Publicado en *Coordinación General de Comunicación Social* (https://comsoc.udg.mx)

Debate presidencial, con formato más ágil, pero no modifica preferencias electorales, señalan especialistas

Moderadores contaron con información documentada, pero los candidatos no mostraron propuestas sólidas

Aunque el tercer debate presidencial contó con un formato más ágil, que marca un antes y un después en la historia de estos ejercicios, no modificará sustancialmente las preferencias electorales rumbo a los comicios del próximo 1 de julio, señalaron especialistas en marketing político y ciencia política de la Universidad de Guadalajara (UdeG).

“¿Cuánta gente vio el debate? Se habla de entre 8 y 10 millones de ciudadanos. Y estamos hablando de cerca de 90 millones de electores. ¿Quiénes vimos el debate? ¡Los que estamos metidos en esto! Los que ya tenemos filias y fobias. Mucha gente que está fuera del círculo rojo poco interés le pone; entonces, la mayoría de la gente no estuvo observándolo. No es determinante. Refuerza preferencias ya existentes en la mente y los corazones de los electores, de tal forma que cada quien ve lo que quiere ver. Se juzga a partir de filias y fobias”, reflexionó el investigador del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA), especialista en marketing político, doctor Andrés Valdez Zepeda.

Agregó que se ha estudiado científicamente el impacto que tienen los debates en la conducta y comportamiento de los electores, y al menos puede haber cuatro efectos: cambio en la preferencia; movilización (no pensaban ir a votar y gracias a eso acudirán); desmovilización (se desilusionan y prefieren no presentarse a las urnas), y reforzamiento de preferencia, el cual es el más común.

“El elector verá el debate a partir de sus filias y fobias partidistas. El pro Anaya verá que ganó Anaya o si es lopezobradorista, su ganador habrá sido Andrés Manuel. Más que ganadores o perdedores, lo que tenemos que ver es quién comunicó mejor, tanto en lo verbal o corporal, y quién tiene mayor credibilidad, porque los debates no sólo son ejercicios de oratoria. Anaya fue quien comunicó mejor, pero el que genera mayor confianza social es López Obrador”, consideró Valdez Zepeda.

El investigador del CUCSH, doctor Jaime Preciado Coronado, consideró que los candidatos a la Presidencia de la República no presentaron propuestas sólidas en materia ambiental o de salud, y tampoco se habló de los desafíos de la creación de empleos ante el incremento de la tecnología. En cuanto a combate a la desigualdad, incluso hubo muchas similitudes.

“Las políticas con las que se quiere enfrentar la desigualdad son cada vez más parecidas. Se nota una búsqueda de universalizar derechos: el ingreso básico universal, o un sistema de salud unificado o que desaparezca el Seguro Popular. Me parece que aparte de la visión de ‘el Bronco’, quien piensa que las políticas sociales son iguales al paternalismo o a regalar dinero, los demás tienen conciencia de que las políticas sociales son la gran deuda en México”, dijo Preciado Coronado.

En lo que sí hubo diferencia, fue en los enfoques sobre lo que debe ocurrir con la reforma educativa, añadió Preciado Coronado, pues López Obrador fue el más radical al poner en la mesa la necesidad de cambiar el sentido punitivo y laboral de la reforma.

Valdez Zepeda apuntó que el ganador del debate no necesariamente gana la elección, y recordó que en muchos ejercicios de democracias modernas en el mundo, muchos candidatos han ganado debates, pero no la elección. Recordó que en el primer debate televisado en México en 1994, el triunfador fue Diego Fernández de Ceballos, pero no ganó los comicios.

Ambos coincidieron en que el formato fue más atractivo, y que lo que algunos llaman “ataques entre candidatos” es inevitable y debe darse en las contiendas electorales, pues el contraste de perfiles es otro elemento más para la toma de decisiones.

“Si ha habido avances, réplicas, contrarréplicas, a diferencia del pasado que eran muy estructurados; antes era como una entrevista personal y hoy fue una grupal, pero creo que es un avance de la democracia moderna –reflexionó Valdez Zepeda–. En toda campaña hay un frente positivo de propuestas y un frente de campaña negativa en el que se habla del oponente, y generalmente se hablan cosas negativas, basándose en el principio del carbón: si no quema, al menos tizna. Y genera dudas en el electorado. Meade y Anaya a eso se dedicaron, a cuestionar al puntero. Pero no necesariamente ganar un debate implica ganar la elección presidencial”.

Preciado Coronado coincidió en que el formato fue mejor que los tradicionales ejercicios acartonados que se realizaban en anteriores procesos electorales, y destacó el desempeño de los moderadores Gabriela Warkentin, Carlos Puig y Leonardo Curzio.

“Fue un buen cierre de los debates organizados por el INE, un formato muy ágil, los conductores con un papel espléndido, con información bien documentada que utilizaron de forma responsable y profesional, no fueron complacientes, y no se quedaron en una entrevista grupal, sino que propiciaron un debate sobre los temas. Hay que destacar el esfuerzo del ITESO y de la Universidad Veracruzana, cuyo trabajo reflejó la heterogeneidad de las voces en los procesos electorales y se tradujo en preguntas muy concretas”, concluyó Preciado Coronado.

A t e n t a m e n t e
"Piensa y Trabaja"
Guadalajara, Jalisco, 13 de junio de 2018

Texto: Julio Ríos
Fotografía: Cortesía INE

Etiquetas:
Andrés Valdez Zepeda [1]

URL Fuente:
https://comsoc.udg.mx/noticia/debate-presidencial-con-formato-mas-agil-pero-no-modifica-preferencias-electorales-senalan

Links

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