



*La gran ventaja para Morena es su marca; mientras que los partidos opositores compiten con marcas "quemadas".*

## La marca

**P**ara vender bien un producto, hay que desarrollar una marca que simbolice sus características centrales. En tiempos electorales, un partido político hace las veces de una marca frente al votante.

La gran ventaja de Morena en los seis estados donde hoy se están celebrando las elecciones es su marca. En todas las encuestas serias es por mucho el partido con el que el mayor porcentaje de la gente se identifica, al que le ven más virtudes, desde administrar mejor la economía, hasta preocuparse más por los más pobres. Es el partido de AMLO y el electorado lo sabe.

Incluso en Durango o Aguascalientes, los dos estados donde hoy la oposición tiene más probabilidades de ganar, la marca Morena tiene mejores atributos que la marca PAN. En contraste, la marca PRI es por mucho la más desprestigiada. Tanto así que la mayoría de los votantes en Aguascalientes no aprueba la alianza del PAN-PRI, por más que la candidata de la alianza parece ir adelante en las preferencias ciudadanas.

El contraste entre la marcas PRI y Morena es notable, especialmente tomando en cuenta que AMLO y muchos morenistas vienen del PRI. Este es el caso de nueve de los gobernadores que hoy tiene Morena y tres de sus seis candidatos a las gubernaturas en juego este domingo. Un vez en Morena, su pasado priista parece ya no importar.

La marca Morena supera a las otras. Sin embargo, la calificación promedio en abril por el desempeño de los 16 gobernadores morenistas es de 49.7, mientras que los 8 del PAN tienen una calificación de 53.9 y los 4 del PRI de 53.7, según la encuesta de Mitofsky.

Si las preferencias de las encuestas se confirman en las elecciones de hoy, Morena alcanzará 19 gubernaturas y el PVEM dos. El PRI retendrá dos (Coahuila y el Estado de México, que tienen elecciones el año entrante) y, si ganan Durango, una más en coalición. El PAN, suponiendo que pierda en Tamaulipas y Quintana Roo y conserva Aguascalientes, termina con 6.

La paradoja es que esas marcas "quemadas" de los partidos de oposición, más la aún poco conocida marca de MC (que no ganará ninguna gubernatura este domingo y quedará en un distante tercer lugar en todas las contiendas), tuvieron juntas más votos en las elecciones de diputados federales del 2021, que Morena y sus aliados.

Según las encuestas, cerca de la mitad del electorado no se identifica con partido político alguno. Por ello la elección del 2024 no está definida. Dependerá en buena medida de los candidatos y de la unidad de las dos coaliciones, en particular la de oposición.

*Con marcas cuestionadas es fundamental tener candidatas con un buen nombre propio.*

*AMLO es el mejor ejemplo de esto. Siempre ha obtenido más votos que los de los partidos que lo apoyan en la elección para el Congreso. Su prestigio hizo de Morena un partido nacional.*

Por el lado de la oposición, sólo Luis Donald Colosio Riojas, el joven alcalde de Monterrey, parece tener capacidad de crecer. Un poco por debajo de Sheinbaum y Ebrard y con bajos negativos entre quienes sí lo conocen. El político de oposición mejor posicionado es Ricardo Anaya, pero con muy altos negativos.

El reconocimiento de Colosio está basado en el nombre de su padre, asesinado en 1994 en plena campaña por la Presidencia. De acuerdo con las encuestas, pocos saben de su trayectoria o identifican su rostro. Está por verse si, de lanzarse a la Presidencia, el candidato gusta tanto como lo que simboliza su nombre. Ya tuvimos un candidato basado en el nombre del padre, Cuauhtémoc Cárdenas, cuyo desempeño como candidato en 1988 fue muy superior a lo esperado.

Morena tiene dos personalidades bien posicionadas, Sheinbaum y Ebrard. ¿Podrá AMLO hacer crecer el reconocimiento de Adán Augusto López, el secretario de Gobernación? Algunos dicen que existe una corcholata más, apuntalada en el nombre del abuelo: Lázaro Cárdenas Batel. Pronto sabremos. No falta tanto para el destape.