

COLUMNAS

La cuerda floja de las promesas de campaña

El Ciudadano · 17 de enero de 2011





Diciembre, elecciones: un país cubierto de afiches, muros con publicidades, debates, cobertura mediática, encuestas, predicciones, discusiones, pero por sobre todo, un país envuelto por un manto de promesas de campaña y compromisos a cumplir en el caso de ser electo tal o cual candidato: si votas por mí yo voy a cambiar esta u otra forma de hacer las cosas. Y así ha sido, y así es: las promesas de campaña han pasado a formar parte de nuestro rito electoral nacional; pero al parecer, hoy prometer ya no es gratis.

Hace pocos días se dio a conocer el fallo del **Tribunal Constitucional** (TC) que obliga al **Gobierno** a informar del cumplimiento de sus promesas de campaña antes del 31 de marzo, particularmente la extensión del postnatal a seis meses y la eliminación del 7% de cotización en salud para pensionados, dos temas que ya por bastante tiempo han sido motivos de discordia y discusión. Hoy el TC está marcando un antes y un después de las promesas de campaña, al eliminar la gratuidad de las garantías entregadas en contextos electorales, dando una clara señal respecto de la seriedad y viabilidad de lo que se promete.

Hacer promesas de campaña es como caminar sobre la cuerda floja: siempre existirá la intención de llegar al otro lado, pero las condiciones externas junto con

la voluntad y las capacidades personales serán inevitables, cruciales y necesarias para cumplir la meta. La habilidad del funámbolo, su tranquilidad mental, pero por sobre todo, su entrenamiento y conocimientos de la técnica serán aspectos que lo ayudarán a alcanzar el extremo buscado. No pondremos en duda que efectivamente la intención existe, pero lamentablemente el mundo no se construye sólo de buenas intenciones, y bajo la excusa del contexto electoral los candidatos y sus partidos políticos, hacen promesas muchas veces inviables de ser cumplidas.

¿Y qué es lo que pasa si el equilibrista fracasa en llegar al otro lado? El público pierde la confianza, y probablemente no vea su próxima función. El no cumplimiento de los compromisos de campaña tiene como consecuencia directa la pérdida de confianza y el debilitamiento del sistema democrático, y de la figura republicana del **Presidente**, dado que se dañan su seriedad, sobriedad y credibilidad. No se logra un equilibrio final entre los costos y beneficios de la promesa, dado que para el candidato los beneficios a corto plazo son altísimos – puesto que está en juego su resultado electoral– pero a largo plazo los costos son proporcionalmente elevados al perjudicar la credibilidad de nuestro sistema.

Una pena que las promesas se transformen en estandartes: pues independiente de la naturaleza, viabilidad y efectividad de lo prometido, junto con los efectos directos sobre la calidad de nuestra democracia, lo único que al final importa es si el funámbulo llegó o no al otro lado. Esperemos que esto esté marcando una tendencia, y que de ahora en adelante, prometer deje de ser gratis.

Por **María Luisa Sotomayor**

Jefa de Comunicaciones Fundación Ciudadano Inteligente /
@votainteligente

Fuente: [El Ciudadano](#)

