

» Elecciones presidenciales en Panamá: los cinco factores que marcarán la contienda

Panamá » 02 » 2019

El próximo 4 de marzo inicia, por dos meses, la campaña presidencial en Panamá. Nuevas reglas electorales, cambios demográficos, candidaturas independientes y el creciente descontento popular por la política partidista marcarán esta contienda electoral. Estas son las principales cuestiones a las que se deberá prestar atención durante este periodo.

1. LA INFLUENCIA DE LA JUVENTUD

Aunque se trata de un asunto que suele escapar al radar de la política, en los últimos años Panamá ha experimentado transformaciones profundas en lo empresarial, lo social y lo cultural impulsadas directamente por los jóvenes.

En los diferentes estratos, una nueva generación de emprendedores está causando creciente disrupción en negocios tradicionales como la hospitalidad, la producción de bebidas alcohólicas, el segmento de

wellness, las ventas al detal, las comunicaciones y muchas otras.

Esos mismos jóvenes son también los portavoces de cuestionamientos a concepciones sociales que hace pocos años dábamos por sentadas (derechos humanos, medio ambiente, LGBTI, corrupción, etc); y son ellos igualmente los protagonistas de nuevas formas de expresión cultural que se abren paso con fuerza.

Se trata de una revolución que se entiende mejor cuando sabemos que, de acuerdo con la Contraloría General de la República, el 52 % de la población total panameña (2,8 millones) nació después de 1989. Y si echamos un vistazo a las cifras del Tribunal Electoral, casi el 30 % de las personas habilitadas para votar en las próximas elecciones tienen entre 18 y 30 años.

Este escenario tendrá un impacto profundo en las elecciones presidenciales de mayo, no solo por el hecho de que estas personas son jóvenes, sino también por el tipo de ciudadanos que son: marcan tendencias; son educados mediáticamente; rechazan el concepto de ventas; y tienen una grandísima capacidad para redefinir las narrativas formales.

A ello es preciso añadir que, a ese votante joven, naturalmente, le motiva su actualidad; su propia concepción de la historia; y, por lo tanto, los argumentos tradicionales de las campañas presidenciales (líderes y gestas del pasado) generarán mucha menos tracción.

Es decir, a las distintas campañas presidenciales no les bastará esta vez con conformar un *Team de Jóvenes*. Esta vez tendrán que hacer un esfuerzo importante en incorporar, comprender y reflejar en sus propuestas y equipos -de forma genuina- las ambiciones y las preocupaciones de los jóvenes panameños.

Quien lo logre, sin duda estará en posición de persuadir a un componente importantes de votantes, y con ellos posiblemente ganar la carrera por la presidencia de la República.



2. MOVIMIENTO ANTI REELECCIÓN

En un reciente estudio de LLORENTE & CUECA en Panamá sobre las conversaciones en redes sociales, el hashtag #NoALaReelección marcó ampliamente por encima de cualquier otra conversación política, incluyendo los mensajes de los candidatos presidenciales y los partidos políticos.

Esta vertiente de opinión, impulsada por agrupaciones y personas que no se sienten representadas por los partidos políticos es, sin lugar a dudas, el elemento más innovador de la discusión política panameña en los últimos años.

Por un lado, #NoALaReelección visibilizó de forma frontal, por primera vez, el descontento de un sector de la ciudadanía hacia los diputados de la República. Por el hecho de que en Panamá se eligen a todas las autoridades políticas en una única votación simultánea, el descontento solía enfocarse en la figura del presidente o los candidatos a la presidencia de la República.

Pero luego de años de escándalos de corrupción, falta de transparencia y prácticas cuestionables en forma de *politics as usual* por parte de los diputados, el foco de atención ha crecido y girado hacia ellos y consecuentemente hacia los candidatos presidenciales de su partido.

Este escenario planteará un serio reto en la credibilidad del mensaje de los candidatos de partidos políticos hacia esa parte del electorado. Para ganarse la confianza de los descontentos y los desafectos con el sistema político actual, tendrán que ser capaces de demostrar con hechos que no pasarán a formar parte del problema.

Y, a su vez, quienes en principio están mejor acomodados para tomar ventaja de la narrativa #NoALaReelección son los candidatos de postulación independiente. Con mucho menos en juego sobre la mesa, las urnas serán un buen termómetro para saber si lo lograron o no.

3. EL FACTOR INDEPENDIENTES

Otra de las novedades importantes en estas elecciones serán los candidatos presidenciales independientes. Aunque en el 2014 ya se permitió la postulación presidencial independiente, es ahora que la figura se posicionó en la mente del electorado panameño como una opción. Ello toma mayor interés ya que, de acuerdo con el Tribunal Electoral (TE), de los 2,7 millones de panameños habilitados para votar, 1,4 millones son independientes, es decir, no están afiliados a partido alguno. Esta es la sección del electorado que tradicionalmente inclina la balanza en Panamá hacia el candidato de un partido u otro.

“El hashtag #NoALaReelección ha visibilizado de forma frontal el descontento de un sector de la ciudadanía hacia los diputados de la República”

Esto inaugura algunas de las grandes interrogantes y asuntos que dar seguimiento durante la campaña: ¿Qué impacto tendrán los candidatos independientes sobre la distribución del voto? ¿Podrán capitalizar el descontento de parte de la ciudadanía con los partidos políticos? ¿Qué capacidad de movilización tendrán el día de las elecciones? ¿Estará alguno dispuesto a negociar alianzas con los partidos?

4. LAS NUEVAS REGLAS

En el 2017 se aprobaron una serie de normas electorales cuyo impacto veremos por primera vez en las próximas elecciones.

Una de ellas es la limitación del financiamiento privado para candidatos presidenciales a un total de \$10 millones. Otra porción del financiamiento vendrá por parte del Estado. Esto claramente tendrá un impacto en el volumen de comunicación y movilización de las distintas propuestas (tradicionalmente en Panamá las campañas presidenciales gastan varias veces más que la nueva cifra).

Por otro lado, 48 horas antes de las votaciones queda prohibida la publicación de encuestas electorales. Además, la propaganda electoral queda restringida a dos meses.

Con menos tiempo de campaña, en principio estas nuevas reglas beneficiarán a aquellos candidatos que más reconocimiento de marca tengan entre el electorado. Sin embargo, vivimos un entorno político y de comunicación favorable a los candidatos disruptores.

5. FAKE NEWS Y POSVERDAD

Dado el nivel de madurez de las herramientas y los niveles de adopción por los usuarios, esta será la primera elección panameña en donde las redes sociales y los programas de mensajería móvil tendrán un impacto completo en la mecánica de la campaña presidencial (en 2014 asistimos al inicio de ese fenómeno, ahora veremos su consolidación).

De hecho, los datos y la infraestructura de comunicaciones del país invitan a pensar en un impacto muy relevante: la penetración de Internet supera el 70 %, con 2,9 millones de usuarios regulares. Por otro lado, actualmente se registran activas más de 7 millones de líneas celulares (casi dos por habitante), desde las cuales se conectan a Internet 2,5 millones de usuarios móviles.

Como vemos, están dadas todas las condiciones para que las tecnologías de la información y de la comunicación facturen importantes efectos en la campaña presidencial. ¿Quién ganará? ¿Quién perderá la batalla virtual?

ELECCIONES PANAMÁ 2019: DATOS CLAVE



CANDIDATOS DE PARTIDOS

José Blandón

Partido Panameñista

Laurentino Cortizo

Partido Revolucionario Democrático (PRD)

Rómulo Roux

Cambio Democrático (CD)

Saúl Méndez

Frente Amplio por la Democracia (FAD)



CANDIDATOS INDEPENDIENTES

Marco Ameglio

Ana Matilde Gómez

Ricardo Lombana



FECHAS RELEVANTES

4 de marzo

inicia la campaña presidencial

14 de abril

último día para publicación de encuestas de opinión

2 de mayo

finaliza la campaña presidencial (comunicación, actividades públicas)

5 de mayo

votaciones



VOTANTES

Habilitados para votar: 2 757 823

(12 % más que en 2014)

Afiliados a partidos

1 333 308

Hombres

1 385 076

Sin afiliación

1 424 515

Mujeres

1 372 747

AUTORIDADES A ELEGIR

1 722

entre principales y suplentes



Manuel Domínguez es Director General de Panamá en LLORENTE & CUENCA. Tiene un Máster en Relaciones Públicas y Comunicación Estratégica por la Universidad de Georgetown. Estratega de comunicaciones con 20 años de experiencia en asuntos públicos, manejo de crisis, *storytelling*, estrategias digitales, creación de contenido y relaciones con los medios. Se desempeñó como reportero y editor en el principal medio escrito del país, La Prensa. Posteriormente, dirigió una consultora de comunicación hasta que se incorporó a la Autoridad del Canal de Panamá como Vicepresidente de Comunicación, donde lideró el rediseño y posicionamiento de la marca e identidad de la misma entre las audiencias internas y externas. Previamente a su incorporación estuvo en el sector público donde trabajó como Secretario de Comunicación del Estado. Durante su ejercicio, el Presidente de la República agradeció a Domínguez su dedicación y su profesionalismo al frente de la SCE, especialmente durante situaciones de exposición y crisis nacionales e internacionales.

mdominguez@llorenteycuenca.com



d+i desarrollando ideas

LLORENTE & CUENCA

Desarrollando Ideas es el Centro de Liderazgo a través del Conocimiento de LLORENTE & CUENCA.

Porque asistimos a un nuevo guión macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

Desarrollando Ideas es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la sociedad y tendencias de comunicación, desde un posicionamiento independiente.

Porque la realidad no es blanca o negra, existe **Desarrollando Ideas**.

www.desarrollando-ideas.com
www.revista-uno.com

