

Políticos no conocen a profundidad a los electores

Es importante el análisis psicológico

La mayoría de los partidos y de los candidatos consideran el lado pragmático de las campañas, y poco se enfocan en el conocimiento a profundidad de los electores. No sólo de problemas y necesidades, sino de sentimientos, expectativas, deseos, esperanzas y sobre todo qué les mueve, afirmó Andrés Valdez Zepeda, profesor investigador del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) y autor del libro *Marketing de las emociones*.

En el ámbito de la mercadotecnia comercial, si se conoce qué mueve al consumidor tienes ventaja competitiva para tratar de persuadirlo. Eso mismo pasa en el ámbito político electoral.

El investigador impartió la conferencia ¿Qué mueve a los votantes? Conducta y comportamiento del elector, en el Museo Regional de Guadalajara. El evento forma parte del programa Un lugar para la ciencia, organizado por la Coordinación de Vinculación y Servicio Social.

Las encuestas son diagnósticos superficiales sobre el momento electoral que se vive: señalan qué candidato o partido va a adelante, si es conocido por parte de los electores. Éstas reflejan, muchas veces, respuestas social o políticamente inteligentes, explicó.

“Si yo pregunto a los electores ¿Usted está de acuerdo en las campañas negativas? La gente contestará que no, porque se trata de ser políticamente inteligente o socialmente aceptado. El problema es que las campañas negativas sí tienen efectos, pero la gente no los reconoce”, agrega Valdez Zepeda.

El acto de votar es emocional, aunque la explicación de cómo voto genera de cierta manera una racionalidad en la decisión, incluso si ésta no fue racional. “Nos metemos más a un nivel del entendimiento del subconsciente, la toma de decisiones y sobre todo, el efecto de las estrategias orientadas a movilizar emociones en la conducta y comportamiento de los electores”, dijo.

Resaltó la importancia de analizar psicológicamente a los electores. Esto arroja como resultado no sólo una fotografía, sino también una radiografía sobre sus conductas y comportamientos. Indica que “si la información y el conocimiento es poder, indudablemente el conocer a mayor profundidad al electorado se convierte en una ventaja competitiva para acceder a las posiciones del poder político o conservar dichos espacios”.

Los mexicanos a veces votan por el cerebro (los menos), otros por el corazón, otros por el hígado, riñón o estómago. Es más probable que la gente vote en contra de algo que a favor, señaló el académico.

Apuntó que hay diferentes tipos de voto: por consigna, corporativo, ideológico, partidista, social, cultural y racional, entre otros.

Guadalajara, Jal., 28 de marzo de 2012

Texto: Martha Eva Loera

Fotografía: Internet

Edición de noticias en la web: Lupita Cárdenas Cuevas

Etiquetas:

[Andrés Valdez Zepeda](#) [1]

[candidatos](#) [2]

[elecciones](#) [3]

[partidos políticos](#) [4]

URL Fuente: <https://comsoc.udg.mx/noticia/politicos-no-conocen-profundidad-los-electores>

Links

[1] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/andres-valdez-zepeda>

[2] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/candidatos>

[3] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/elecciones>

[4] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/partidos-politicos>