

Marketing Político, Opinión Pública y encuestas en las elecciones de 2021

Murilo Kuschick

Las elecciones intermedias de 2021, llamadas de un modo muy mercadológico “las elecciones más grandes de la historia”, ya que en este proceso electoral en el cual de manera simultánea se llevarán a cabo tanto elecciones federales, para la renovación de la Cámara de Diputados, al mismo tiempo que se llevarán a cabo elecciones para gobernadores en quince estados, así como de manera simultánea renovación de congresos locales, alcaldías en algunos estados así como en la Ciudad de México. Esto implica una gran cantidad de procesos electorales ¿cómo el marketing político enfrentó este proceso electoral? Cómo las encuestas fueron utilizadas tanto como elemento para informar a la población así como mecanismo de propaganda.

En elecciones anteriores las encuestas habían sobrerrepresentado al PRI, ¿ahora qué papel jugaron con Morena? Siendo este partido político, el dominante en la elección de 2018, en el 2021 tuvo el mismo papel, los pronósticos hechos lograron anticipar lo que finalmente sucedió, fueron muy optimistas o, describieron lo que la opinión pública planteaba.

Podemos establecer cómo hipótesis que las encuestas reflejaron la opinión pública o finalmente sólo fueron medios de manipulación y propaganda para algunos partidos políticos, grupos de interés que buscaban influir en la percepción ciudadana construyendo un panorama de enfrentamiento entre la alianza entre el PRI, PAN y PRD en contra de Morena por la mayoría en la Cámara de Diputados, como una disputa por el futuro de México.