

**ELUCIDACIONES****¿CÓMO DEFINIR?**

POR JORGE CAMACHO PEÑALOZA

Cuando los que definan la forma en que competirán los partidos en las próximas elecciones, las del 23 en Estado de México y Coahuila, y las del 24 en nueve estados y la presidencial. Deben ser muy cuidadosos y no suponer cosas por el electorado.

Lo primero es que cada elección es diferente a la anterior y a cualquier otra que haya existido y si bien es cierto que se toman modelos y se trabaja sobre acciones probadas, es fundamental entender al electorado y lo que está pensando en cada momento

Morena no es lo mismo con Andrés Manuel en la boleta que sin él, con López Obrador como Presidente que como candidato, y cada día es más complicado dejarle todo el peso a quien es el hombre-partido en el actual Gobierno.

El PAN aliado con el PRI y el PRD no son lo mismo en un estado que en otro o que en todo México, pensar de manera simple, puede tener complicaciones y los resultados difícilmente será lo que se podría esperar.

Los electores van a la urna y emiten su voto movidos por el sentimiento, por las emociones y por las ilusiones que pueda generar un candidato y no por un eficiente funcionario del pasado o del presente. Los electores están esperando ser tomados en cuenta, están buscando cercanía, quizá un poco de cariño y sobre todo empatía.

Se debe entender que el actual votante y los ciudadanos en general no sólo están buscando su propio beneficio, al votar muchas veces están pensando en revancha. A veces votar es votar en contra y no a favor.



Es indispensable tener un buen diagnóstico y elementos suficientes para definir la estrategia que enfrente el momento en que se está. Considerar que la realidad cambia continuamente pero que estamos en el instante el más importante. Los sentimientos positivos y negativos varían en muchas ocasiones debido a acontecimientos cotidianos. Hay que valorar que los sentimientos se producen no sólo contra o a favor del candidato mismo, sino también a causa de su entorno y sobre todo en relación a lo que representa.

El trabajo debe ser preciso y sustentarse con mucho de investigación y análisis, no se debe dar inicio con el arranque de las campañas. Se requiere de estudios antropológicos de corte social, grupos focales, sesiones de grupo, entrevistas persona a persona y semióticos, todo con la intención de conocer perfectamente lo que los votantes ven, sienten y creen.

Estamos en un momento crucial, hay que tener claridad acerca de los sentimientos que determinan el sentido del voto. Esos sentimientos ofrecen elementos suficientes para saber hacia dónde se mueve el electorado.

En el ámbito de nuestra competencia es fundamental saber que estamos inmersos en la hoguera de las pasiones y por lo mismo de las vanidades. Dependemos de lo que se sienta fuera de nuestro ámbito para generar ánimo de triunfo haciendo que la sociedad se mueva.

Twitter: @JorgeCamachoMEX