

**COLUMNA INVITADA**

*El mito del efecto del debate*

**FRANCISCO ABUNDIS\***

**L**A MAYOR PARTE de los estudios académicos realizados sobre los debates de candidatos a un puesto de elección popular sugieren que los efectos sobre preferencia electoral son marginales. Pueden tener efectos sobre el debate público o sobre las propuestas de campaña, pero los efectos electorales inmediatos son casi nulos.

**DEBE DE HABER UN EVENTO INUSUAL** o sorprendente para que un debate mueva las preferencias electorales en el corto plazo. En Estados Unidos hay mayor probabilidad de que tengan efecto cuando se trata de debates entre candidatos del mismo partido, no tanto cuando se trata de partidos opuestos. Para ese momento las preferencias están ya bastante decantadas y partidizadas.

**ESTO RESULTA CIERTO** sobre todo en elecciones en las que las diferencias son amplias, de más de dos dígitos, como parece ser el caso de esta elección.

**CUALQUIER MEDICIÓN QUE** se realice, en realidad va a reflejar la preferencia electoral que ya tienen los votantes. Como se observa en la medición realizada el fin de semana posterior al debate. La percepción de ganador resulta muy similar a la preferencia electoral registrada. En alguna medida se podría argumentar que medir la opinión sobre el ganador del debate es similar a medir la preferencia electoral.

**POR ELLO NO IMPORTA** la pregunta que se realice sobre quien hizo las mejores propuestas, quien atacó más al otro candidato o quien recibió más ataques, sólo serán un reflejo de las preferencias electorales ya decididas.

**PUESTO EN NÚMEROS,** casi una tercera parte de la población dijo haberlo visto en televisión (18%), por internet (12%) o escuchado por radio (2%). Aunque un poco más de la mitad de la población del Estado de México se enteró (55%).

**EL PORCENTAJE QUE** consideró a Delfina ganadora (45%) o Alejandra del Moral (27%), es muy similar al de la preferencia bruta. Si calculamos la preferencia efectiva, la diferencia de 20 puntos es muy similar a la que registran las mediciones hechas cara a cara en vivienda (La Jornada, El Universal, Reforma).

**FINALMENTE, QUIEN HIZO** las mejores propuestas (Delfina Gómez 47%), quien atacó más (Alejandra del Moral 57%), o recibió más ataques (Delfina Gó-

mez 59%), no debe de sorprender por sus resultados.

**AL FINAL ESTE ES UN EVENTO MÁS** que confirma lo que sabemos de los debates: cambian sólo de manera marginal o nula las preferencias electorales.

*\*Director de Parametría*

