

El atractivo por los zafarranchos entre candidatos que surgen de estos encuentros constituye un “resorte crucial” entre los ciudadanos titubeantes, quienes también buscan “iluminación” en el intercambio de propuestas

MilenIA, reporte semanal

Debates generan más interés que mañaneras de AMLO en internet

Reportaje

SALVADOR FRAUSTO
CIUDAD DE MÉXICO

La mayoría de los indecisos —unos 8 millones— espera “iluminación” en los debates para identificar “ideas claras” antes de definir el sentido de su voto en las elecciones que medirán el potencial electoral de Claudia Sheinbaum, Xóchitl Gálvez y Jorge Álvarez Máynez; estos agarrones pueden ser la llave que abra o cierre la distancia entre las punteras.

La expectativa por los debates puede medirse a través de la curiosidad de los internautas por informarse sobre noticias recientes; por primera vez desde que arrancaron las precampañas —20 de noviembre—, las búsquedas en Google con las nociones “debate 2024” y “debate México” superaron el interés por la “mañanera de AMLO”. 46 frente a 29 puntos en el índice de consultas.

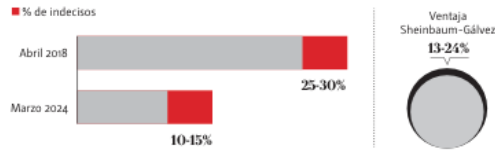
Desde el arrojito de decisión de Vicente Fox en 2000 —“hoy, hoy, hoy”—, pasando por la ausencia de Andrés Manuel López Obrador en un debate de 2006 y “el escote de la edecán” que eclipsó el contenido de la discusión en 2012, hasta el “Ricky Riquín Canallín” de 2018, las confrontaciones directas entre candidatos han tenido un rol protagónico en el devenir político de México.

Aunque el segmento de votantes indefinidos es más estrecho que hace seis años, pasó de un rango de entre 25 y 30 por ciento en abril de 2018 a un segmento de 10 a 15 en marzo de 2024, el interés por los zafarranchos entre candidatos constituye un “resorte crucial” entre los ciudadanos titubeantes, quienes buscan “iluminación” en la recta final de las contiendas, principalmente a través de debates (70 por ciento), identificar ideas claras (70), publicidad política (60), entrevistas (60), considerar honestidad e integridad (55) y propuestas de campaña (45).

Cuatro de cada 10 indecisos se decantan a partir de lo que recomiendan amigos y familiares, un dato que muestra la intensidad de las cadenas de chats en WhatsApp,

Indecisos, una tajada de 8 millones de votos

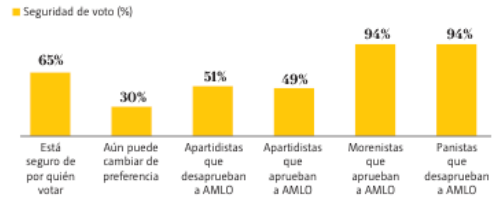
Hace seis años, casi un tercio de la población no había decidido su voto; ahora está en juego una pequeña rebanada que puede cerrar o abrir la elección



FUENTE: Milenia / Ponderación de encuestas con análisis de Bing y ChatGPT

Un tercio de los decididos... aún no está tan seguro

A 80 días de los comicios, los apartidistas dividen sus preferencias entre el obradorismo y el antiobradorismo. Morenistas y panistas ya están definidos



FUENTE: Milenia / Ponderación de encuestas con análisis de Bing y ChatGPT

Los titubeantes esperan los debates

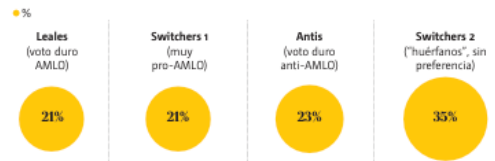
Los indecisos buscan ideas claras y ver spots antes de definir su preferencia electoral; entrevistas, honestidad y propuestas inclinan la balanza



FUENTE: Milenia / Ponderación de estudios del Inegi con análisis de Bing y ChatGPT

En busca de los huérfanos

Las estrategias electorales tienen la mira puesta en un tercio de los votantes que no son leales a ningún bando



FUENTE: Milenia / “Switchers S2. El segmento de la orfandad”, Gabriel González-Molina

Temas que mueven emociones

Siete de cada 10 mexicanos ven con buenos ojos la participación de militantes en obras públicas; 70% pide que regrese el Seguro Popular



Nota: “Abrazos, no balazos” divide opiniones

FUENTE: Milenia / Ponderación de encuestas con análisis de Bing y ChatGPT. INFORMACIÓN: Salvador Frausto

Tras alimentar a dos herramientas de Inteligencia Artificial (IA) con resultados de encuestas electorales y estudios del Inegi, los robots de Bing CoPilot y ChatGPT identificaron que la mayoría de los indecisos está esperando las escaramuzas televisadas entre las alternativas presidenciales para decidir por quién votar.

El reporte semanal de MienIA, Central de Datos e Inteligencia Artificial revela que el peso contemporáneo de las redes sociales —el cual saltó de 75 millones en 2018 a 109 millones en 2024— deja a la tv mexicana en segundo plano, dando relevancia nodal al consumo de contenido político por medio de YouTube, TikTok, Facebook, X e Instagram en ese orden de impacto.

En una elección con una definición temprana del voto, dos tercios de los definidos ya están muy seguros de su preferencia y solo una tercera parte puede cambiar de opinión; 10 o 15 por ciento del electorado —esos 8 millones de mexicanos— puede cerrar o abrir la contienda presidencial, consideran los análisis de las plataformas consultadas.

Y es que descartando los sondeos que presentan las ventajas más extremas hacia la aspirante del oficialismo, las encuestas de Enkoll, Consulta Mitofsky, *El Financiero* y *Áltica* refieren una diferencia de entre 24 y 13 puntos de preferencia bruta entre la morenista Claudia Sheinbaum y la panista Xóchitl Gálvez.

“Aunque el porcentaje de indecisos es bajo (entre 10 y 15 por ciento), el impacto de los debates puede ser significativo si se inclinan hacia un candidato específico”, plantea el ensayo de Bing CoPilot, el asistente de inteligencia artificial desarrollado por Microsoft, el cual presenta tres escenarios ante los debates que se realizarán los días 7 y 28 de abril y el 19 de mayo de 2024:

1) Si los debates logran “iluminar” a los votantes, pueden inclinar la balanza a favor de una de las principales candidatas; esto puede afectar al tercio que aún podría cambiar de opinión y po-

siblemente a algunos votantes previamente decididos.

2) Si los debates no logran impactar significativamente a los votantes, es posible que la mayoría de éstos mantengan sus decisiones previas.

3) Si los debates se vuelven polarizados o no ofrecen respuestas claras, pueden confundir aún más a los indecisos y no cambiar las opiniones de los votantes ya decididos.

Así, en una contienda polarizada donde 94 por ciento de quienes se identifican con Morena aprueba al gobierno de López Obrador y la continuidad de su proyecto, y 94 por ciento de quienes se dicen simpatizantes

de PAN, PRI y PRD desaprueban la gestión presidencial, los apartidistas tienen un peso que puede abrir o cerrar los comicios: 51 por ciento de este sector reprueba a AMLO, 49 por ciento lo avala.

Los opositores han mostrado especial entusiasmo por el análisis de Gabriel González-Molina, autor de *Switchers S2. El segmento de la orfandad*, el cual plantea que el sector de los *leales* (voto duro AMLO) representa 21 por ciento de los votantes y los *switchers 1* (muy pro-AMLO) equivalen a 21 por ciento; en cambio, los *antis* (voto duro anti-AMLO) traen 23 por ciento y los *switchers 2* (sin casilla elegida) representan 35 por ciento.

De acuerdo con la ponderación de Keyhole, una herramienta de monitoreo digital, la morenista puede presumir al “Ejército en tareas de gobierno”, “el Tren Maya” y “la austeridad republicana”, al tiempo que la aspirante de la coalición PAN, PRI, PRD debe prometer regresar “el Seguro Popular” y “las estancias infantiles”, así como continuar con su lucha en “defensa del INE”.

Los “abrazos, no balazos” divide opiniones aplausos y rechiflas, dependiendo del lado de la tribuna desde donde se vea el partido.

A cuatro semanas del primer debate presidencial, los operadores de Sheinbaum, Gálvez y Máynez ya afinan las estrategias para sacar ventaja de la mayor exposición masiva de talentos y debilidades políticas. ■

