Escala Crítica/Diario Presente, Ventanasur, Horay20Noticias, Avance

*Mañana es la cita de Javier May, Fócil, Lorena y Minés *Históricamente los porcentajes de preferencia se mueven poco *Aspirantes, pueden aprovechar para el escándalo o propuestas

Víctor M. Sámano Labastida

Mañana 21 de abril se realizará el primer encuentro programado por el Instituto Electoral (IEPCT), entre aspirantes a la gubernatura de Tabasco. Deben acudir a la cita: Javier May Rodríguez, de la coalición Morena-PT-PVEM; Juan Manuel Fócil Pérez, por el PRD; Lorena Beaurregard por la alianza PRI-PAN, y María Inés de la Fuente Dagdug, de Movimiento Ciudadano. Los temas que mayor interés y polémica pueden causar son los que integran el segundo bloque de este denominado debate: seguridad pública, justicia y combate a la corrupción. Evidentemente que las ofertas de gobierno tienen mayor peso viniendo de quien tiene mayores posibilidades de ganar la elección, en este caso de acuerdo a las encuestas conocidas sería el abanderado morenista de la coalición en el gobierno federal y estatal.

En días previos al debate o comparecencia de quienes compiten por la Presidencia de México, la consultora Poligrama realizó una encuesta en la que tres de cada cuatro interrogados aseguraron que tenían intención de ver ese encuentro entre Claudia Sheinbaum, Xóchitl Gálvez y Jorge Álvarez. Evidentemente que tales números no correspondían a la realidad. Difícilmente un evento de ese tipo llega a tener tanta audiencia.

Es posible que si se hiciera un sondeo similar en Tabasco también tendríamos resultados similares…aunque una buena parte del público estará atento a las actividades de la preferia, como el desfile de carros alegóricos.

CUENTAS ALEGRES

En el debate por la Presidencia, para el INE las cuentas fueron positivas. Informó que de 76 millones de televidentes, 13.7 millones vieron el debate. De estos 11.3 millones, mayores de edad (82.4%); 55%, mujeres; 19%, con educación media o superior y 47%, con nivel socioeconómico A, B, C+ (alto, medio/alto).

Destacó la agencia Infobae: “El clásico nacional (de futbol) entre las Águilas del América y Chivas de Guadalajara suele ser el partido más visto de la Liga MX en temporada regular y cada edición de este duelo reúne a unos 8 millones de espectadores en promedio; sin

embargo, el primer debate presidencial 2024 habría superado ampliamente, según las cifras oficiales que ofreció este martes el Instituto Nacional Electoral (INE)".

En 2018, cuando ocurrió el esperado primer debate en el que participaron Andrés Manuel López Obrador, Ricardo Anaya, José Antonio Meade, Margarita Zavala y Jaime Rodríguez, el INE reportó una audiencia de 11.4 millones de personas, esto es 40% de televidentes. La empresa Nielsen Ibope, dedicada a estos análisis, aseguró que más de 13 millones de personas vieron "al menos un minuto" el citado encuentro.

Existe cierta expectativa de ver juntos a quienes buscan la Presidencia, como también sería el caso del domingo próximo con quienes pretenden la gubernatura en el caso de Tabasco. Como se sabe Sheinbaum, Gálvez y Álvarez se encontraron después de un mes de campaña, de manera que ya la mayoría de sus simpatizantes o críticos, conocen a estos personajes y sus propuestas. Algo similar en la entidad.

Varios son los estudios que se han hecho sobre el impacto que pueden tener los debates en las preferencias efectivas y la intención del voto en los ciudadanos. De acuerdo al especialista argentino Hernán Charosky, en el posible efecto de la confrontación frente a las cámaras "no es lo mismo un debate donde la elección está peleada por un punto, que una elección donde hay una diferencia mayor".

No es tanto el impacto en el voto o en la decisión ciudadana, sino en la oportunidad de un piso parejo para aspirantes a un cargo de presentar sus propuestas y presentarse a sí mismos en tiempo real, en una misma plataforma.

SIN EMBARGO NO SE MUEVE

EN OCASIÓN DEL ENCUENTRO de las candidaturas en México planteó Enrique Toussaint la interrogante de si los debates, ¿cambian algo? (Milenio, 06-04-2024). Refirió que existe una amplia literatura en la que se documenta precisamente que se mueve muyo poco en las preferencias. También habría que decir que la mayoría del público atento a estos programas ya tiene definida su preferencia. Ven los debates para saber cómo se desempeña su candidata o candidato, y cómo se comportan sus oponentes.

Cita un estudio realizado en 2019 en el que se analizaron 56 debates presidenciales en 31 elecciones de varios países: "El ejercicio incluyó 94 mil entrevistas previas y después de la votación. El resultado es fascinante y cito: los debates no ayudaron ni a convencer a los indecisos ni tampoco a cambiar la posición de aquellos que ya habían tomado la decisión". Dicho trabajo fue realizado por Vicent Pons y Caroline Le Pennec (Harvard y Berkeley).

Hay quienes sostienen que la asistencia o no a un debate puede ser determinante. Así, por ejemplo, mencionan que la silla vacía de Andrés Manuel López Obrador en 2006 tuvo un impacto en las votaciones sobre todo por quienes estaban indecisos. En este punto puede afirmarse que no fue "la silla vacía" lo que llevó a una polémica derrota de AMLO de acuerdo a

los cómputos oficiales (se alegó fraude), sino el mecanismo del sistema y el criterio que la oposición de izquierda aplicó en sus alianzas. Recordemos que Patricia Mercado, tradicionalmente identificada con la izquierda (el segmento de López Obrador), obtuvo un millón 128 mil votos…cuando la diferencia entre el triunfo y la derrota fue de menos de 300 mil sufragios.

Por otra parte, hay estudios que han demostrado que los debates apenas mueven si acaso en dos o tres puntos las preferencias, lo que puede ser definitivo en una contienda cerrada, pero poco significativos cuando quien encabeza las simpatías ciudadanas lleva una distancia considerable. (vmsamano@hotmail.com)