

Editorial

Las encuestas, solo un retrato del momento

Han pasado escasamente 7 días desde que iniciaron las campañas a la presidencia municipal, y en Hermosillo la contienda se ha mostrado interesante, sobre todo con los dos candidatos punteros, mismos que representan a la coalición "Juntos seguiremos siendo historia (María Dolores del Río), y Fuerza y Corazón por Hermosillo (Antonio Astiazarán). Natalia Rivera, de Movimiento Ciudadano, en una tercera posición hace todo su mejor esfuerzo por lograr convencer al electorado.

Cada uno de los candidat@s ha tenido arranques de campaña en colonias significativas para sus intereses; los equipos que los acompañan, hacen lo propio en otros puntos de la ciudad. Se nota ya en la capital de Sonora un ambiente electoral que avizora una elección cerrada, sobre todo entre el alcalde con licencia y la ex alcaldesa.

En toda campaña electoral, desde hace cierto tiempo las encuestas han sido un instrumento eficaz en ellas, pero también es cierto que han surgido momentos en que los sondeos de opinión han afectado a muchos candidatos, que se veían favorecidos, pero llegado el día de la elección, esas preferencias no les alcanzaron para lograr el triunfo.

Las encuestas son, definitivamente, un infaltable recurso para desalentar al adversario y convencer al electorado de sumarse al potencial ganador. Y es precisamente que durante estos primeros días de campaña, donde se han generado muchos comentarios sobre la publicación de varias encuestas que marcan las preferencias: un día el alcalde con licencia se posiciona en los primeros lugares de las preferencias de los capitalinos; al siguiente es la ex alcaldesa quien reporta mejores números que su principal contrincante; la representante de Movimiento Ciudadano, también tiene sus números, pero sería y objetivamente, son preferencias que no le alcanzarían para lograr ser una alcaldesa "naranja". En tiempos electorales, surgen muchas encuestadoras dispuestas a satisfacer el interés de quien las contrata y entregan los resultados de sus estudios, tal y como le conviene al o la posible aspirante a algún cargo popular, para ver si con eso es tomado en cuenta y lo seleccionan, aunque no tengan la menor posibilidad de ganar en una elección, empresas patito, pues.

Los resultados en esas encuestas pueden ser ciertos, aunque parezcan inflados o cuchareados, pero eso no significa que así se darán el día de las elecciones. Se dice que las encuestas son la fotografía del momento y no necesariamente reflejan un escenario futuro, menos cuando falta un poco más de un mes para las elecciones, tiempo en el que pueden pasar muchas cosas, pero sí propician una percepción inducida de triunfo, aunque también pueda representar una preocupación o desesperación porque las estrategias no estén funcionando adecuadamente.

Las encuestas, pues, ayudan o afectan, según el momento en que se realizan, pero deben dejar de ser protagonistas para convertirse en instrumento de apoyo al proceso electoral.

La única encuesta válida y objetiva es definitivamente el momento en que el elector va y cruza su boleta por el o la candidata favorito, es decir el día de la elección.

Encuesta de encuestas...



INVERSIONISTA SONORA

Lic. Juan Manuel Mancilla Leal
Presidente del Consejo
de Administración

Luz Mercedes Moreno Lara
Directora General

María Delia López López
Gerente Administrativo

Reporteros
Amalia Beltrán

Diseño Editorial
Diana Isela Romero Gómez

Caricaturista
Iván López

Colaboradores
Jesús Alberto Rubio
José Rentería Torres

Héctor Villalba
Luis A. Galaz
Marco A. Paz
Abel Monjaraz
Octavio Galaz
Aurora Retes

Guillermo Moreno Ríos
Azálea Lizárraga
Olga Armida Grijalva
Germán Palafox Moyers
Alejandro F. Miranda

www.inversionistasonora.com

Semanario para
"EL INVERSIONISTA"
edición Sonora, Boulevard
Rodríguez #20, colonia Centro,
Hermosillo, Sonora, México.
Teléfonos 212•16•49
y 212• 16• 94

Los artículos de nuestros
colaboradores no reflejan
necesariamente el criterio
editorial de la empresa.