

Redes sociales y mercadotecnia política, por sí solas, no son una varita mágica para ganar elecciones

México está avanzando en marketing político, pero en investigación del fenómeno, aún está “en pañales”, afirma especialista universitario

Ni la mercadotecnia política ni las redes sociales dan votos por arte de magia. Son elementos que deben de ir articulados con distintas estrategias, ya que los triunfos electorales son multifactoriales, señaló el catedrático de la Universidad de Guadalajara (UdeG), doctor Andrés Valdez Zepeda, al analizar el uso y abuso de la mercadotecnia política en las actuales campañas electorales.

El académico del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA), explicó que no ha visto una campaña que se gane solamente con redes.

“Las redes sociales son importantes en toda campaña electoral; sin embargo, tienen que ser complementadas con el frente territorial y el frente mediático. Se ha demostrado científicamente que las redes sociales y el frente mediático refuerzan preferencias ya existentes en los electores: si yo soy proderecha, le voy a hacer caso a los candidatos que se identifiquen con esa opción, o si soy proizquierda o procentro. Lo que genera más votos es el contacto directo, la capacidad de mayor persuasión”, añadió.

Dijo que las redes sociales son importantes en las campañas políticas porque su impacto es mayor al llegar a más gente en poco tiempo, son económicas y los jóvenes tienen acceso a éstas, pero no alcanzan por sí solas para ganar una elección si no se acompañan de estrategias.

Respecto a la mercadotecnia política, Valdez Zepeda comentó que en México es relativamente nueva. Apareció con la alternancia democrática, pues sólo así se generó un mercado electoral que había que disputarse en un contexto de competencia real. En Estados Unidos, comenzó desde la década de los 50 con los primeros asesores de imagen, estudios de investigación de mercado orientados a la preferencia política y los primeros spots divulgados en la televisión.

En México esas herramientas fueron vistas con recelo por los actores de la izquierda, que consideraban a la mercadotecnia política un instrumento del imperialismo yanqui. Pero, poco a poco, fueron seducidos por esta práctica, al grado de que hoy también la izquierda la utiliza. Sin embargo, esto también ha provocado que existan vendedores de humo que ofrecen sus servicios como si fueran infalibles.

“Hay que decir que la mercadotecnia política no es la panacea, tampoco es una varita mágica. Es una disciplina científica, que bien utilizada puede generar una serie de ventajas competitivas o conservar espacios de representación pública; tampoco es una fábrica de votos. Bien gestionada puede dar resultados, pero mal usada puede generar incluso un efecto bumerang. Es importante su estudio”, subrayó.

“En México estamos muy avanzados en la aplicación del marketing político –agregó Valdez Zepeda–, pero ‘en pañales’ en investigación del fenómeno. Es un área de oportunidad el investigar cuál es el impacto real que tiene la mercadotecnia en sus diferentes variables en el comportamiento de los votantes”.

Recordó que actualmente también los candidatos independientes utilizan herramientas de la mercadotecnia política, apelando a la identidad, y por ello su lenguaje y atuendos son como los de cualquier ciudadano, para generar conexión y confianza. Señaló que hay diferentes tipos de identidad que se explotan como estrategia, tales como la identidad geográfica, la identidad de género, la cultura del esfuerzo, entre otras.

Valdez Zepeda ha detectado al menos 40 principios de estrategia. Algunos tan viejos que siguen usándose, como los del libro *El arte de la guerra*, de Sun Tzu. Según este autor, la estrategia más efectiva es confrontar tu mayor fortaleza contra la mayor debilidad de los adversarios.

A t e n t a m e n t e

“Piensa y Trabaja”

Guadalajara, Jalisco, 21 de mayo de 2018+

Texto: Julio Ríos

Fotografía: Elizabeth Morales

Etiquetas:

[Andrés Valdez Zepeda](#) ^[1]

URL Fuente:

<https://comsoc.udg.mx/noticia/redes-sociales-y-mercadotecnia-politica-por-si-solas-no-son-una-varita-magica-para-ganar>

Links

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