

OPINIÓN: Los debates, el clímax de las campañas políticas

NOTA DEL EDITOR: Luis Estrada es doctor en Ciencia Política por la Universidad de California en San Diego y director general de SPIN-Taller de Comunicación Política.

Las opiniones de los colaboradores y los usuarios de ADNPolítico.com no representan el punto de vista de este sitio ni el de Grupo Expansión.

Se dice que la mejor forma de conocer qué candidato va arriba en las preferencias del electorado es observar qué candidatos piden debatir y quién se rehúsa.

Los debates son, también, la inmejorable oportunidad que tiene el electorado para conocer, directamente, a los candidatos y a sus propuestas. Los debates son el momento climático de las campañas, que a su vez son el período más destacado en la política.

Por primera vez en las elecciones mexicanas a la Presidencia, las autoridades electorales regularán la realización de dos debates entre los candidatos. Los equipos de campaña saben la oportunidad y el riesgo que implica que cada uno de los abanderados discuta, en vivo, frente a la ciudadanía.

Las autoridades electorales han acatado su mandato, reuniendo a un grupo de expertos en un comité técnico que ha analizado las características ideales para que los debates se vuelvan el centro de la campaña que, dada la reforma de 2007, carecerá de momentos definitorios.

Para quienes no están de acuerdo en que las campañas mexicanas se “norteamericani- cen”, la realización de los debates, y el formato propuesto, son malas noticias. Existe un falso debate entre parecernos en la política a Estados Unidos, y la influencia de los medios de comunicación en una campaña política.

Los candidatos requieren el uso de la radio y la televisión (y cada vez en mayor medida de medios complementarios) para darse a conocer y difundir sus mensajes, igual que en otras democracias, incluida la de Estados Unidos.

Los debates en las elecciones norteamericanas son una institución. La Comisión de los

Debates Presidenciales especifica cuáles serán las universidades, sedes de los tres debates entre los candidatos a la presidencia (y la del debate entre candidatos a la vicepresidencia) que se llevan a cabo en cada elección presidencial, que este año serán en la Universidad de Denver, el Centre College (el debate entre vicepresidentes), Hofstra University y Lynn University.

Ya que son eventos con altos niveles de audiencia, hay fila de universidades para los debates de las futuras elecciones.

Entre los momentos más importantes en los debates norteamericanos encontramos el primero transmitido por radio en 1948 entre Dewey y Stassen por la candidatura Republicana, y el primero transmitido por televisión en 1956 entre Stevenson y Kefauver por la candidatura Demócrata.

Se encuentran momentos inolvidables, como el clásico debate entre [Nixon y Kennedy](#) (ganado en radio por el primero pero en televisión por el segundo); entre [Reagan y Carter](#) (en el que el candidato Republicano cuestionó a su audiencia e ignoró a su competidor).

También destaca el debate entre [Clinton, Bush y Perot](#) (en el que Bush fue captado volteando a ver, impaciente, su reloj); y entre [Gore y Bush](#) (en el que el Demócrata interrumpía, con gemidos de desesperación, las intervenciones del Presidente candidato). En todos estos casos, quien tuvo una mala actuación en los debates, perdió la elección.

Si bien hay quienes dicen que los debates privilegian la forma sobre el fondo, los enfrentamientos entre candidatos permiten a los votantes observarlos sin el cobijo de sus asesores, en momentos de tensión y de decisiones difíciles.

Hoy existe una gran oportunidad de colocar a los debates en el centro de la campaña presidencial de 2012 en México.

La reforma electoral de 2007 ha disminuido el impacto de contenido (no la frecuencia) de los spots, y ha limitado el margen de contraste entre las declaraciones de los candidatos, por lo que los debates serán decisivos (como debe ser) en la campaña presidencial. Los candidatos ya lo saben y, afortunadamente, las autoridades electorales ya lo contemplan.

