

EL PLATÓ DEL PP

ANTONIO GUTIÉRREZ RUBÍ*

5.03.06. EL PERIÓDICO DE CATALUNYA. MADRID

La convención del PP es un buen espectáculo. Concebida, diseñada y ejecutada como un producto audiovisual, se parece más a un *late night* televisivo que a un congreso o a un mitin. Sin banderas, sin rótulos, sin presidencias, todo gira alrededor de un cuidado escenario capaz de convertirse en un plató de la política y de la imagen. Los elementos clave de la puesta en escena del PP hace tiempo que se han ido ensayando y mejorando. Una eficacia muy profesionalizada emerge entre los bastidores de la convención. Muchos y diversos especialistas de la imagen, de la publicidad y de la comunicación han coordinado sus esfuerzos para ofrecer un producto de calidad que marcará un listón muy alto para otros eventos políticos.

Hemos visto lo que parece ya la propuesta cromática definitiva. Hace dos años, tras la derrota electoral, el equipo de Rajoy intuyó que la renovación de la estética corporativa era urgente. El nuevo equipo apostó por el naranja en detrimento del clásico azul en el 15º congreso en el 2004 y en una acuciante búsqueda de una nueva percepción social y pública. Este color posee una fuerza activa, radiante y expresiva, de carácter estimulante y una cualidad dinámica positiva. Ahora el PP apuesta por el naranja para su logotipo con un equilibrio adecuado, con un renovado *azul windows*, más moderno y tecnológico.

Un plató bien diseñado. Un público seleccionado envuelve el atril con una grada semicircular que refuerza el carácter central y centrado de los oradores haciendo creíble el mensaje de moderación y de nueva conexión ciudadana. Nada se deja al azar. Estoy convencido que

hasta los suéteres de colores claros y luminosos que llevan los jóvenes justo detrás del atril han sido pensados en clave de plano televisivo. Hay que recordar que las imágenes que vemos por televisión han sido realizadas por el propio PP que las ofrece a los medios de comunicación. Un apuesto y moderno presentador -- "además del PP"-- con micro incorporado, refuerza la imagen televisiva. Algunos espectadores lo recordarán del show *Noche de fiesta* de José Luis Moreno. Malos tiempos para las azafatas de congresos y para las gaviotas casi desaparecidas y reducidas a una tilde muy estilizada y muy española sobre las letras del PP. El semicírculo restante lo completan los líderes y asistentes, creando una imagen de proximidad y acompañamiento muy efectiva. Hemos visto pocos planos generales. No quieren una imagen poderosa de 3.000 asistentes enardecidos que pudiera provocar recelo o temor.

Hay una apuesta clara por las nuevas tecnologías. El lema de la convención --*Hay futuro*-- está escrito en minúsculas como los dominios de las páginas web. La utilización de guiones bajos refuerza la idea de una estética digital al usar tipografías y composiciones propias del lenguaje de internet. La utilización de grafismos con cuadraditos nos recuerda los píxeles informáticos. Y la flecha que acompaña al lema es el puntero o cursor de los programas ofimáticos. Grandes pantallas de alta resolución situadas estratégicamente completan un *look* muy digital. Además, la emisión *on line* de la convención, el uso ya muy intensivo de blogs y medios digitales que se hace desde el PP, y un *espacio internet* para el debate sobre la nueva política en la era digital, en la misma convención, hacen muy convincente y creíble su apuesta tecnológica.

Todo está escrito. Pero como en los buenos directos, siempre hay espacio para la improvisación o la sorpresa. No sé cómo calificar la salida de tono de Fraga en el discurso inaugural al afirmar que los

golpistas del 23F eran unos **"bienintencionados"**. No sé si estaba en el guión, al menos pareció leerlo. Quizás después seguía con un **"todos al suelo"** que justificaría la sorprendente escena de Rajoy y Aznar con las posaderas en la moqueta, delante de las sillas, en una imagen poco creíble de desenfado juvenil. En cualquier caso, el guión sigue un relato estricto. El mensaje *Hay futuro* es útil en clave interna y externa. El futuro lo decidirán los ciudadanos, pero si alguna cosa queda clara es que sí hay, y muy profesional, un PP que conoce las reglas del mundo del espectáculo y de la propaganda.

*** Asesor de comunicación**