

Fecha 27.12.2008	Sección Ideas	Página 1-8
----------------------------	-------------------------	----------------------

DEMOCRACIA DE AUDIENCIA

El éxito de los candidatos en 2009 dependerá de su inteligencia para leer y responder a las expectativas de la gente

Agenda política: democracia de audiencia



Tan relevantes serán los candidatos y las estrategias electorales en juego, como el papel de los asesores en materia de comunicación política e imagen

JUAN FRANCISCO ESCOBEDO

El impacto de la crisis financiera y económica internacional ya se siente en nuestro país. Es muy pronto para evaluar sus alcances definitivos, pero en la contracción del crecimiento del empleo y en la cancelación de cientos de puestos de trabajo en empresas extranjeras y mexicanas ya se advierten sus efectos corrosivos.

El coletazo de la recesión muy pronto exhibirá sus efectos políticos. Las percepciones realistas de los ciudadanos se degradan aceleradamente, para tornarse en percepciones negativas. En ese tránsito de percepciones, el malestar social busca asideros, respuestas y responsables para bajar la incertidumbre.

El gobierno de Felipe Calderón enfrentará, nada más iniciado 2009, una riada de nuevas exigencias sociales y presiones políticas que permitirán medir su capacidad de respuesta eficaz, así como la experiencia acumulada para gobernar la incertidumbre en los años por venir.

Dado que se trata de un año electoral, no habrá tregua entre los actores políticos. En ese marco, en el que se esperan grandes confrontaciones y mínima cooperación, es previsible que las consecuencias políticas del malestar acumulado se proyecten negativamente sobre los candidatos del PAN.

No hay que darle tantas vueltas a la noria para saber que en todas las democracias contemporáneas es el partido en el gobierno el que paga el costo de

la factura de las crisis económicas, así como del desempeño del gobierno. Después de todo, el aprecio de los ciudadanos sobre la democracia, siempre oscilante, se mide por los resultados del gobierno.

En este punto es preciso introducir un matiz. El desempeño del gobierno no lo aprecian los ciudadanos a través de los números o los informes oficiales. Lo que importa para efectos político-electorales es

la percepción que los potenciales electorales tengan sobre el desempeño gubernamental.

De ahí que la agenda política de 2009 previsiblemente se sature de estrategias de comunicación y campañas publicitarias para comunicar las acciones del gobierno, así como las propuestas alternativas al gobierno de parte de los partidos y candidatos de oposición.

No hay forma de eludir la agenda de la democracia de audiencia a la que nos someteremos el próximo año. En esa perspectiva, tan relevantes serán los candidatos y las estrategias electorales en juego, como el papel de los asesores en materia de comunicación política e imagen.

En esta tesitura, no todo está perdido para los que iniciarán el año en desventaja. Ni todo está ganado para los actores políticos y sociales que cerrarán 2008 estimulados por los mejores augurios y las percepciones sociales más favorables.

En una situación de crisis económica, es más probable que el partido en el gobierno sufra para mantener a su favor las preferencias electorales. Pero no obstante ello, existe un margen para informar y comunicar de mejor manera las acciones y los esfuerzos realizados para superar los



Página 1 de 2
\$ 28600.00
Tam: 325 cm2
ABOCANEGRA

Continúa en siguiente hoja

Fecha 27.12.2008	Sección Ideas	Página 1-8
----------------------------	-------------------------	----------------------

problemas y la incertidumbre.

En ese punto radica el peso específico que tiene la comunicación política y estratégica en los tiempos de la democracia de audiencia.

Las posibilidades para el PAN, para el PRI y para el PRD se presentarán en la misma proporción. Desde luego que pesará el pasado inmediato y la memoria de los electores no será tan flaca como para olvidar historias o biografías impresentables.

Cada elección es inédita. Con ella se recrean los viejos y nuevos significados que la gente necesita para proyectar su vida hacia el futuro. Después de todo, las elecciones son una contienda simbólica en la que se ponen en juego proyectos, discursos, certidumbre, confianza. En suma, metáforas sobre el futuro posible.

La agenda política de 2009 estará poblada de eventos y temas tamizados por la comunicación política y por la intervención de los medios de comunicación. El éxito de los candidatos no dependerá de su pertenencia al PRI, al PAN o al PRD, sino de la inteligencia para leer y responder ante las pulsiones, las frustraciones y las expectativas de la gente.

Doctor en Ciencia Política y Sociología