El debate sobre la falta de debates presidenciales: reclamos, justificaciones y desconfianza pública

25 de mayo de 2026

Monitoreo de la conversación pública en redes sociales alrededor de las percepciones, narrativas y climas de opinión durante el proceso electoral.

En resumen

1. Entre el 21 de marzo y el 16 de mayo se identificaron 6.858 publicaciones originales en redes sociales sobre la participación de candidatos presidenciales en debates. El 87% estuvo concentrado en X, y el pico más alto se registró el 5 de mayo, impulsado por dos episodios de la campaña de Paloma Valencia: una invitación pública a De la Espriella a debatir, y una pieza publicitaria que simulaba un debate con Iván Cepeda utilizando inteligencia artificial.
2. La posición más frecuente en la conversación corresponde a reclamos para que los candidatos –principalmente Cepeda, y en menor medida De la Espriella– participen en los debates.
3. Junto a estos reclamos, aparecen constantes cuestionamientos a quienes organizan los debates, que operan también como una forma de justificar la ausencia de los candidatos. La conversación transcurre en un contexto de desconfianza hacia medios de comunicación y organizaciones promotoras de estos espacios.

Puntos de tensión

- El falso debate con IA entre Paloma Valencia e Iván Cepeda estimuló la conversación sobre la ausencia de debates y evidenció cómo este tema puede convertirse en un arma de campaña y una estrategia de posicionamiento político. Al mismo tiempo, la campaña de expectativa generó confusiones y alimentó comentarios sobre una posible exclusión de Abelardo de la Espriella de este escenario.
- La desconfianza hacia quienes organizan y moderan los debates es persistente. Estos cuestionamientos no se dirigen sólo contra medios tradicionales, sino

también contra organizaciones de la sociedad civil, expuestas a críticas sobre su agenda y sus fuentes de financiación.

- Pese a los reclamos por espacios de deliberación, no es posible decir que las campañas de los dos principales candidatos ausentes hayan perdido apoyo por esta razón. Esta dinámica, sumada a la desconfianza en los escenarios tradicionales, anticipa dificultades para construir espacios de deliberación de cara a la segunda vuelta, que según el ponderado de las encuestas probablemente se disputará entre Iván Cepeda y Abelardo de la Espriella.

Sin debates pero con peleas

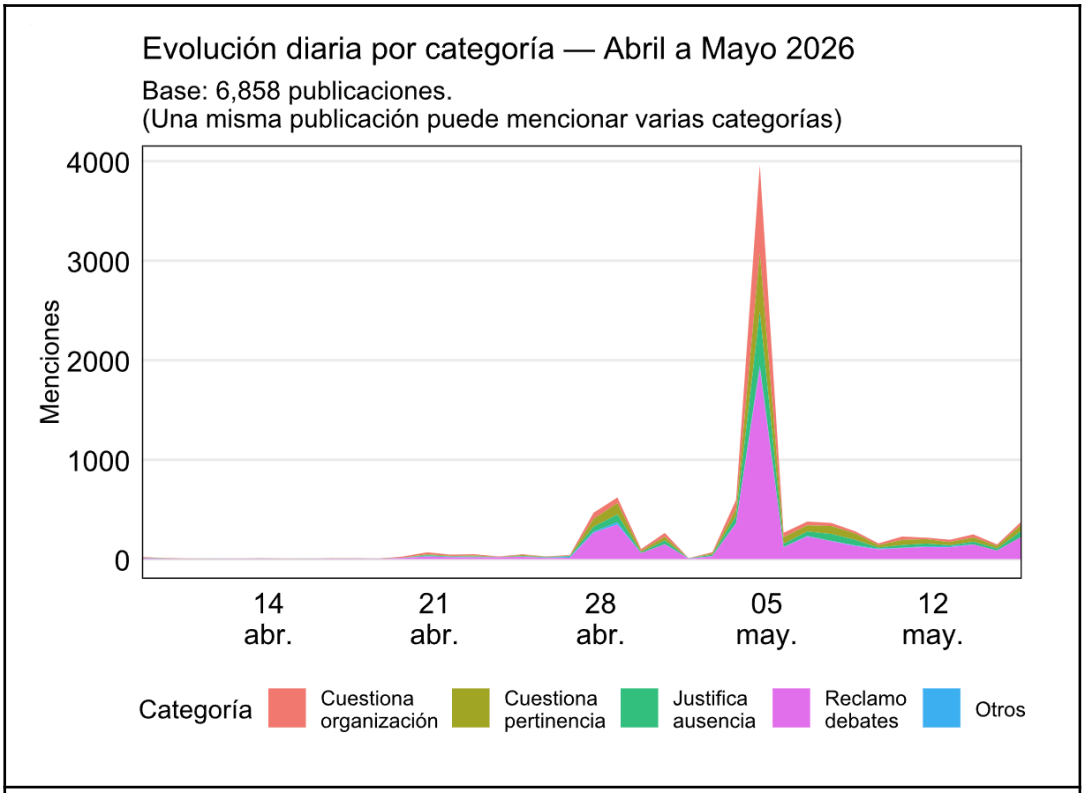

Imagen 1. Esta gráfica muestra la evolución de la conversación en el tiempo, donde la intensidad de todas las posiciones siguen un patrón general. El pico del 5 de mayo corresponde a la invitación de Paloma Valencia a un debate con Abelardo de la Espriella, y a la pieza publicitaria de esa misma campaña con un falso debate entre ella e Iván Cepeda.

Colombia llegará a las elecciones del 31 de mayo sin que las tres personas más opcionadas para alcanzar la presidencia hayan participado en un mismo debate. Esto ocurre a pesar de múltiples peticiones, críticas públicas a quienes se rehúsan a participar, desafíos directos entre candidatos y una tutela –posteriormente negada– que pretendía obligar a Iván Cepeda a asistir a estos espacios.

Las redes sociales reflejan esos reclamos, que son llamados a la transparencia y a la deliberación democrática, pero que también han sido utilizados como estrategia de publicidad política. Estos espacios recogen además los argumentos en defensa de quienes se niegan a asistir a los debates, así como la desconfianza hacia quienes los organizan. Sin embargo, respecto a las anteriores conversaciones electorales monitoreadas en el marco de este proyecto, la discusión sobre la ausencia de debates es la que menos menciones ha registrado.

Sobre este tema, entre el 21 de marzo y el 16 de mayo se registraron 6.858 publicaciones originales en las que se discutió la necesidad o importancia de que hubiesen debates entre los candidatos presidenciales; el 87% de estas publicaciones provinieron de X y el 11,2% de Facebook.

La prevalencia de X se explica en parte por el carácter de la plataforma y de la conversación. En esta red social los mensajes son más confrontativos e inmediatos: priman los reclamos directos a candidatos, reclamos entre ellos mismos y narrativas sobre intentos de los medios de comunicación para poner en situaciones incómodas a candidatos. La plataforma se presta para la confrontación en tiempo real. Por su parte, en Facebook los contenidos con más interacción son publicaciones de páginas oficiales de medios de comunicación y de candidatos. Destaca también la presencia de portales de noticias regionales, que tienen más acogida en esta plataforma.

En cuanto al rol de Instagram y TikTok, su papel es más bien marginal en la conversación. Esto es así en parte porque estas plataformas se prestan menos para la discusión inmediata sobre esta conversación, pero también porque contenidos que pueden referirse a este tema pueden darse en formatos efímeros –como las historias– que no pueden ser capturadas. Cabe destacar, en todo caso, que uno de los contenidos con mayor interacción en la muestra es un video de TikTok en el que el candidato Santiago Botero Jaramillo reclama ser incluido en debates. Botero ha basado su estrategia digital en esta plataforma, y ha llegado a presentar sus métricas de TikTok –superiores a las de otros candidatos– como un indicador de su favorabilidad en la opinión pública.

Las disputas entre los propios candidatos han sido el principal motor de la conversación. El pico más alto se presentó el 5 de mayo, día en el que ocurrieron dos episodios relacionados con Paloma Valencia, quien ha hecho de la ausencia de debates un argumento de campaña.

En primer lugar, Valencia y Juan Daniel Oviedo invitaron a Abelardo de la Espriella y a José Manuel Restrepo a debatir. La invitación fue rechazada por De la Espriella, quien dijo en medios de comunicación que no discutiría con la candidata del Centro

Democrático porque podría ser una aliada suya en segunda vuelta y porque, en un eventual debate, alguno de los dos podía recibir “un coñazo”.

Ese mismo día, la campaña de Valencia anunció un supuesto debate con Iván Cepeda que en la noche sería transmitido por redes sociales. El propio Cepeda dijo no estar enterado del encuentro y calificó el anuncio como un “chiste”. Lo que se especuló durante unas horas resultó ser una serie de videos publicitarios que simulaban un debate. En las piezas, una moderadora hacía preguntas que solo Valencia respondía, mientras una figura de Cepeda –aparentemente generada con IA– se desvanecía en humo. “Cepeda, llegó el momento de debatir. ¿Le va a seguir dando la espalda a los colombianos?”, cerraba el mensaje.

Las principales posiciones en la conversación[1]

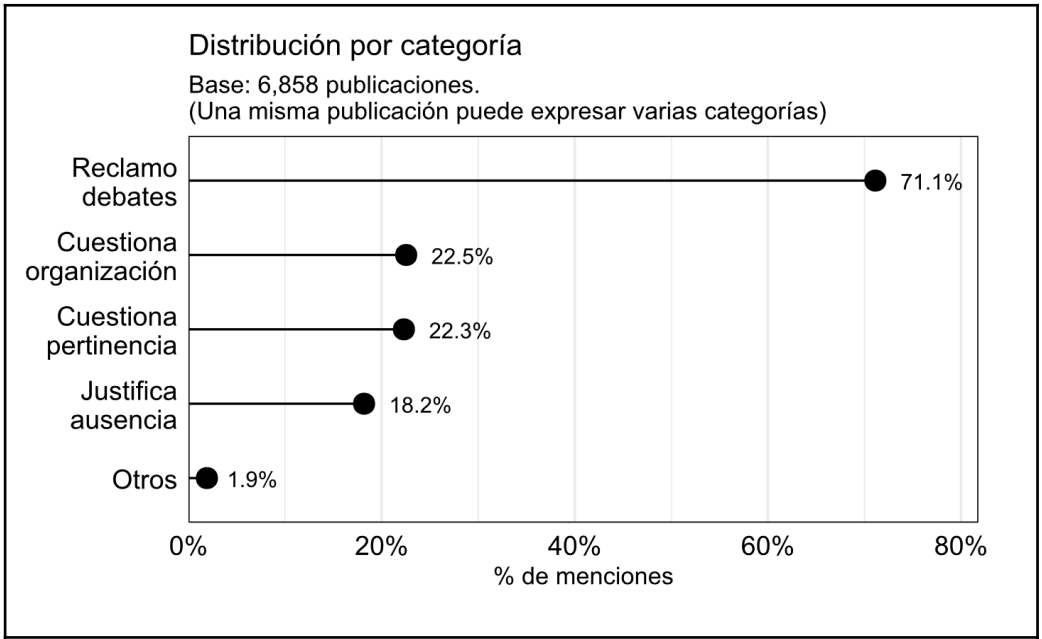

Imagen 2. Esta gráfica representa las principales posiciones detectadas en los posts de la muestra. Dado que una misma publicación puede tener más de una posición, el total suma más de 100%. *Fuente: elaboración propia.*

[1] Para este reporte, se implementó un modelado de tópicos basados en LLMs con el fin de identificar los principales temas de la muestra. Con supervisión del equipo de Linterna Verde, se definieron cuatro categorías no excluyentes para clasificar las publicaciones y comprender las dinámicas de la conversación. (Para más detalles, ver Metodología en los anexos).

Reclamos de participación

En redes sociales, las posiciones más frecuentes son los reclamos para que candidatos participen en los debates, así como las críticas a quienes se niegan a hacerlo.

Quienes defienden esta postura se refieren a los debates como una obligación con la democracia y un requisito para quien aspira a gobernar el país, razón por la que señalan la ausencia de los candidatos en estos espacios como una burla a los votantes.

Esta etiqueta engloba también los comentarios que critican a los candidatos por no asistir a los debates. El foco de estas publicaciones está en Iván Cepeda, cuya renuencia es calificada como antidemocrática, y se cuestiona si su principal propuesta –un diálogo entre distintos sectores para llegar a acuerdos nacionales– es viable en manos de un candidato que no está dispuesto a interactuar con otros.

Con frecuencia, los candidatos son calificados como "cobardes" cuando rechazan participar. Estos comentarios apuntan principalmente a Cepeda y, en menor medida, a Abelardo de la Espriella. No obstante, Paloma Valencia y Juan Daniel Oviedo también los reciben. Según Rodrigo Lara –miembro de la campaña de De la Espriella– Valencia habría cancelado un debate entre los dos candidatos de derecha organizado por Luis Carlos Vélez.

Cuestionamientos a la organización de los debates

La segunda posición más marcada en la conversación se refiere a las condiciones mismas de los debates: cuestionamientos sobre quién los organiza, modera y qué candidatos son invitados o excluidos de determinados espacios, lo que en ocasiones se presenta como evidencia de un sesgo. Estos contenidos incluyen ataques a medios de comunicación, periodistas, universidades y organizaciones de la sociedad civil.

En algunos episodios, la exclusión de determinados candidatos se utiliza no solo para criticar a los organizadores, sino también para hablar en favor de quien es excluido. Este es el caso del falso debate promovido por Paloma Valencia. Aunque se trató de una estrategia publicitaria, el hecho de que se presentara como un debate solo entre ella e Iván Cepeda provocó comentarios que lo leyeron como un acuerdo entre ambas campañas para invisibilizar a De la Espriella. "El establecimiento está muerto del susto, no sabe cómo detener al tigre", escribió Santiago Uribe, influenciador de esa campaña.

En debates reales, se cuestiona el sesgo ideológico de los moderadores o de los canales, así como los formatos con público, calificados como espacios para favorecer abucheos y ovaciones fabricadas. Por ejemplo, un usuario señaló que el Grupo Prisa "de Soros", había intentado hacerle una "encerrona a Abelardo de la Espriella", al llevarlo

al programa de televisión El país de los jóvenes, de Caracol Noticias, para enfrentarlo con jóvenes petristas y cepedistas.

Esta idea también ha sido manifestada por militantes de Iván Cepeda. La cuenta de apoyo en X Mamertos 2.0, ha dicho que así los organizadores actúen en contra del candidato del Pacto Histórico, él tiene las capacidades para rebatir a sus contendientes.

La línea editorial de algunos medios sirve también a los cuestionamientos. "Al candidato del Pacto Histórico le exigen asistir a debates organizados por los grandes medios, pero algunos de estos medios salen a mentir contra nosotros todo el tiempo", escribió en X la senadora electa Carolina Corcho. En un enfoque similar, el influenciador y comediante René Jiménez señaló que los medios de comunicación se molestan con la falta de debates porque comprueba que por su manipulación han dejado de ser "intérpretes políticos de la sociedad".

Frecuencias en Disputa, el debate organizado por Dejusticia, Cuestión Pública, Temblores ONG y la Friedrich Ebert Stiftung, recibió comentarios que cuestionaban que la presentadora Eva Rey fuera una de las moderadoras, que no se invitara a todos los candidatos, y que estuviera organizado por una ONG que recibe "financiación de Soros", en referencia a Temblores.

Cuestionamientos a la pertinencia de los debates

En esta categoría se ubican publicaciones que cuestionan el valor mismo de los debates y la necesidad de hacerlos. Se trata tanto de posiciones que aseguran que solo vale la pena debates con determinados candidatos, o aquellos que los desestiman por considerarlos un espectáculo que simplifica la discusión política.

Este último ha sido un argumento de la campaña de Iván Cepeda, primero para condicionar y luego para rechazar su participación en debates. La narrativa incluye la idea de que el Congreso de la República es el escenario natural para la discusión de ideas, pese a que solo ha sido así, y parcialmente, para dos de los candidatos: Cepeda y Paloma Valencia.

Es el caso del exgobernador Camilo Romero, quien ha presentado intervenciones del candidato en el Senado como una muestra de la verdadera deliberación. "El debate no son gritos y difamaciones, sino hechos y verdades", escribió en X a propósito de una intervención en la que Cepeda cuestionaba la presencia en el recinto de Ciro Ramírez, condenado senador del Centro Democrático. Cuentas de apoyo también señalan que Cepeda no tiene necesidad de ir a debates, pues miles de personas lo acompañan en sus eventos públicos y "ya tiene ganada la presidencia".

Los llamados a debatir también han sido calificados como una forma de oportunismo político. Desde la campaña de Abelardo de la Espriella, la búsqueda de un debate por parte de Paloma Valencia no ha sido considerada como un llamado a la deliberación democrática, sino como una necesidad y "desespero" de su campaña para figurar y disputarle votos.

Justificación de ausencias

Con una menor prevalencia están los contenidos que directamente excusan a los candidatos de participar en debates y respaldan su decisión de no asistir. Se trata de comentarios que, en general, aseguran que Iván Cepeda "hizo bien" en negarse a ir a debates.

En algunos casos, quienes tienen esta postura defienden que Iván Cepeda, a quien consideran serio, se preste para debates con candidatos que han acudido a dinámicas más propias del espectáculo, como la escoba utilizada por Sergio Fajardo, los llamados periodicazos de Oviedo y el despliegue de la imagen de un tigre en el caso de De la Espriella. Por esa misma línea, se asegura que en Colombia no hay debates, sino calumnias y le piden expresamente a Cepeda no participar.

Varios de estos contenidos conectan también con la desconfianza hacia medios de comunicación que organizan los debates, como se expuso en una sección anterior, pero también con quienes concuerdan en que el Congreso y las plazas públicas son escenarios en los que se cumple la función de presentar propuestas y discutir ideas.

Tabla 1. Autores con mayor número de interacciones

Red	Nombre	Interacciones	Pubs.	Categorías
X	Levy Rincón	33,710	2	Justifican ausencia
X	Camilo Romero	15,561	1	Cuestionamiento pertinencia
X	Paloma Valencia	9,890	3	Reclaman debates
X	Matador	7,284	1	Cuestionamiento pertinencia
FB	Paloma Valencia	7,201	1	Reclaman debates
X	Carolina Corcho	7,174	1	Cuestionamiento pertinencia
X	Santiago Uribe	6,904	3	Cuestionamiento organizadores
X	José Manuel Restrepo	6,622	1	Reclaman debates
X	Sergio D. Rodriguez	5,276	2	Cuestionamiento organizadores
TikTok	Santiago Botero	4,652	1	Reclaman debates; Cuestionamiento pertinencia
X	Diana Ángel	4,471	1	Cuestionamiento pertinencia

X	Natalia y punto	4,395	1	Cuestionamiento organizadores
X	Juanita Mayorga	4,246	1	Reclaman debates; Justifican ausencia
X	David Rozo	4,109	1	Cuestionamiento organizadores

Tabla 1. Esta tabla representa las voces que provocaron más interacción en la conversación a lo largo de distintas plataformas, así como el sentido de sus publicaciones. La métrica de interacciones expresa la participación de otros usuarios en esa publicación, teniendo en cuenta señales como me gusta, comentarios y compartidos.

Una conversación maleable

Como es natural, la conversación sobre los debates presidenciales tiene un marcado tono partidista. Así, quienes justifican la ausencia de un candidato suelen hacerlo en detrimento de los organizadores o de otros contendores, ya sea porque se considera que tienen poca intención de voto o porque sus formas de hacer política son vistas como inferiores.

En esta lógica es posible que una persona que reconozca la importancia de la deliberación, acepte que el candidato que apoya no asista. Se puede exigir debates "obligatorios y con reglas claras" y a la vez justificar que Iván Cepeda no se presente en espacios organizados por medios "que a diario lo acusan de guerrillero". (ver ejemplo)

Esta dualidad explica que convivan una disposición general favorable a los debates y una resistencia persistente, ya sea a que se realicen o a la forma en que se organizan.

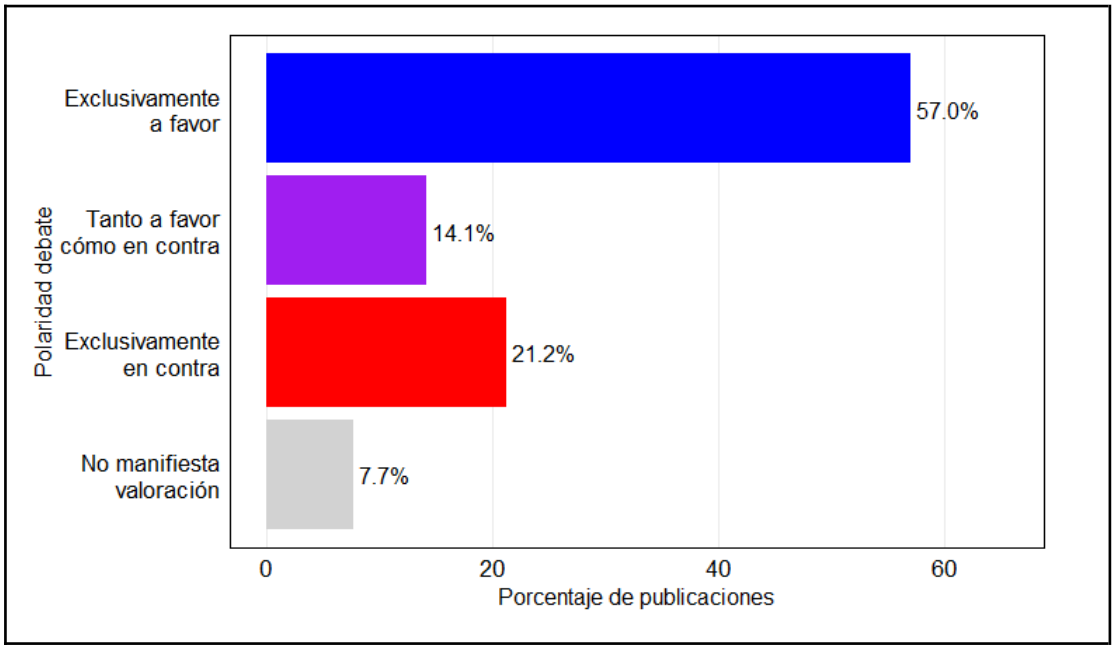

Imagen 3. Distribución de valencias respecto a la realización de debates. El 14.1% de las menciones expresaban en una misma publicación apoyo y rechazo a los debates.

De cumplirse los pronósticos de las encuestas, Iván Cepeda y Abelardo de la Espriella disputarán la presidencia en segunda vuelta. En ese escenario, es posible que el debate sobre la presencia o ausencia de candidatos ceda terreno a una discusión sobre la legitimidad de los escenarios de confrontación.

Como se observa en este análisis, parte de los seguidores de ambos candidatos desconfían de los organizadores de los debates, lo que plantea una dificultad para encontrar formatos que las dos campañas acepten.

En este contexto, la sociedad civil se enfrenta a un doble escenario. Por un lado, la necesidad de seguir impulsando una agenda de deliberación pública, transparencia y derecho a la información, la cual se conecta con la demanda de debates presente en la conversación. Por otro lado, el riesgo de que los intentos de organizar estos espacios queden atrapados en cuestionamientos sobre sesgos ideológicos, agendas políticas y fuentes de financiación.

Las redes sociales también han contribuido a transformar la relación entre candidatos, medios y ciudadanía. Tanto Cepeda como De la Espriella han logrado consolidar canales directos de comunicación con sus audiencias, convirtiéndose en sus propios medios y reduciendo su dependencia de escenarios tradicionales de confrontación pública. En ese contexto, las campañas pueden hablarle a sus seguidores de manera permanente, instalar narrativas propias y evitar los costos políticos de exponerse a contradicciones, preguntas incómodas o confrontaciones directas con adversarios.

Esta dinámica protege a las candidaturas más allá de los reclamos por la ausencia de debates. Lo que en campañas anteriores habría sido difícil de imaginar –candidatos competitivos renuentes a participar en escenarios televisados y ampliamente visibles– empieza a consolidarse como un posible nuevo estándar. En cierto sentido, la escalada de Rodolfo Hernández en plataformas digitales durante las elecciones de 2022 ya había anticipado parte de ese cambio: campañas cada vez más capaces de construir apoyo electoral desde ecosistemas propios, con menor necesidad de intermediación y menor exposición a escenarios tradicionales de deliberación pública.

***

Anexos

Metodología

El análisis se basa en 13.600 publicaciones originales realizadas en cuatro redes sociales (Facebook, TikTok, Instagram y X) por autores georreferenciados en Colombia, emitidas entre el 21 de marzo y el 16 de mayo de 2026. La herramienta empleada para la captura fue OnClusive Social, a través de una búsqueda booleana basada en palabras clave y apellidos asociados a los principales candidatos y al concepto de debate. Se consideraron únicamente aquellas publicaciones que contenían más de 40 caracteres de texto, excluyendo hipervínculos a páginas web.

Los resultados fueron depurados usando claves semánticas y claves literales para descartar casos irrelevantes, incluyendo debates científicos, académicos, del periodismo deportivo, de realities de TV, o debates legislativos o de control político en cuerpos colegiados. Tras este filtro obtuvimos 6.858 publicaciones relevantes. La muestra puede considerarse representativa del debate digital, tanto respecto al público general cómo respecto a líderes de opinión.

La clasificación de posts relevantes la hicimos vía modelación de tópicos, con un primer barrido empleando el método Bertopic, y dos barridos asistidos por LLM, el primero usando el modelo Claude Opus 4.7 y el segundo usando el modelo Gemini 3.1. Cada etapa fue verificada por expertos en la materia, incluyendo politólogos, expertos en comunicación social, libertad de expresión y política colombiana.

Query booleana antes de cláusulas de exclusión:

(Candidato OR Candidatos OR Candidata OR presidencial OR presidenciales OR Cepeda OR Valencia OR Paloma OR Espriella OR ADLE OR "de la Espriella" OR Fajardo OR Lopez) AND ((debate OR debates OR debatir)