

#OPINIÓN

Atajos informativos: errores que 'tiran' campañas



El autor es director general de SPIN-Taller de Comunicación Política (Especial)

Por Luis Estrada* @ADNPolítico

Diciembre 09, 2011

0 Comentarios

Diciembre es muy pronto para hacer augurios electorales, dicen algunos. Por una parte, los encuestadores coinciden en que sus encuestas no son pronósticos sino fotografías del momento; por otra, los analistas reiteran que las campañas aún no comienzan. Los líderes del partido que va arriba en las preferencias repiten que no se deben confiar.

En días recientes, ha sido precisamente el aspirante presidencial del PRI (que va en indiscutible primer lugar en las encuestas rumbo al proceso electoral de 2012) quien desea más que nunca que hoy sea demasiado pronto para pronosticar. El error de [Enrique Peña al no contestar adecuadamente una pregunta](#) (y los posteriores desaciertos en la [estrategia de control de daños](#)), provocó una reacción avasalladora en la opinión pública, especialmente en medios complementarios (Twitter y Facebook).

Peña no es el primero que se equivoca, ni necesariamente el último que lo hará. La opinión pública recuerda, entre otras, la declaración (y las acciones de control de daños) del aspirante panista, [Ernesto Cordero](#), cuando refirió que “con ingresos de 6,000 pesos al mes hay familias mexicanas que tienen el crédito para una vivienda, que tienen el crédito para un coche, que se dan el tiempo de mandar a sus hijos a una escuela privada y están pagando las colegiaturas”.

Los políticos, en diversos países y en diversos momentos, cometen frecuentemente [errores al contestar preguntas, difíciles o no](#). No es relevante que los gobernantes lean ninguno, uno o 100 libros: lo importante es observar si sus respuestas afectan la decisión de voto de los electores.

Las campañas electorales existen porque la política no es lo más importante para las personas. En las campañas, los partidos y los candidatos presentan sus propuestas y las contrastan con las de los opositores, con la finalidad de insertar sus temas en el debate de la opinión pública. No obstante, las personas no se vuelven expertas en política: es racional obtener la información mínima necesaria para tomar decisiones, mediante lo que Samuel Popkin ha llamado “atajos informativos”: pequeñas piezas de información, suficientes para desarrollar una narrativa alrededor de cada candidato. Los votantes no tienen que ser cultos, y tampoco son tontos. Es responsabilidad de los partidos y sus candidatos ofrecer la información adecuada.

Como han mostrado dos ejemplos en Estados Unidos, cualquier detalle, por trivial que parezca, brinda información trascendental sobre el candidato o su partido: el candidato presidencial que, después de dar un discurso en español ante un auditorio de votantes hispanos, intentó comer un tamal sin quitar la envoltura; el candidato que quiso proyectar una posición de firmeza sobre la guerra portando un casco que le quedaba grande. Ambos candidatos no ganaron la elección, porque perdieron la credibilidad y la confianza de los votantes, por muy irrelevante que parecieran sus descuidos.

[Un candidato ampliamente conocido no necesariamente está bien posicionado](#): para posicionarse, un candidato debe proveer la información necesaria para que las personas evalúen y administren nuevas piezas de información, especialmente los atajos informativos que se presentan durante las campañas. Un candidato con posicionamiento negativo, difícilmente puede revertir la opinión pública a su favor.

Recomendamos



Los libros que debe leer todo político mexicano

Peña Nieto confunde nombres de libros y escritores

Otro confundido: Córdova atribuye El Principito a Maquiavelo

Ernesto Cordero critica a Peña Nieto ¡y también se equivoca!

El riesgo de no cuestionar los informes de derechos humanos

Elección de candidatos: cuestión de presupuestos y padrones

La clave para borrar la corrupción reside en los estados

El ABC para los políticos nuevos en Twitter

En este caso, y como creía firmemente Tim Russert, periodista de NBC y conductor de Meet the Press, los políticos que no contestan preguntas difíciles (especialmente los candidatos presidenciales), no son capaces de tomar decisiones difíciles.

**Director General de SPIN-Taller de Comunicación Política. Email: lestrada@spintcp.com*

Síguenos en [twitter](#) y [facebook](#)

Recomendamos >>



¿Quién es Alejandro Hope? ¿Qué propone Zavala en seguridad?



Ombudsman de los negocios



¿Quién está atrás de la página?



La CIA ya conoce la fecha del próxima caída económica que podría afectar a México



Si Hubiera Comprado 5 € De Bitcoins Hace 7 Años, Ahora Tendría 4,4€ Millones!



10 lecciones de amor que nos dejaron Barack y Michelle Obama

recomendado por |

Alrededor de la web >>

- Si Hubiera Comprado 5 € De Bitcoins Hace 7 Años, Ahora Tendría 4,4€ Millones! (mexicoreport24)
- 7 noticias falsas que causaron controversia ¡Famosos y políticos involucrados! (Bocalista)
- Cada Día Mas Mexicanos Se Vuelven Ricos Gracias a Bitcoin (The Now News)
- [Galería] René Higuita: ¿Del arco a la prisión? (desafiomundial)

recomendado por |

[Ayuda](#)