de antes se escribían con grandes nombres. Era época de batallas y caudillos. Por eso la palabra ‘estrategia’ quedó marcada con el signo del enfrentamiento. Nada extraño entonces que se cuestione la ausencia de una estrategia cuando no genera ni escándalo ni ruido. Antes la comunicación era discurso y arenga. Después, noticia y alarma. Por eso el contacto sencillo y cotidiano con la gente pasa inadvertido y más aún se desvanecen del “acontecimiento comunicativo” los mapas de ruta que señalan derroteros.

Ningún mejor ejemplo de estos cambios de rumbo, que están teniendo lugar en Costa Rica, que analizar lo que ocurre en el campo de la producción nacional. Hay poco ruido, pero muchas nueces, entonces no se ve estrategia ni comunicación. Viene a cuenta la ilustración porque la producción es el corazón de la vida social misma. Su función es plenamente demostrativa de la existencia o no de un acimut de gobierno. De ella depende el empleo, base primaria de los ingresos de la población y del Estado. Ahí se consolida el bienestar de la familia y la estabilidad social. Es el filón en el que encuentra sustento el desarrollo humano. La política productiva define si una administración tiene una estrategia clara y si es capaz de comunicarla a su público meta (“stakeholders”).

Los últimos 25 años han probado que Costa Rica ha tenido una estrategia productiva, con considerable continuidad, no siempre con buena comunicación. Ella se ha basado, fundamentalmente, en apertura de mercados, posicionamiento de nuestras exportaciones y atracción de inversiones extranjeras. En estos momentos nuestra oferta productiva ya alcanzó los cuatro mil productos, por encima de Chile. La concentración de nuestra exportación es mucho más balanceada. Mientras Intel representa sólo un 13% de nuestras exportaciones, el cobre representa para Chile un 56%. Nuestro agro presenta una diversificación muy amplia, no sólo de productos sino

también de tipo de empresas y de formas productivas. El café, nuestro grano de oro tradicional, es apenas un 10% de nuestra exportación agropecuaria. Más del 10% de nuestro PIB es producido por cooperativas agrícolas. La mitad de la exportación agrícola tiene su base en la pequeña propiedad.

En lo grueso, esa “estrategia-país” ha probado ser correcta. Se asentaba, sin embargo, en un entorno institucional desarticulado, con un traumatizante calvario de tramitología, un sistema de puestos fronterizos insatisfactorios, duplicidad de registros y competencias y difusión de responsabilidades. Este era el diagnóstico del sector productivo. Pero el referendo probó la poca conexión comunicativa sobre la que se sustentaba.

A la pasada administración no se le puede negar haber tenido clara estrategia y comenzó una nueva experiencia comunicativa, ambas con éxito: consolidó socios comerciales estratégicos, ganó un referendo y amplió nuevos mercados. La concentración en ese esfuerzo y la polémica interna obligaron a dejar en el tintero, prácticamente intactos, nuestros problemas estructurales (“La otra cara de la moneda”, La Nación, 26/9/2009).

**Estrategia del nuevo Gobierno.** Para la nueva administración, tener estrategia sería volver la mirada hacia dentro, articular acciones institucionales, mejorar el entorno administrativo de comercio, sacar ventaja de las nuevas plataformas exportadoras para atraer inversión de orígenes nuevos y ampliar las bases sociales de movilidad, acceso y aprovechamiento de las oportunidades que generan comercio e inversión. ¿Se está haciendo?

Con la mano en la conciencia, el sector productivo sabe que existen nuevos aires. Por primera vez en 25 años, se recabaron reclamos y propuestas, en consulta detallada al sector productivo, académico y ciudadanía. La respuesta fue masiva y dura, poniendo en la picota el desempeño de Salud, Economía, Hacienda, Agricultura y Comex, en temas concretos. Pero eso no fue lo más novedoso. La verdadera primicia apenas comenzaba. Después del directo cuestionamiento de los sectores a las instituciones, los jerarcas se responsabilizaron dando respuestas específicas. Quedaron, por escrito, mapas

de ruta, compromisos detallados para cada área y fechas de cumplimiento. Ahora tenemos un plan real de articulación institucional, que es la palabra del día. Los sectores conocen lo acordado para darle seguimiento.

Este tipo de procesos públicos y totalmente verificables, representan una nueva escala de calidad de nuestra democracia y un espacio fresco para la participación ciudadana. De la antigua posibilidad de cuestionar cumplimiento de vagas promesas de campaña, se ha pasado a presentar, ya en gobierno, un plan concreto de ejecución de acciones y objetivos verificables.

La comunicación se funda en dos momentos de diálogo social: el primero, gestado en una consulta y, el segundo, planteado como escrutinio de su cumplimiento. La estrategia es producto de un proceso comunicativo.

Contrario a discusiones recientes, estrategia no es tener jerarcas con “millaje”, ni comunicación tener voceros. Comunicación estratégica es algo más que atender a la prensa y se plantea, más bien, como intercambio, activo y constante, de temas de fondo con la ciudadanía concernida. Este tipo de estrategia y de comunicación se prestan menos a encabezados dramáticos. Son más bien paciente y delicada labor de aguja.

Ninguna de sus puntadas hace noticia, pero cada hilo entrelaza un tejido social decisivo