

**Los debates electorales
en la democracia
contemporánea.
Apuntes para analizar
su presencia, función
y evolución en
las campañas**

Julio Juárez Gámiz

**Los debates electorales
en la democracia
contemporánea.
Apuntes para analizar
su presencia, función
y evolución en
las campañas**

Julio Juárez Gámiz

42

Instituto Nacional Electoral

Consejero Presidente

Dr. Lorenzo Córdova Vianello

Consejeras y Consejeros Electorales

Mtra. Norma Irene De la Cruz Magaña

Dr. Uuc-k'ib Espadas Ancona

Dra. Adriana Margarita Favela Herrera

Mtro. José Martín Fernando Faz Mora

Dra. Carla Astrid Humphrey Jordan

Dr. Ciro Murayama Rendón

Mtra. Dania Paola Ravel Cuevas

Mtro. Jaime Rivera Velázquez

Dr. José Roberto Ruiz Saldaña

Mtra. Beatriz Claudia Zavala Pérez

Secretario Ejecutivo

Lic. Edmundo Jacobo Molina

Titular del Órgano Interno de Control

Lic. Jesús George Zamora

Director Ejecutivo de Capacitación

Electoral y Educación Cívica

Mtro. Roberto Heycher Cardiel Soto

Los debates electorales en la democracia contemporánea. Apuntes para analizar su presencia, función y evolución en las campañas

Julio Juárez Gámiz

Primera edición, 2021

Primera edición en este formato, 2021

D.R. © 2021, Instituto Nacional Electoral

Viaducto Tlalpan núm. 100, esquina Periférico Sur

Col. Arenal Tepepan, 14610, México, Ciudad de México

ISBN obra completa: 978-607-8772-11-7

ISBN volumen: 978-607-8772-52-0

El contenido es responsabilidad del autor y no necesariamente representa el punto de vista del INE

Impreso en México/*Printed in Mexico*

Distribución gratuita. Prohibida su venta

Contenido

- 7 Presentación
- 11 Introducción
- 21 Debates electorales y democracia, entre la deliberación y el espectáculo
- 33 Historia y evolución de los debates electorales
- 57 Claves para explicar la realización de un debate electoral
- 71 Aproximaciones para estudiar el efecto y la función de los debates electorales
- 81 Los debates electorales en México, de la condescendencia a la innovación
- 115 Conclusiones. El futuro de los debates electorales: de lo televisivo a lo digital, y de la propaganda a la información
- 121 Referencias
- 139 Sobre el autor

Presentación

En este Cuaderno de Divulgación de la Cultura Democrática se considera al debate electoral como una herramienta de comunicación política relativamente nueva en las contiendas electorales en México, en donde las y los actores políticos han hecho uso de él desde hace poco menos de tres décadas hasta asirlo con firmeza como parte esencial de las prácticas democráticas y de la lógica electoral de nuestro país.

El protagonismo del debate electoral en los procesos democráticos modernos ha sido tomado en esta obra como un fenómeno político que el autor, Julio Juárez Gámiz, empieza a desmenuzar desde los antecedentes que dieron lugar al debate electoral hasta la actualidad. Plantea que a finales del siglo XX ocurrió un cambio de escenario en la vida política de Estados Unidos de América y el Reino Unido que a la larga se extendió a distintos países. La falta

de credibilidad de estas sociedades en sus gobernantes fue un detonante importante para el cambio, pero también la enorme polarización entre las diversas fuerzas políticas y el poder incuestionable de la televisión como fuente comunicativa, representando para los políticos y sus partidos un descontrol en cuanto al mensaje que pretendían transmitir al electorado. Es en este contexto que la televisión se convirtió en el principal escaparate de comunicación política, donde los aspirantes a cargos públicos comenzaron a discutir y contrastar propuestas e ideas.

El autor plantea diversos estudios para entender cómo el debate electoral se ha extendido a lo largo del mundo, más allá de la interpretación geopolítica de una mera americanización, como modelo de debate a imitar o, incluso, de democracia. Por otra parte, explica que para que un debate pueda llevarse a cabo deben converger tres pilares: un sistema de medios que garantice tanto su producción como la transmisión universal del encuentro, independientemente de que haya imparcialidad política o autonomía frente al poder político en turno; dos, que existan condiciones de competencias de política electoral que aseguren un antagonismo narrativo en la presentación; y, tres, que haya un sistema electoral garante de elecciones libres y auténticas, además de ser necesario el consenso y disposición de los contrincantes para realizar el encuentro.

Sin embargo, el debate político se ha convertido en un arma de doble filo: si bien representa un apoyo para la toma de decisiones de una sociedad en cuanto al rumbo que desea para sí, también ha derivado en la trivialización de la vida política, donde las ideas e ideologías se minimizan al exponer principalmente las cualidades personales de los contendientes políticos y al "utilizar el discurso político como un instrumento de victoria y no como un proceso de construcción de lo político" (Mayhew, 1997). Así, el debate ha significado una desafiante forma de comunicación para los partidos, medios y candidatos, pero sobre todo para el electorado.

En este tenor, el autor considera importante reflexionar sobre la aportación democrática de los debates electorales, pero también, desde una visión crítica y de entendimiento bien fundamentado bajo un análisis comparado de la comunicación política, acerca de las limitaciones de esta herramienta para mejorar la calidad democrática. Es entonces uno de los objetivos de la presente obra reducir la complejidad de este fenómeno hacia la comprensión y clasificación de categorías útiles para la investigación de los debates electorales como parte de las ciencias políticas, y para el análisis de un acervo de investigaciones empíricas que se organiza y explica hacia un intento por conocer los efectos que tienen los debates electorales

en ámbitos como la cobertura noticiosa, la conversación pública y las actitudes del electorado frente a sus candidatas y candidatos y la política.

Asimismo, la obra expone las particularidades del debate electoral inmerso en el contexto político y social de México, con sus peculiares contribuciones y orientaciones hacia el fortalecimiento de la legitimidad de las elecciones, en oposición al profundo descrédito institucional causado por la convulsa y controversial historia política del país dentro de las tramas electorales tanto a nivel federal como subnacional.

Con este recorrido histórico por etapas, acompañado de categorías de análisis bien definidas y con un nutrido e interesante compendio de casos empíricos que delimitan el contexto nacional electoral enfrascado en un mundo cada vez más global, el autor intenta precisar los ejes sobre los cuales pueden ser entendidos y analizados los debates electorales como un fenómeno comunicacional y de significancia política en el contexto democrático; con potencial para fortalecer y mejorar la vida democrática pero también de banalizarla y acrecentar la desconfianza del electorado en sus instituciones y representantes.

Instituto Nacional Electoral

Introducción

El estudio de la comunicación política ha registrado en las últimas décadas la presencia de formatos y prácticas deliberativas que, desde una lógica democrática, definen lo que bien podríamos llamar la conversación pública global. El seguimiento de elecciones nacionales e internacionales se ha ganado su propio género noticioso alimentándose de acontecimientos políticos mediatizados que acontecen periódicamente en torno a un calendario electoral mundial. La percepción de que el resultado de una elección en un país determinado impactará en los países vecinos, en la región y en el plano global es cada vez más compartida por actores políticos, medios de comunicación y ciudadanía.

Las campañas electorales bien pueden considerarse como una colección de rituales esperados aun a pesar de la incertidumbre en los resultados el día de la emisión del sufragio. Los debates electorales, entendidos aquí

como aquellos encuentros pactados entre dos o más aspirantes a un cargo de elección popular para deliberar en vivo y frente a las cámaras de televisión en el marco de una campaña electoral, constituyen uno de los principales acontecimientos que sintetizan universalmente la recreación de la democracia. Como representaciones simbólicas de deliberación democrática los debates son, además, piezas de comunicación fáciles de traducir al lenguaje periodístico y a la simbología noticiosa, incluso si son reducidos a un par de episodios memorables que, se piensa, pueden *definir* una elección en cualquier parte del mundo.

La existencia del debate electoral como formato de comunicación y deliberación democrática agrupa múltiples afirmaciones implícitas. Primero, que existen, al menos, dos posturas ideológicas y programáticas opuestas que compiten por el poder de manera pacífica y ordenada en un marco de referencia determinado por reglas y procedimientos pactados por las personas contendientes. Segundo, que esa competencia culmina con un triunfo relativo expresado objetivamente en el número de votos emitidos por ciudadanas y ciudadanos que, al acudir a las urnas libremente y en condiciones de igualdad, legitiman un orden político por un periodo de tiempo preestablecido. Tercero, que detrás de esos votos existe una deliberación

individual y subjetiva fundada en información, actitudes, juicios y sentimientos hacia las y los candidatos, los partidos políticos o proyectos independientes que los postulan, así como hacia los temas que articulan la conversación de las campañas. Y, por último, que los debates electorales son una valiosa fuente de información que nutre y habilita esta decisión.

Desde la perspectiva democrática occidental, los debates son afirmaciones de libertad y deliberación. Quienes debaten lo hacen por su interés de convencer al electorado de ser la mejor opción; quienes los producen, porque cumplen con la función de informar y hacer rendir cuentas a la política; quienes los siguen y participan en la conversación pública (sea ésta digital o interpersonal) en torno a lo que sucede en ellos, lo hacen por la necesidad de obtener información para justificar y dotar de sentido a su propia decisión electoral.

Los debates electorales son fenómenos globales que interesan y motivan múltiples análisis dentro de las universidades, los espacios políticos, los medios de comunicación y los hogares de millones de personas. Su presencia parece garantizar condiciones mínimas de vida democrática, aunque no garantizan, en absoluto, el cumplimiento de todas las promesas que acompañan esta imagen democrática

idealizada. Los debates electorales son, también, terreno fértil para la espectacularización de la política, la degradación del debate público y el triunfo del artificio actoral sobre la deliberación de fondo. Utilizarlos como sello de garantía para ocultar las deficiencias de un sistema democrático es un error común.

México es un buen ejemplo de ello. Presentes desde la elección presidencial de 1994, los debates electorales se han convertido en un referente obligado para contar la historia de una elección y, en algunos casos, explicar el resultado de la misma. Los debates electorales interactúan con las noticias, la publicidad política y la conversación digital en una versión ampliada y, en ocasiones, caótica de aquella esfera pública idealizada de la que hablaba Jürgen Habermas (1989). En muchas ocasiones son utilizados para explicar las razones que llevaron a una candidata o un candidato al triunfo o al fracaso.

Pero alejémonos de la supuesta excepcionalidad mexicana y el nativismo analítico. Los debates adoptan diversos formatos y funciones alrededor del mundo, haciendo del contexto el principal condicionante para su producción y también para su recepción. Se han ganado un lugar como objeto de estudio por quienes estamos interesados en comparar lo que pasa con ellos en distintos países, en

muchas ocasiones con sistemas de representación democrática diametralmente opuesta. El primer gran trabajo en clave comparada de los debates a nivel mundial fue el de Stephen Coleman (2000), quien editó un volumen que incluía el análisis del contexto y la circunstancia en la que los debates electorales se organizaban en el Reino Unido, los Estados Unidos de América, Australia, Israel y Nueva Zelanda.

Veinte años después un grupo de colegas nos dimos a la tarea de amplificar la muestra original de Coleman y logramos presentar un estudio comparado en donde se incluyen las experiencias detalladas de 26 países respecto a la forma, condiciones, proceso, impacto y estilo con que se producen debates electorales a lo largo de los cinco continentes (Juárez-Gámiz, Holtz-Bacha y Schroeder, 2020). Una de nuestras conclusiones principales es que cada uno de estos casos ocurre en un contexto particular y definido por fuertes condicionantes locales que les otorga un carácter único y especial. Sin embargo, ello no los aísla de un mundo globalizado en donde experiencias de otros países pueden ser retomadas, reinterpretadas o adaptadas, a veces de manera forzada a condiciones locales.

El propósito del libro

Analizar y comparar todos estos casos con sus peculiaridades es una tarea gigantesca que rebasa por mucho el propósito original de esta obra. Pero hay un par de cosas que se pueden decir a manera de aperitivo y con la intención de propiciar la pregunta de fondo en este trabajo y que es: ¿cómo entender mejor la presencia, función y evolución de los debates electorales en democracia? O dicho de otro modo, ¿cómo podríamos analizar esta forma de comunicación política en un contexto globalizado en cuanto a las prácticas y símbolos que comúnmente enmarcan el acontecer de las campañas electorales?

Hemos visto hasta ahora que el estudio de los debates electorales no deja mucho lugar para los clichés analíticos. Existen viejas democracias que no tienen una tradición de debates electorales como Reino Unido, Japón o Suiza. Mientras que democracias más cercanas al autoritarismo como Taiwán, Filipinas, Nigeria, Irán o Kenia han adoptado la realización de debates ríspidos y en algunos casos organizados por instituciones independientes del gobierno.

En otros países, los debates han figurado en algún momento de su historia para luego desaparecer por un tiempo sin que ello implique haber abandonado un régimen democrático, tal es el caso de Israel, Italia y Sudáfrica, en

donde por distintas razones –principalmente el desacuerdo entre candidatas, candidatos y partidos– los debates no han podido alcanzar un consenso para su realización en elecciones recientes después de haber jugado un papel protagónico en el pasado. Los debates electorales tampoco son un símbolo regional característico, pues en países con historias similares y en fase de transición democrática muy parecida como en el caso de Argentina y Chile, la adopción de esta práctica ha sido divergente a todas luces. A pesar de que ambos países tienen una actividad política y deliberativa intensa, Chile se convirtió en pionero en la región al organizar debates electorales presidenciales consecutivamente desde 1989, mientras que Argentina apenas celebró el primero en 2015.

Algunas de las interrogantes que buscamos despejar a lo largo de este trabajo son: ¿Por qué existen estas diferencias entre países con índices de desarrollo similares? ¿Qué factores determinan la permanencia o descarrilamiento de los debates electorales en democracias funcionales? ¿Cómo podemos describir y explicar la manera en la que distintas estructuras, normas, prácticas y valores culturales determinan la presencia, estilo e impacto de los debates electorales en un mundo globalizado? ¿Cómo podemos observar la evolución de los debates a través de un estudio de caso particular como el que hemos visto en México?

En primer lugar, el presente texto aborda estas cuestiones, por lo que ofrece considerar algunas de las tendencias conceptuales y teóricas en el estudio de la comunicación política que pueden ayudar a comprender mejor la complejidad operativa y política detrás de la vida de los debates electorales. En una segunda instancia, el trabajo desarrolla y analiza la aparición de los debates electorales en el plano internacional, de cara a un considerable número de tendencias que han sido utilizadas dentro y fuera del ámbito académico para explicar la interacción cultural que ha modificado la arena de los debates electorales de manera bilateral e internacional.

En un tercer apartado, se presentan a las lectoras y los lectores de este trabajo algunas claves pertinentes que pueden ser útiles al momento de explicar la realización de los debates electorales en un tiempo y lugar determinados. En cuarto lugar, se ofrece una revisión detallada de los principales hallazgos que diversas investigaciones han registrado respecto a los efectos e impacto de los debates electorales en el aprendizaje del electorado, las actitudes y, claro está, también en el comportamiento electoral.

En la parte final del trabajo nuestros lectores y lectoras encontrarán un estudio de caso centrado en narrar la aparición, evolución y estado actual de los debates electorales

en México. Ahí se presenta un análisis detallado de la evolución de los debates electorales desde 1994 a la fecha, tomando en cuenta no sólo el marco conceptual de su estudio sino atendiendo las particularidades estructurales que definen las normas y prácticas de comunicación política en el marco de las campañas electorales. Este análisis identifica los avances y dificultades que se han registrado en la organización de debates electorales a nivel presidencial, y también incluye una reflexión paralela respecto de la todavía incipiente cultura de debate en el plano subnacional. Ello es importante, pues son muchas las áreas de oportunidad que requieren solventarse en la organización de debates electorales para renovar los poderes ejecutivo y legislativo en las entidades de la República. El saldo en la materia arroja claroscuros, pues entre las limitaciones financieras de las autoridades electorales locales y los pocos medios de comunicación que se han aventurado a organizar debates electorales en las entidades, tan sólo un puñado ha arrojado buenos resultados ante la mirada crítica de la ciudadanía.

Finalmente, esta obra presenta algunas conclusiones respecto al futuro de los debates electorales en una era digital y a la consecuente fragmentación en los hábitos de consumo mediático de la sociedad. Particularmente identifica los puntos de riesgo que podrían descarrilar la

realización de debates electorales en el futuro interrumpiendo, así, la considerable tradición deliberativa que ha construido ya un importante espacio para el contraste de ideas en un entorno político cada vez más volátil en el plano internacional.

Debates electorales y democracia, entre la deliberación y el espectáculo

En las últimas décadas múltiples autores han dado cuenta de profundos cambios en la manera en la cual se comunica la política. En un texto seminal para el estudio de la comunicación política Blumler y Kavanagh (1999) plantean, desde una perspectiva evolutiva de la comunicación, el surgimiento secuencial de tres eras en el desarrollo de la comunicación política. En la primera, ubicada por los autores entre la posguerra y el principio de la década de los sesenta, se puede apreciar todavía a partidos políticos e instituciones públicas que gozan de un control relativamente efectivo de la agenda política y mediática.

En esta fase, proponen los autores, la sociedad adoptaba un papel poco crítico frente al mensaje político que, se asume, iba cargado de sustancia ideológica eligiendo a sus gobernantes a partir de claves identitarias grupales y relativamente estables a lo largo del tiempo. Eran pocas las

voces discordantes y los espacios para comunicar ideas, conceptos y perspectivas contrarias a los parámetros ideológicos de regímenes, si bien democráticos, aún anclados en una relación comunicacional marcadamente vertical entre gobernantes y gobernados. Para contextualizar un poco, pensemos aquí en la consolidación del sistema político mexicano a partir de la institucionalización del partido de Estado y su acoplamiento con una prensa nacional oficialista y acostumbrada a construir la noción de opinión pública de arriba hacia abajo.

En una segunda fase, entre los años sesenta y finales de los setenta, convergen, al menos, dos factores que trastocaron significativamente la lógica de la comunicación política a nivel mundial. Primero, la masificación de la televisión como principal fuente de información política, haciendo entonces universal el espacio para comunicar lo político antes concentrado en la prensa escrita, las columnas para iniciados y el pequeño y reducido entorno conversacional de una élite definida por intereses particulares, desde los sindicatos hasta las empresas de capital privado. Es aquí cuando el género noticioso comienza a cobrar mayor relevancia y reclama para sí la narrativa de la actualidad mundial y nacional, antes potestad exclusiva de la política. Ello obligó a los actores públicos a preparar mejor su forma de comunicar, pues el viejo modelo replicador de

la propaganda informativa es retado con mayor ímpetu por medios independientes que cuestionan, critican y desafían el significado de acciones y mensajes por parte de la clase política y del gobierno en general. Del mismo modo, visualicemos esta etapa en el caso mexicano con el movimiento estudiantil de 1968 y las primeras fisuras en el entorno discursivo y mediático que sostenía la narrativa oficial del “milagro mexicano” hecho realidad por la revolución institucionalizada.

Adicionalmente, en esta fase se registra el primer gran distanciamiento de la sociedad respecto de los partidos políticos (en nuestro caso al partido de Estado) y al discurso político desgastado por las promesas incumplidas por la administración pública ante los ojos de la ciudadanía. El debilitamiento de la identificación partidista propicia una actitud cada vez más crítica de la ciudadanía hacia la política en general, y las motivaciones personales de los políticos en particular. Su palabra, el insumo básico de su imagen pública, se devalúa tal y como sucedería con la moneda de un buen número de economías emergentes en Latinoamérica.

A pesar de esta fragmentación ideológica y del surgimiento de opciones informativas menos alineadas con el discurso oficial, es notoria la contradicción entre el surgimiento de

una sociedad más crítica del poder pero con posibilidades todavía muy limitadas para obtener información y, más importante aún, con una escasa posibilidad de participar en una conversación pública más allá del entorno social inmediato de familiares, amistades y compañeras y compañeros de trabajo.

La tercera era de la que hablan Blumler y Kavanagh (1999) representa, en primera instancia, la diversificación exponencial de canales de comunicación que coloca a los políticos en un escenario de comunicación no sólo incontrolable sino ante el cual es necesario reaccionar cada vez con mayor velocidad.

Es en este momento cuando la profesionalización de las tareas de comunicación del gobierno, partidos políticos y candidatas y candidatos que compiten por la vía electoral cobra mayor auge. Los autores, quienes se centran particularmente en los casos estadounidense y británico, ubican esta era a finales de la última década del siglo XX, notoriamente atraídos por el nuevo estilo de comunicar del líder del partido laborista, Tony Blair, quien ganaría las elecciones parlamentarias en Gran Bretaña en 1997 a partir de un uso mucho más dinámico y audaz de la comunicación política que sus antecesores partidistas y, sobre todo, del *statu quo* establecido por casi dos décadas

de gobiernos conservadores moldeados en la imagen ortodoxa de Margaret Thatcher.

En esta tercera era los partidos políticos y las candidatas y los candidatos no sólo reconocen la imposibilidad de controlar la agenda informativa de los medios, sino que, además, aceptan la necesidad de especializar su forma de relacionarse con un entorno incierto tanto en el plano político como en el ámbito electoral. Ante este contexto crecientemente adverso, la política comienza a adoptar una comunicación mucho más planificada, racional y especializada. Hablamos así de la era de la profesionalización de la comunicación política en donde la adopción de prácticas y normas (algunos aún empeñados en llamarles *fórmulas*) para comunicar lo político aumentan de manera directamente proporcional a la competitividad y la negatividad electoral que comienza a caracterizar el tono polarizante de las campañas y el protagonismo del género noticioso para narrar cotidianamente la realidad.

En el contexto mexicano, la adopción de esta tercera era se ilustra bien con el incremento de la competitividad electoral, la ruta de la transición democrática y, eventualmente, las primeras alternancias políticas en el plano estatal y legislativo a lo largo de la década de los noventa y culminando con la primera alternancia presidencial en el año 2000.

Esta evolución secuencial ocurrió en distintos países, si no de manera simultánea, al menos siguiendo un patrón longitudinal que ha sido explicado en el plano académico desde distintas tendencias comunes en el campo de la comunicación política, como son la *americanización* (que los Estados Unidos de América, EUA, exportan al mundo nuevas formas de hacer y comunicar la política), modernización (que democracias emergentes adoptan prácticas avanzadas de comunicación implementadas en otros países con una tradición democrática más longeva -no necesariamente los EUA-), *profesionalización* (que el proceso de modernización implica la sofisticación de procesos y decisiones mediante un refinamiento técnico de la persuasión política), *homogeneización* (que en su búsqueda por "alcanzar" a otros países con formas de comunicación "modernas" se da un proceso de normalización de estas prácticas en una línea presuntamente ascendente), *personalización* (que la política, con toda su complejidad derivada de la administración de intereses pasa por el tamiz objetivado en la figura e imagen de una persona), *mediatización* (que la experiencia política se reduce cada vez más a la construcción simbólica condicionada por la intermediación de un medio de comunicación o plataforma digital) e *infoentretenimiento* (que la política adopta claves narrativas propias de la espectacularización de la política al sobredimensionar el humor, la sátira y el

conflicto permanente). Más adelante retomaremos algunas de estas tendencias desde una perspectiva más crítica sobre todo en lo que respecta al estudio de los debates electorales en el caso mexicano.

Es así como, obligados por este nuevo y desafiante contexto de comunicación, partidos, medios, candidatos y ciudadanía fueron normalizando la presencia de formatos emergentes de *traducción* de lo político en el plano verbal y audiovisual. Al convertirse la televisión en el principal escaparate de comunicación política y en prometedora herramienta de persuasión política, es natural que haya sido en este medio en donde florecieran los primeros esfuerzos para que quienes aspiraban a un cargo popular discutieran y contrastaran propuestas, ideas y argumentos ante las cámaras de televisión, aquello que autores como Dayan y Katz (1994) designaron utilizando por primera vez el concepto de “evento mediático”; los debates electorales comenzarían a adquirir notoriedad dentro de las campañas electorales y, como objeto de estudio, dentro de los circuitos académicos.

Tomados como producto final en una larga cadena de decisiones, los debates electorales ilustran simbólicamente condiciones estructurales en su entorno de realización respecto de tres dimensiones: 1) las características de un

sistema democrático-electoral deliberativo (por ejemplo, los debates son parte de las campañas electorales y en ellos participan, lógicamente y necesariamente, opciones antagonistas resumidas en, por lo menos, dos candidaturas que irán a las urnas para decidir una ganadora o un ganador); 2) la lógica de un sistema de medios de comunicación en donde la producción, realización y difusión de estos encuentros garantiza principios de imparcialidad, eficiencia técnica, cobertura universal y periódica; y 3) el sistema de símbolos y prismas culturales que constituyen el marco de significado en el que la política se presenta a través de formatos televisivos, análogos o digitales en un lugar y tiempo determinados.

Son estas tres dimensiones las coordenadas que permiten ubicar a los debates electorales en un punto de convergencia global. Sin ser exclusivos de un sistema de representación particular, pues los debates ocurren tanto en democracias parlamentarias como en sistemas presidenciales, es muy importante reconocer que, al ser analizados en su contexto, los debates electorales nos dicen mucho sobre cada una de estas tres dimensiones.

Adicionalmente, los debates representan tanto oportunidades como riesgos para las candidatas y los candidatos que deciden participar en ellos, particularmente en

aquellos casos en los que no están obligados a hacerlo. Del mismo modo, la interpretación que se hace de la audiencia es complementaria y, en cierto modo, vinculante a la posibilidad material para organizar un debate. Desde una perspectiva normativa clásica, la televisión inhibe la deliberación al tiempo que eleva a rango de sustancia elementos triviales de la política como la imagen o la personalidad de las candidatas y los candidatos (Sartori, 2002). Si pensamos que frente al televisor se encuentra una masa irreflexiva, es muy probable que consideremos a los debates electorales como una herramienta más de trivialización del discurso político. En cambio, si asumimos que esa misma audiencia está compuesta por ciudadanas y ciudadanos críticos y capaces de dar un significado a lo dicho y presentado en el transcurso de un debate, consideraremos a estos programas como elementos necesarios para la deliberación y oferta de información que la sociedad necesita para tomar una decisión responsable desde el plano mediático.

A diferencia de otros formatos de comunicación política relativamente estables como la publicidad, las noticias y la interacción digital, los debates electorales no garantizan ellos mismos su propio campo de estudio y, mucho menos, su repetición y permanencia a lo largo del tiempo en un país determinado. En todo caso, suelen estar supeditados

a otras variables que condicionan su aparición y, eventualmente, su propia presencia en las campañas electorales y el tablero político en general. Ahí es donde adquiere mayor relevancia el concepto de sistema mediático, pues la literatura existente en la materia da cuenta de que las principales condicionantes para la recreación de los debates electorales provienen de la lógica y dinámica mediática que prevalece en un contexto determinado, ya que son las condiciones locales las principales determinantes para que un debate se realice o no (Juárez-Gámiz, Holtz-Bacha y Schroeder, 2020).

Cuando uso los términos *lógica* y *dinámica mediática* me refiero concretamente a tres componentes relacionales básicos adaptados de la tipología clásica de Hallin y Mancini (2004). Primero, a la manera en la cual los medios de comunicación masiva han construido un modelo de relación con el poder político que puede ir de una alta subordinación política a un plano de independencia crítica. Segundo, a los propósitos funcionalistas que determinan la razón de ser de los medios frente a su audiencia que van, en un extremo, de servir al interés público hasta, en el otro, a la búsqueda de ganancias económicas. Y, en tercer lugar, a la codificación simbólica de la política ubicada en un extremo racionalista-deliberativo y, en el polo opuesto, como espectáculo dramático.

Una perspectiva más funcionalista pondría mayor énfasis en el papel que juegan los debates en las democracias contemporáneas. Cuál sería, por tanto, su función dentro de un sistema de comunicación política que articula distintos procesos como son las elecciones, la cobertura noticiosa y periodística de la política, y el ejercicio de derechos cívicos como la libre expresión de ideas y la deliberación encaminada a la toma de decisiones políticas por parte de la ciudadanía. De ahí proviene un importante acervo de información derivado del estudio de los efectos de los debates tanto en el plano político como en el cívico (Coleman, 2020).

En suma, es posible afirmar, hasta el momento, que los debates electorales pueden servir como una suerte de prisma, a través del cual podemos mirar con detenimiento la forma, el fondo y la dinámica conversacional de un país y contexto particular. Su comprensión obliga a tomar distancia de su unicidad como evento mediático de persuasión político-electoral, y a apreciar más la perspectiva de la periferia que les da forma. En el siguiente apartado nos adentraremos más en los procesos sociohistóricos y mediáticos que permiten apreciar el arribo de los debates a la escena electoral, y algunas de las razones que pueden ayudar a comprender de mejor manera su permanencia (también su desaparición) en distintas latitudes.

Historia y evolución de los debates electorales

Hemos mencionado hasta ahora algunas tendencias que han sido utilizadas para explicar no sólo el surgimiento sino también la evolución de los debates electorales en el mundo. Algunas de éstas han perdido vigencia en la actualidad, y en otros casos parecerían designar el mismo fenómeno con diferentes nombres. En el fondo, la mayoría de ellas dicen más sobre la carga ideológica de ciertos paradigmas de dominación cultural (por ejemplo, los debates son una exportación de democracias “avanzadas” para aquellas en “vías de desarrollo”) y que, al día de hoy, son todavía muy influyentes en las ciencias sociales. Considero útil, por tanto, contextualizar el estudio de los debates electorales adoptando una mirada cronológica, pero sin perder de vista las motivaciones del contexto particular que facilitaron su aparición en un país determinado.

Es interesante que los primeros intentos por organizar debates electorales hayan evolucionado en correspondencia con la primera era de la comunicación política descrita por Blumler y Kavanagh (1999). A pesar de que algunas de las primeras experiencias no se tradujeron automáticamente en una práctica recurrente, como sucedió en el caso de los Estados Unidos y Japón, en donde tendría que pasar más de una década para que se volvieran a realizar debates electorales después del primer intento. Sucedió algo similar con las campañas electorales como escenarios para la racionalización instrumental de la persuasión basada en una combinación de publicidad, investigación de mercado y relaciones públicas encaminados a utilizar el *discurso* político como un instrumento de victoria y no como un proceso de construcción de *lo* político (Mayhew, 1997).

Paradójicamente, los debates aparecen en una época que privilegiaba la oratoria por encima de la deliberación. Inscritos en los códigos de comunicación política de las primeras décadas de la posguerra y la que comúnmente consideramos la era dorada de los partidos políticos. Una época, además, que definía a la comunicación política como una acción subordinada a instituciones y creencias políticas relativamente estables. Un momento en el que las y los líderes políticos podían hablar de los temas que les interesaban solamente a ellos, encontrando en los medios

de comunicación un amplificador natural (políticamente sometido) de su mensaje y, en consecuencia, un público acostumbrado a sintonizar una agenda impuesta por la élite política en turno. Una sociedad, hay que decirlo, más preocupada por el estilo y las formas de la política que por su sustancia.

Me refiero a un momento histórico en el que se hablaba aparentemente con mayor profundidad de los temas políticos, pero en el que, en realidad, la ciudadanía se mantenía distante frente a discusiones “especializadas” o protagonizadas por iniciados en la política. Un tiempo en el que el comportamiento electoral era mejor explicado desde clivajes socioeconómicos e identidades partidistas estables que aseguraban más la lealtad de grupo que la ponderación crítica de los temas “duros” de política pública y las opciones para evaluarlos en una boleta electoral.

El estudio de los debates electorales en el mundo, un breve repaso

En cuanto a la organización de debates en una perspectiva global, la literatura especializada ha asumido dos acercamientos complementarios aunque cada uno con alcances y limitaciones muy distintas. Un primer trayecto, anglo-europeo, ha sido recorrido por estudios enfocados en democracias de occidente, particularmente el caso

de Europa, los Estados Unidos de América y países de la Commonwealth británica como Australia y Nueva Zelanda.

Aquí encontramos, por ejemplo, el ya mencionado caso de Coleman y sus colegas (2000) como uno de los primeros estudios enfocados al análisis comparado de los debates electorales televisados en el que se incluyen seis países y algunas aproximaciones teóricas sobre la función informativa y electoral de los debates electorales en democracia. Se trata del primer estudio en su tipo que, además de considerar el caso estadounidense, fue más allá para incorporar la experiencia e historia de los debates electorales en Canadá, Israel, Nueva Zelanda, Australia y el Reino Unido.

Años después, invitado a participar en una versión actualizada de su obra, Coleman (2020) haría una observación crítica a la consecuente andanada de estudios funcionalistas, más orientados a indagar acerca del efecto de los debates en las actitudes de corto plazo y el comportamiento electoral, por soslayar lo que a su juicio son las preguntas de fondo: ¿tienen los debates electorales un impacto favorable en la calidad democrática de un país?, ¿logran proveer a la ciudadanía de información necesaria para emitir un voto razonado? O, por el contrario, ¿son los debates un distractor mediático y propagandístico?, ¿hacen

de la política un espectáculo que transforma argumentos políticos en símbolos ante los cuales uno no puede responder si no es a través de la limitada posibilidad de identificación con ellos? (Habermas, 1989).

A esta primera aproximación anglo-europea le han seguido una serie de estudios en los que se plantea la necesidad de conceptualizar y contextualizar la aparición y evolución de los debates electorales en países con distintos sistemas de representación democrática.

Son múltiples las tendencias teórico-conceptuales que se pueden encontrar en la literatura enfocada en el estudio de los debates electorales. El propósito de cada una de ellas es resumir condiciones y características globales en la evolución de procesos y prácticas de comunicación política locales.

Los debates electorales, además, han sido estudiados en el plano comparativo desde las tres escuelas de pensamiento que ofrecen Esser y Hantizsch (2013), a saber, los enfoques centrados en actores y comportamientos particulares; aproximaciones estructuralistas o institucionales y, finalmente, abordajes culturalistas o interpretativos.

Es posible identificar en un orden democrático plural y diverso que los debates electorales representan una intersección entre al menos cuatro conjuntos interconectados como son: a) un sistema de medios de comunicación; b) una cultura política local; c) un sistema electoral, y d) la opinión pública y participación ciudadana. A continuación se describen estos conjuntos y las tendencias y principales temas de investigación que ofrece cada ámbito.

Primero, el concepto de sistema de medios de comunicación fue acuñado originalmente por Hallin y Mancini (2004), quienes intentaron sistematizar en tres grandes categorías el conjunto de características que definen la relación entre los medios de comunicación, la sociedad y el poder en un país determinado. La primera de ellas es la que los autores llaman el modelo liberal (es decir, Gran Bretaña, Estados Unidos, Canadá e Irlanda), en donde la prensa está altamente profesionalizada y muestra independencia contra la agenda política de los partidos y el gobierno. En segundo lugar, el modelo corporativista democrático (es decir, países nórdicos y germánicos, Holanda y Bélgica), en donde a diferencia del anterior existe un importante grado de paralelismo político a pesar de un alto grado de profesionalización. Con paralelismo político los autores se refieren al grado en el que la cobertura periodística de los medios representa las afiliaciones

políticas de sus dueños y de los propios periodistas que colaboran en el diario, el nivel con el que las audiencias eligen informarse a través de aquellos medios que responden a sus preferencias ideológicas, la separación entre noticias y opinión, el sesgo político en la cobertura informativa y la dependencia en el gobierno de los medios públicos. Por último, el modelo pluralista polarizado (es decir, región mediterránea Francia, Grecia, Portugal, Italia y España) en donde la penetración de la prensa es baja al igual que el grado de profesionalización del periodismo frente a un Estado mucho más intervencionista.

Es así como múltiples estudios que buscan comparar fenómenos diversos en el campo de la comunicación (por ejemplo, profesionalismo e independencia periodística, publicidad política) han partido de esta tipología para seleccionar casos, plantear hipótesis o conceptualizar tendencias observables en un entorno de comunicación cada vez más global y menos parroquial. Evidentemente, esta tipología heurística orientada a definir categorías simplificadas de contextos de comunicación mucho más complejos ha sido también cuestionada y enriquecida con el trabajo de otras investigaciones como Brüggemann, Engesser, Büchel, Humprecht y Castro (2014), quienes proponen una tipología empírica alternativa basada principalmente en un criterio geográfico (esto es, nórdico,

central, occidental y sur). O como ha sido el caso del trabajo de Norris (2011a), en donde la sistematización original de Hallin y Mancini ha sido criticada por no ofrecer una operacionalización más precisa de las dimensiones que la componen y por carecer de una medición estándar que pueda ser replicada en estudios comparativos que buscan retomar las tres categorías propuestas originalmente por ambos autores.

Esta apreciación es crucial en el estudio de los debates, pues en muy pocos fenómenos de comunicación participan con tal protagonismo las dimensiones que constituyen los pilares sobre los cuales se sostiene la tipología propuesta por Hallin y Mancini (2004). Me refiero concretamente al a) paralelismo político, b) profesionalismo periodístico, c) mercado mediático, y d) papel del Estado.

De ahí que el desafío de estudiar los debates electorales en el plano internacional implique dilucidar detenidamente un antiguo dilema respecto de la perspectiva comparada en el estudio de la comunicación. ¿Se deben construir categorías *ex profeso* para agrupar de manera sistémica la realización de debates en distintos países? ¿Cómo, en todo caso, conciliar la relevancia del contexto en un lugar determinado y en un momento en el tiempo particular cuando son muchos los países que muestran una historia

intermitente en la realización de debates? En suma, el reto se presenta en cómo incorporar lo coyuntural con lo estructural al momento de generar las condiciones óptimas para la realización de los debates.

Conviene traer a cuento el trabajo de Juárez-Gámiz, Holtz-Bacha y Schroeder (2020), quienes advirtieron la inexistencia de una obra en la literatura internacional enfocada al estudio comparado de los debates electorales que actualizara de algún modo el esfuerzo original de Coleman (2000). Es por ello que se propusieron ampliar la muestra de países incluidos inicialmente en un intento por romper el circuito de pensamiento Europa-EUA, así como para relativizar aproximaciones etnocéntricas, principalmente en el caso de la tradición marcadamente funcionalista del estudio de los debates en los Estados Unidos.

La idea original de ese Handbook fue incluir el mayor número posible de casos en los que ocurren debates electorales alrededor del mundo, cubriendo aquellos países en donde existe una tradición más longeva de debates electorales, sin que ello significara adoptar alguna de las tendencias descritas en párrafos anteriores. El objetivo principal fue construir una suerte de enciclopedia de debates electorales a la luz de un contexto de comunicación en donde los debates son comúnmente analizados desde una

perspectiva funcionalista (es decir, entendidos como variable independiente para explicar variables dependientes como la intención de voto, el aprendizaje sobre temas de campaña o las actitudes hacia candidatos y partidos políticos) en un circuito experimental marcadamente anglo-europeo, en muchos casos difícil de extrapolar a otras realidades geopolíticas.

Propuesta para entender la aparición de los debates en el plano internacional más allá de la americanización

Durante las últimas décadas se han registrado diversos procesos de homologación de procesos de comunicación política. Lejos aún de una estandarización global, es posible apreciar que múltiples escuelas del pensamiento dentro del estudio de la comunicación política han intentado documentar estos cambios partiendo comúnmente de una lógica que propone un polo de exportación a otro de adopción y eventual modificación.

Particularmente en el estudio de campañas electorales y comunicación política es notorio encontrar en la primera ola de estudios comparados un constante esfuerzo por ubicar a los Estados Unidos de América, utilizando para ello el concepto de *americanización*, como la principal fuente de exportación de prácticas y acciones de comunicación

política a otros países. El resultado de utilizar esta perspectiva analítica para explicar la evolución y desarrollo de los procesos y estrategias de comunicación política en distintas democracias alrededor del mundo terminó por edificar un paradigma tan evidente como simplista y, dicho sea de paso, carente de un sustento empírico basado en indicadores objetivos (Nielsen, 2013).

El postulado inicial de la americanización no carece de sentido y, en muchos casos, obedece al desarrollo democrático, tecnológico, mediático y económico de los Estados Unidos de América que ha propiciado, por varias décadas, una mayor innovación en cuanto a la forma de comunicar la política, hacer periodismo y persuadir al electorado. Si a ello sumamos una intensa vida electoral fragmentada en elecciones celebradas prácticamente cada año, no sorprende que se haya identificado a los Estados Unidos como el polo de exportación de actividades comunicacionales inéditas hasta entonces en muchos otros países.

Esta aproximación, más que identificar el surgimiento de un fenómeno característico en algunas democracias de occidente, ha adoptado la premisa de que tras la aparición temprana de los debates en los Estados Unidos, otras democracias han intentado adoptar, replicar e incluso imitar este formato. Notablemente, uno de los primeros puntos

de contraste entre el caso de los Estados Unidos y los de más países incluidos en esta primera investigación comparada reside en las características, difícilmente exportables, de un sistema presidencialista versus democracias parlamentarias que depositan en primeras y primeros ministros las tareas del poder ejecutivo.

Incluso la utilización simultánea del término *homogeneización* (*convergencia* para Castells, 2000) para referirse a la exportación de un formato “americano” a distintas regiones del mundo parecería hoy fuera de lugar. La clave está en el nivel de análisis al que nos adentremos al momento de utilizar estas conceptualizaciones. Se trata de una aproximación para explicar las estructuras de un sistema determinado de medios, o hablamos de los procesos mediante los cuales se comunica la política o, en todo caso, el tono y simbolismo cultural que priva en la decodificación de significados políticos que acompañan a la comunicación.

No es extraño encontrar textos que se aproximan a la perspectiva comparada como si se tratase de una carrera en donde hay países (es decir, el primer mundo) que han llegado a un punto de desarrollo y que existen otros (esto es, el tercer mundo) que intentan alcanzar los estándares de profesionalismo y eficiencia que caracterizan a los primeros.

Pocos casos ilustran con tanta precisión esta “ola de propagación” estadounidense como los debates electorales. Si bien es importante notar que países como Alemania o Suecia llevaron a cabo debates políticos televisados antes del multicitado debate Nixon-Kennedy de 1960, lo cierto es que ambas experiencias no lograron trascender a otros países como sí lo hizo la normalización de los debates presidenciales en los Estados Unidos. Incluso aunque hayan tenido que pasar 16 años para que se repitiera un debate entre candidatos a la presidencia en la unión americana. No debemos olvidar que tras el debate de 1960, tanto demócratas como republicanos le cerraron la puerta a este tipo de encuentros en vivo hasta la elección presidencial de 1976, cuando Jimmy Carter y Gerald Ford volvieron a entrar a un estudio de televisión para debatir sobre los principales temas de política frente a las cámaras.

La tesis de la americanización fue útil en los primeros esfuerzos por explicar la aparición de debates electorales en democracias europeas, africanas, latinoamericanas y asiáticas. A pesar de ello, la singularidad del sistema electoral estadounidense, su inalterable presidencialismo bipartidista, la naturaleza del colegio electoral y la independencia política de la Commission on Presidential Debates que desde 1988 organiza y financia de manera autónoma los debates presidenciales en los EUA, han hecho del

concepto americanización un encuadre conceptual poco efectivo para analizar la manera en la que los debates han aparecido, pero sobre todo evolucionado en otros países del mundo (Nielsen, 2013).

En todo caso es importante comprender las razones y características que hacen propicia la aparición de este formato televisivo en una democracia. Ello va más allá de la oferta plausible de un formato ya desarrollado en otro contexto, pues dicha utilización constituye únicamente una posibilidad de selección-adopción, pero, en modo alguno, puede motivar las condiciones políticas, mediáticas y culturales que dan lugar a los consensos locales que requiere la realización de un debate electoral y, más importante aún, su repetición en el tiempo.

Queda claro que la principal pregunta que falla en responder la tesis de la americanización es cómo puede un sistema político-electoral-mediático tan particular como el estadounidense ser replicado en cualquier otro país. No por nada, los primeros estudios en comunicación política que adoptaron la idea de la americanización partían de una suerte de polinización en donde un grupo de consultores estadounidense expertos en la organización de campañas electorales como Philip Gould en Gran Bretaña, o Dick

Morris y Rob Allyn en Latinoamérica, se encargaban de instrumentar estrategias de campaña y comunicación política hasta el momento inusuales en democracias parlamentarias europeas o incluso en sistemas presidencialistas como la mayoría de los países en Latinoamérica. De ahí la lógica por reducir un fenómeno tan complejo como la realización de una campaña electoral a la simple exportación de conocimientos y estrategias resultantes de la madurez electoral de la cultura política estadounidense en el siglo XX. Se trataba no solamente de la exportación de prácticas y formas de comunicar, sino de una adopción de estrategias o, en todo caso, de su adaptación a códigos locales de comunicación política.

Tal fue el caso de México, que a partir de la década de los noventa vio cómo partidos políticos como el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Acción Nacional (PAN) comenzaron a requerir los servicios de especialistas en manejo de medios, imagen, discurso e investigación del mercado electoral como Dick Morris y Rob Allyn (Bruhn, 2009; Trejo Delarbre, 2010, en Díaz Jiménez, 2015).

Una aproximación menos centralista como la que se construyó en la escuela europea de comunicación en torno a la

figura de *profesionalización* otorga una mayor relevancia a factores locales y contextuales dentro de cada país para explicar la manera en la cual los debates electorales han sido adoptados y adaptados en otros sistemas democráticos (Holtz-Bacha, 2002; Lilleker y Negrine, 2002). No obstante, este encuadre también definido como de *convergencia*, es utilizado en ocasiones como un eufemismo para hablar de americanización, matizando así el polo de exportación y reconociendo el surgimiento y sofisticación de dinámicas de comunicación locales a raíz, principalmente, del incremento de la competitividad electoral en democracias emergentes o en proceso de consolidación y, por otro lado, en los cambios en los sistemas de medios en los que democracias más consolidadas han tenido que reinventar las campañas electorales y los procesos de comunicación política tradicional un poco en sintonía con lo que Blumler y Kavanagh (1999) llamaban la tercera era de la comunicación política.

De cualquier modo, la tesis de la profesionalización es insuficiente para explicar por qué en ciertos países la realización de debates electorales lejos de evolucionar o profesionalizarse ha abandonado el escenario electoral ante la falta de un acuerdo político entre distintos actores, como han sido los casos de Italia o Sudáfrica. Ello sin que

se hayan modificado las condiciones democráticas, y tanto instituciones como procedimientos electorales sigan funcionando con regularidad, tal y como sucede en la actualidad en los casos citados.

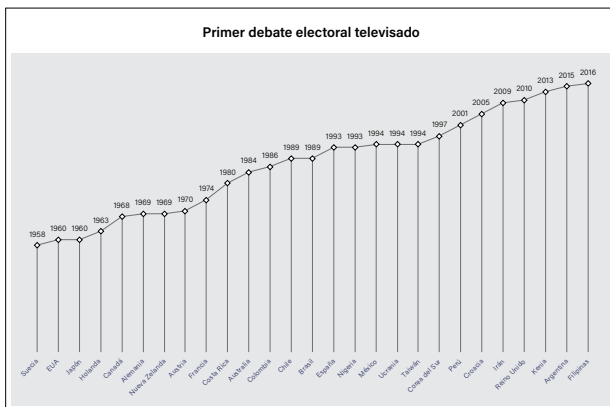
Por otro lado, el trabajo de Boczkowski, Mitchelstein y Walter (2011) plantea una tesis paralela en la figura de *convergencia*, término que también ha sido asociado a la homogeneización cuando se trata de explicar la manera en que distintos países comienzan a compartir características similares respecto a diversas prácticas de comunicación. Los debates electorales, claro está, son un buen ejemplo de estas tendencias y también de notables divergencias allí en donde se podrían esperar mayores similitudes dadas las características estructurales de algunos países. Por ejemplo, Chile y Argentina comparten grandes similitudes en torno al sistema de medios y transición a la democracia tras haber transitado de una dictadura militar a democracias emergentes y, sin embargo, el primero adoptó rápidamente la realización de debates electorales en su primera elección democrática en 1989 entre Hernán Büchi y Patricio Aylwin (Hilsenrad, 2020). Mientras tanto, Argentina no logró materializar la posibilidad de que sus candidatos a la presidencia pudieran debatir frente a las cámaras hasta la elección presidencial de 2015, a pesar

de contar con una extensa tradición de debates entre aspirantes a cargos legislativos o gobernadores provinciales desde inicios de los años ochenta (D'Alessandro y Amadeo, 2020).

Es pertinente, por tanto, preguntarse cuáles son los factores que determinan, primero, la adopción de debates electorales entre quienes aspiran a ocupar un cargo público y, segundo, qué condiciones se tienen que cumplir para hacer de los debates una práctica rutinaria, en todo caso no decisiva en el resultado electoral, de tal suerte que su presencia en el escenario democrático y en la narrativa de las campañas electorales sea anticipada cíclicamente y no un caso fortuito en el tránsito democrático de un país.

Aparición de los debates electorales en el mundo

Gráfica 1



Fuente: Elaboración propia a partir de Juárez-Gámiz, Holtz-Bacha y Schroeder (2020).

En la gráfica 1 es posible apreciar, al menos, tres etapas en cuanto a la aparición de los debates electorales en el escenario internacional: a) pionera; b) transicional, y c) adaptativa. La etapa pionera abarca de 1958 a 1974 y se caracteriza por la poca experiencia y falta de referencias internacionales al momento de organizar los debates electorales. Se trata, además, de una época fuertemente dominada por un paradigma racional en el votante que asume a los debates como un insumo informativo. Aún

más, llevar a candidatos a un cargo público a un estudio de televisión se hace sin un modelo establecido, y más en la lógica de prestar un servicio a la audiencia, en particular en los mercados de televisión europeos predominantemente monopolizados por un servicio público de radiodifusión estatal.

La etapa pionera registra los primeros esfuerzos por innovar la presentación de campañas electorales y acontece en democracias que, tras la posguerra, han alcanzado ya un cierto nivel de consolidación democrática. Tal es el caso de Suecia, Estados Unidos, Japón, Holanda, Canadá, Alemania, Nueva Zelanda, Austria y Francia. Se trata de una fase experimental motivada, en gran parte, por la relevancia que adquiere en esos años la televisión como herramienta masiva de comunicación política.

La creciente penetración de este formato de deliberación es principalmente reconocida en sistemas de radiodifusión pública europeos, e incluso en los casos de Japón con la Nippon Hioso Kokai (NHK), Canadá con la Canadian Broadcasting Corporation (CBC), y la Television New Zealand (TVZN) en el caso neozelandés como las primeras en incorporarlo a su programación como parte de su oferta de contenidos durante las campañas electorales. Es interesante notar que, salvo el caso de los Estados Unidos,

todos estos pioneros de los debates electorales parten del enfoque del servicio público de la radiodifusión interpretando un encuentro en vivo entre candidatos como una innovadora forma de rendición de cuentas y aprendizaje por parte de la ciudadanía. Es decir, esta primera fase de innovación es impulsada en su mayoría por medios de servicio público, seguida de una interpretación guiada por la rentabilidad comercial por parte de las televisoras privadas, como sucedió en el caso estadounidense.

Una segunda etapa que aquí llamamos transicional y que comprende de 1980 a 1997, se caracteriza por la búsqueda de legitimidad en gobiernos en transición democrática mediante la adopción de prácticas de comunicación institucionalizadas en otros países y generalmente asociadas con democracias funcionales. Se da también en un contexto en donde ya existe una tradición internacional en la realización de debates electorales en varios países, de los cuales se pueden replicar algunos ejercicios en condiciones locales diversas. Tal es el caso de Costa Rica, Australia, Colombia, Chile, Brasil, España, Nigeria, México, Ucrania, Taiwán y Corea del Sur.

Finalmente, la etapa adaptativa comprendida en el estudio aquí referido va de 2001 a 2016, en donde países con democracias ya consolidadas buscan refrendar la

idea de elecciones competidas y equitativas frente al electorado. Insertos ya en una creciente globalización y digitalización de las campañas electorales, los debates adquieren un tono incluso convencional al que se puede arribar si se crean los consensos necesarios para ello. No hay, digámoslo así, que descubrir el hilo negro, y basta un buen análisis de lo que ha funcionado o no en otros países para llevarlo al terreno en un plano local. A estas alturas existe ya una tradición internacional sólida en la realización de debates electorales y en la difusión de experiencias y estudios que dan cuenta de sus principales efectos en la conversación y también en los resultados electorales. Aquí entran los casos de Perú, Croacia, Irán, Reino Unido, Kenia, Argentina y Filipinas.

Esta evolución de los debates electorales se acerca a lo propuesto por autores como Anstead (2016), quien al compararlos en cuatro democracias parlamentarias (Australia, Canadá, Alemania y el Reino Unido) propone mirarlos como un fenómeno evolutivo de una especie (especiación) distinta a otras prácticas de comunicación política como las noticias, la publicidad política o el uso de las redes sociales.

Anstead (2016) cuestiona los conceptos de mediatización (Esser y Strömback, 2014) e hibridación (Chadwick, 2013)

al momento de hablar de los debates electorales como el resultado de dos tendencias, una global o internacional y otra nacional sujeta a un contexto y cultura particular. El argumento principal de Anstead (2016) radica en la etimología misma del término híbrido, pues, en sentido estricto, esta práctica hace referencia a un producto estéril incapaz de dar nuevos frutos o incluso evolucionar. Hoy los debates se han convertido en algo más que un recipiente esperando ser polinizado al encontrar en su propio contexto el material suficiente para reinventarse a expensas de lo que sucede en otros países.

Incluso en la segunda etapa de transición antes descrita, se incrementan también los cuestionamientos a paradigmas tradicionales dentro de la comunicación política, como la existencia de un complejo mediático-político (Swanson, 1997), la modernización (Swanson y Mancini) o la profesionalización (Lilleker y Negrine, 2002; Negrine, Mancini, Holtz-Bacha y Papathanassopoulos, 2007) de las campañas electorales.

La adopción de prácticas de comunicación a nivel global ha hecho de los debates electorales un importante caso de estudio en clave comparada. La visión original de Swanson y Mancini al proponer claves y conceptos para la comparación de sistemas de comunicación en distintos países es

un punto de partida útil para edificar un esquema teórico y conceptual lo suficientemente amplio para abordar el análisis de los debates electorales.

No obstante, el estudio de la comunicación política y las campañas electorales en los últimos años ha obligado a un replanteamiento al paradigma de la exportación como abordaje central en el estudio de la comunicación política. Particularmente por el surgimiento de jóvenes democracias y el viraje democrático que dieran Estados gobernados por regímenes totalitarios o democracias marginalmente funcionales como la mexicana.

Aquí cobra mayor importancia la definición de reglas claras y procedimientos independientes del poder político para la organización y realización de los debates electorales. Las políticas públicas implementadas al momento de comparar la manera en que distintos países han adaptado estas condiciones a su propia cultura política parten de la idea de que existen cada vez más referentes y lecciones de las cuales se pueden obtener buenas prácticas.

Claves para explicar la realización de un debate electoral

A estas alturas vale la pena reflexionar en torno a la aportación democrática de los debates electorales o, mejor dicho, a sus limitaciones para modificar unilateralmente y con su sola presencia la calidad democrática de un país en particular. Se ha mencionado ya que los debates electorales son el resultado de la convergencia de, al menos, tres pilares de un sistema democrático. Por un lado, un sistema de medios capaz de garantizar no sólo su producción sino la transmisión universal de estos encuentros (aunque ello no signifique imparcialidad política o autonomía frente al poder político en turno). Dos, las condiciones de competencia política electoral que garantizan un mínimo antagonismo narrativo en su presentación (sin que ello signifique necesariamente la plena inclusión de fuerzas políticas contendientes o, incluso, se traduzca en un pluralismo político real). Y, por último, un sistema electoral capaz de garantizar elecciones libres y auténticas

que, en una lectura a veces extrapolada de los efectos de los debates electorales, hagan posible el ejercicio de un voto razonado y deliberado a partir, precisamente, de estos encuentros entre quienes aspiran a ocupar un cargo de elección popular.

La gran variedad de casos que aborda el texto de Juárez-Gámiz *et al.* (2020) da cuenta de que la única constancia en el plano internacional para la realización, adopción o adaptación de prácticas, formatos e ideas, incluso para también innovar en el campo de los debates electorales es el compromiso de los principales actores que lideran los tres pilares arriba mencionados. Es muy difícil imaginar un debate electoral sin el consenso de las y los jugadores, la disposición de los medios de comunicación y el interés de la ciudadanía en participar de la conversación derivada de este tipo de ejercicios deliberativos.

El análisis comparado de la comunicación plantea el estudio de la sustancia (objetivos específicos de comunicación observados en distintos contextos a nivel macro) junto con el de un método (identificando diferencias y similitudes, siguiendo reglas previamente definidas y utilizando conceptos equivalentes); algo pensado para alcanzar el doble valor de la investigación en clave comparada tal cual como lo plantea Esser (2015); por un lado, ayudarnos

a entender mejor un fenómeno en particular y, por otro, las culturas y contexto en el que está siendo analizado. Es posible distinguir cinco objetivos concretos al momento de realizar un estudio comparado: describir diferencias y similitudes, identificar equivalentes funcionales, establecer tipologías, explicar diferencias y similitudes y, finalmente, hacer predicciones (Esser y Hanitzsch, 2013).

Estas clasificaciones orientadas a la construcción de una tipología parten de una premisa característica del encuadre cuantitativo en las ciencias sociales. Buscan reducir la complejidad del mundo para agruparla en distintas categorías que, incluso a partir de una definición clara y metodológicamente fundada, terminan por no ser mutuamente excluyentes. Las principales críticas de Bruggerman *et al.* (2014) y Norris (2009) a la tipología de sistemas de medios que ofrecen Hallin y Mancini (2004) apuntan hacia la imprecisión delimitante entre sistemas que no se ajustan con exactitud a lo que sucede en los países que forman parte de su muestra.

La descripción que cada sistema hace de las características que definen a su categoría no son exhaustivas y, como es de esperarse, terminan por someterse a la complejidad de la realidad. Algunos autores llaman a estas clasificaciones procesos de transformación, tales como

algunas interpretaciones geopolíticas como la ya mencionada americanización u otras alternativas, como la europeización, liberalización, globalización o comercialización. La idea es asumir que tanto a nivel micro como macro los sistemas de comunicación evolucionan de manera continua y que las dimensiones de tiempo-espacio son interdependientes con sistemas de valores y significados que van cambiando con el paso de los años en determinadas culturas. Los debates electorales dan cuenta precisamente de ello.

Como escenario complejo de comunicación, los debates electorales muestran múltiples puntos de inflexión o categorías a partir de las cuales se puede construir una tipología. En el caso concreto del trabajo de Juárez-Gámiz *et al.* (2020), los editores establecieron ciertas categorías que cada estudio de caso debería desarrollar en su trabajo. Podemos resumirlas aquí en ocho grandes campos decisivos en la producción y realización de un debate y, eventualmente, de la misma discusión en cuanto a los efectos que estos debates podrían tener en las actitudes del electorado hacia las y los candidatos, los temas y, eventualmente, en el comportamiento electoral.

1. Sustentabilidad financiera
2. Condiciones de transmisión y difusión
3. Formato y selección de moderadores
4. Efectos en el comportamiento electoral
5. Impacto en la agenda informativa de la campaña
6. Papel de las redes sociales y (re)transmisión multiplataforma
7. Selección de temas e invitaciones
8. Cultura política electoral

A continuación presentamos una batería de preguntas que pueden servir como un punto de partida para la operacionalización de distintas variables que, en conjunto, puedan funcionar como referencia para indagar más acerca de la forma, proceso y producción final de los debates electorales en un país y en un contexto socio-histórico determinado.

Ocho campos a considerar en la realización de un debate electoral

Campo	Conceptos	Pregunta
Sustentabilidad financiera	<p>Modelo de financiamiento</p> <p>Rentabilidad comercial</p> <p>Patrocinio</p>	<p>¿Cómo son financiados los debates electorales?</p> <p>¿Constituye el patrocinio de los debates una fuente de tensión entre los actores políticos, los medios de comunicación y la opinión pública?</p> <p>¿Hasta qué punto se pone en riesgo la realización de los debates por la falta de recursos o la ausencia de un patrocinio institucional o mediático?</p> <p>¿Qué tan transparente es el proceso de financiamiento?, ¿se trata de una empresa privada con prospectiva de un retorno de inversión o de la inversión de recursos públicos trasladando el costo de la producción a un medio público o a una institución gubernamental encargada de la producción y realización del o los debates?</p>
Transmisión y difusión	<p>Inclusión</p> <p>Universalización</p> <p>Promoción</p> <p>Accesibilidad</p>	<p>¿Cómo son transmitidos?</p> <p>¿Son los debates electorales radiodifundidos por cadenas nacionales, por un conjunto específico de patrocinadores en lo individual, y/o medios públicos o privados?</p> <p>¿La señal generada en la transmisión se encuentra disponible para todos los medios, de manera universal?</p>

Continúa...

Campo	Conceptos	Pregunta
		<p>¿Se trata de una emisión exclusiva para el(los) canal(es) participantes en su producción?</p> <p>¿Están obligados cadenas/estaciones/concesionarios a transmitir el debate en vivo?</p> <p>¿Están permitidos los bloques de publicidad durante la transmisión del debate?</p> <p>¿Cómo participan las plataformas/medios digitales en la producción y transmisión de los debates?</p> <p>¿Existen debates transmitidos exclusivamente por una plataforma digital?</p>
<p>Formato y selección de moderador</p>	<p>Enfoque hacia la audiencia</p> <p>Enfoque hacia la candidata o el candidato</p>	<p>¿Quién está a cargo de definir el formato y dinámica de los debates electorales (es decir, número de debates y moderadores, duración, horario, canal, día, locación)?</p> <p>¿Quién define los perfiles y el papel que desempeñará la moderación?</p> <p>¿Qué tanto peso tienen en la definición de estos criterios las y los candidatos y/o los partidos políticos?</p> <p>¿Cuál es la mecánica para tomar decisiones y llegar a acuerdos formales entre productores, radiodifusores, candidatas, candidatos e instituciones involucradas en el proceso?</p>

Continúa...

Campo	Conceptos	Pregunta
<p>Efectos estudiados</p>	<p>Función democrática Comportamiento electoral Actitudes hacia la política Opinión pública</p>	<p>¿Qué tanta libertad tiene la producción para definir aspectos técnicos como encuadres, ángulo de cámara, diseño del set, iluminación, etcétera?</p> <p>¿Cómo y quién decide los formatos de participación de la audiencia, auditorio o público en general (por ejemplo, <i>town hall</i>, preguntas en redes sociales, repreguntas o seguimiento por parte de la moderación)?</p> <p>¿Qué tan relevantes son los debates en cuanto al marco de acciones de comunicación político-electoral que se llevan a cabo durante las campañas?</p> <p>¿Qué tan decisivos se han considerado los debates en el pasado respecto del resultado de la elección?</p> <p>¿Cómo se ha medido el impacto de los debates en la intención de voto?</p> <p>¿Existen encuestas de opinión que realicen un <i>tracking</i> de su influencia en las preferencias electorales a lo largo de la campaña?</p> <p>¿Son estos estudios de carácter público o patrocinados por algún medio de comunicación?</p> <p>¿Se puede hablar de alguna elección que haya sido definida por lo sucedido en algún debate electoral?</p>

Continúa...

Campo	Conceptos	Pregunta
<p>Impacto en la agenda informativa de la campaña</p>	<p>Rendición de cuentas Valor informativo</p>	<p>¿Qué tan importante es para los medios de comunicación cubrir los debates electorales? ¿Qué tan relevantes son los debates como noticia? ¿Cómo describir la cobertura noticiosa previa y posterior a la transmisión de los debates electorales? ¿Se encuentran los partidos y candidatos y candidatos interesados por declararse ganadores a lo largo del ciclo de cobertura posterior a la transmisión de debates? ¿Qué tan común es el formato del "debate sobre el debate" en donde personas expertas, analistas e integrantes de los equipos de campaña intentan construir su propia narrativa de lo que pasó en el debate? ¿Qué tan informativos considera la ciudadanía a los debates electorales? ¿Se pueden catalogar los debates como un espacio de deliberación acerca de los temas y problemáticas de mayor interés para el electorado? ¿Cómo es que el creciente acceso de las redes sociales ha afectado la manera en la cual los periodistas cubren los debates antes, durante y tras su realización?</p>

Continúa...

Campo	Conceptos	Pregunta
<p>Interacción e involucramiento con las redes sociales</p>	<p>Conversación pública Inclusión Digitalización</p>	<p>¿Cómo han modificado las redes sociodigitales la manera en la cual se producen, comentan y resignifican los debates electorales? ¿Cuál es la interacción entre medios tradicionales y digitales al momento de producir, difundir y reproducir los contenidos de los debates electorales? ¿Qué función tienen los debates en un entorno digital configurado por <i>prosumidores</i> en donde los contenidos son materia prima para la producción de viñetas, memes, segmentos, parodias, <i>mash-ups</i>, etcétera? ¿Existen restricciones legales para que medios digitales puedan retransmitir los debates? ¿Cómo han aprovechado los equipos de campaña y candidatas y candidatos las redes sociales en el marco de los debates electorales? ¿Cómo se eligen los ejes temáticos de los debates?</p>
<p>Selección de temas e invitaciones</p>	<p>Tematización Equidad Transparencia</p>	<p>¿Existen esfuerzos periodísticos para verificar en tiempo real la información y datos que presentan las y los candidatos? ¿Qué criterios determinan la preparación de las preguntas que serán planteadas a lo largo del debate? ¿Cómo se garantiza un trato equitativo a todas y todos los contendientes?</p>

Continúa...

Campo	Conceptos	Pregunta
		<p>¿Son todas y todos los contendientes invitados regularmente a participar en los debates?</p> <p>¿Cuál es el criterio para invitar a las y los candidatos a los debates?</p> <p>¿Existe una figura legal para garantizar la invitación a los debates de todas y todos los candidatos oficialmente registrados?</p>
<p>Cultura política</p>	<p>Deliberación</p> <p>Argumentación</p> <p>Calidad discursiva</p> <p>Espacio público</p>	<p>¿Cómo se puede describir la actitud de las y los políticos hacia los debates y los medios de comunicación en general?</p> <p>¿Están las candidatas y los candidatos obligados por ley a participar en los debates? ¿Pueden rechazar la invitación?</p> <p>¿Cuáles han sido las consecuencias de no participar en algún debate electoral?</p> <p>¿Qué tan arraigada es la tradición para realizar periódicamente debates electorales entre medios de comunicación, candidatas, candidatos, partidos políticos y ciudadanía?</p> <p>¿De qué tanta libertad gozan las y los periodistas/moderadores y los medios para cuestionar libremente a las y los candidatos?</p> <p>¿Qué tan estricta es la prensa con las y los políticos en general?</p> <p>¿Qué tanta aceptación y seguimiento tienen los debates electorales entre la opinión pública?</p>

Esta tipología es extensa y recoge los principales aspectos que se han asociado con la compleja ecuación que da como resultado la realización de un debate electoral. Notoriamente, son la interpretación de estos procesos y la forma en la que un Estado democrático, sus medios de comunicación, candidatas, candidatos y ciudadanía, responden a cada una de estas preguntas lo que determina la forma y el fondo de los debates como producto final.

Entender los antecedentes contextuales y sistémicos que dan lugar a los debates es crucial para apreciar su función democrática y, claro está, para juzgar su pertinencia en el entorno en el que ocurren y no solamente en una apreciación binaria de presencia/ausencia para agrupar países en categorías y generar manuales de buenas prácticas. Es muy importante señalar que, en este tema particular, analizar y entender el trayecto es mucho más importante que observar el resultado final.

Una mirada adicional recae en el aspecto instrumental de los debates entendidos como una herramienta de comunicación utilizada con un fin determinado. Si existe un consenso entre las y los contendientes para debatir, si este consenso se acompaña de la colaboración de los medios de comunicación y encuentra una buena recepción por parte de la ciudadanía, quiere decir que los debates

cumplen con un rol constructivo en democracia, al menos en la lógica narrativa que da coherencia a las promesas y expectativas generadas en torno al consenso pactado entre las y los jugadores.

Aproximaciones para estudiar el efecto y la función de los debates electorales

Así como adelantamos en la sección anterior una tercera etapa, definida como adaptativa, en la evolución y adopción de los debates electorales en el plano internacional, es necesario reconocer un importante y nutrido cuerpo de investigación empírica que ha permitido refinar nuestro conocimiento no ya de cómo se organiza y qué condiciones requiere la realización de un debate electoral sino, igualmente importante, sobre cuáles son los efectos que los debates electorales tienen en la cobertura noticiosa, la conversación pública y las actitudes del electorado frente a las y los candidatos y la política. A continuación presentamos estos tres campos intentando resumir los principales hallazgos y debates que arrojan varias décadas de estudio de debates electorales.

A. Impacto de los debates en la agenda noticiosa

Diversos trabajos académicos han dado cuenta de que los debates pueden ser de gran ayuda para informar a la ciudadanía acerca de la postura de una o un candidato frente a un tema y su propia propuesta de política pública para enfrentarlo (Abramowitz, 1978; Blais y Perrella, 2008; Lemert, 1993; Lanoue, 1992). Más importante aún, los debates son espacios en donde las y los candidatos tienen poco control sobre la agenda y deben responder a preguntas de moderadores y del público de una manera rápida y reactiva (Boydston, Glazier y Pietryka, 2013).

Por tanto, los debates electorales sirven para modificar la manera en la que el público evalúa un tema y su relación con un candidato o candidata en particular (Lanoue y Schrott, 1989). Y aunque los debates no siempre tienen un impacto en el resultado electoral (Stimson, 2004), sí han sido capaces de alterar la intención de apoyo hacia una candidatura en particular (Benoit y Hansen, 2004; Benoit, Hansen y Verser, 2003; Geer, 1988; Holbrook, 1999; Lewis-Beck, Norpoth y Jacoby, 2008).

Los debates electorales son una herramienta útil no sólo para que los candidatos y las candidatas fijen temas en la agenda noticiosa de la campaña sino para que, bien ligados a su propia estrategia de campaña, los temas ahí

seleccionados sean apropiados simbólicamente por las y los candidatos. Múltiples estudios en el caso estadounidense dan cuenta de la relevancia que, por ejemplo, tiene para un candidato del Partido Republicano estar asociado con temas de seguridad nacional o combate al crimen mientras que para un candidato demócrata son más poderosos los temas como la educación, el medio ambiente, la salud pública y los programas sociales (Petrocik, 1996; Sides, 2006).

Siguiendo el trabajo de Boydston, Glazier y Pietryka (2013) es posible apreciar que las y los candidatos tienen básicamente tres estrategias para utilizar a los debates como herramienta informativa; primero, el establecimiento de una agenda noticiosa particular conocida comúnmente como el *agenda-setting* (McCombs, 2004); segundo, el encuadre narrativo que explica el significado de un tema respecto de un diagnóstico del pasado y el presente y un consecuente escenario futuro al que esa candidatura aspira; y tercero, el tono que debe guiar la conversación respecto a ese tema.

Nos referimos aquí a los debates como un escaparate de los temas que consideran más importantes de acuerdo a su propia agenda política e ideológica, pero, sobre todo, siguiendo también las inquietudes e intereses del

electorado en un momento determinado. Tan importante es hablar de un tema asociado a la trayectoria política de una candidatura como sintonizar esos temas con la coyuntura electoral y las preocupaciones de quienes irán a las urnas. En muchos casos éstos son los criterios que, en diversos países, guían la organización de los debates de acuerdo con temas específicos de conversación para dotarlos de un eje temático que ofrezca mayor coherencia y atractivo ante intereses y preocupaciones de la audiencia.

B. Implicaciones de ver los debates y seguirlos en redes sociales

La consolidación de un entorno político inmerso en la era digital ha incrementado nuestro interés por entender mejor cómo se da la adquisición de información en las campañas en un entorno multiplataforma en donde las y los televidentes han diversificado su comportamiento en línea frente a dos eventos que corren simultáneamente en paralelo, los debates y la conversación en redes sociales (Gottfried *et al.*, 2017).

Estudios sobre Twitter sugieren un incremento significativo en la atención de la audiencia cuando se transmite un programa por televisión que está siendo reportado y discutido en esta red social en lo que se ha definido como una “nueva forma de discusión interaudiencias” (Lochrie

y Coulton, 2012, p. 729), a través de interacciones en una “segunda pantalla” (Mukherjee y Jansen, 2015).

Las redes sociales son comúnmente utilizadas en correlación con otras fuentes de información (Gil de Zúñiga, Jung y Valenzuela, 2012). Algunos estudios han encontrado que éstas pueden incrementar nuestra motivación a seguir el debate de manera paralela en Twitter y televisión (Houston, McKinney, *et al.* 2013). Sin embargo, autores enfocados a explicar el funcionamiento del procesamiento de información han sostenido las limitaciones cognitivas de los seres humanos al momento de la exposición a la información por dos o más vías (Lang, 2000).

Eso significa que, en un escenario de procesamiento dual (*multitask*) como lo es ver un debate por televisión al mismo tiempo que seguimos la conversación en redes sociales como Twitter, puede tener efectos negativos a la hora de aprender más sobre las y los candidatos, sus propuestas y reacciones en vivo (Jeong y Hwang, 2012; Jeong, Hwang y Fishbein, 2010; Pool, Koolstra y Van der Voort, 2003a, 2003b; Pool, Van der Voort, Beentjes, y Koolstra, 2000; Wang *et al.*, 2012). Algo definido como *interferencia capacitaria* en donde dos o más fuentes de información compiten por recursos cognitivos (Jeong y Hwang, 2012).

En una aproximación que parecería contradecir el esfuerzo por magnificar las plataformas tecnológicas para llevar el debate al mayor número de gente posible, particularmente a aquellas audiencias menos interesadas en política, las redes sociales pueden ser un efectivo terreno para su promoción y eventual seguimiento; el problema se presenta, sostiene la investigación empírica, cuando ambas actividades, ver el debate y comentar/seguir los comentarios sobre él, podrían exigir mayores recursos cognitivos por parte de la audiencia afectando nuestra propia atención y capacidad para preservar todo lo que está sucediendo frente a nuestros ojos en tiempo real.

C. Efectos de los debates en la audiencia y los resultados electorales

Los debates son generalmente vistos por un número de ciudadanas y ciudadanos mucho mayor que cualquier otra actividad de comunicación política en las campañas electorales (Carlin, 2000). A diferencia de, por ejemplo, la publicidad política, mirar un debate es resultado de una decisión afirmativa por parte de la o el televidente y no resultado de una exposición inesperada (Althaus, 2012). Es decir, existe una disposición atencional que no aplica en el esquema de "interrupción" que caracteriza la exposición publicitaria. Más aún, también se ha demostrado que los debates electorales llegan a generar el mayor índice

de cobertura noticiosa a lo largo de toda una campaña electoral en una especie de monopolización de la conversación pública (Juárez, 2013). Recordemos que más allá de las expectativas que genera el encuentro televisado entre aspirantes a un cargo de elección popular, el debate genera una sincronía noticiosa que lleva a todas y todos los candidatos, por un par de horas, a hacer lo mismo en el mismo lugar y en interacción simultánea con sus contrincantes.

Del mismo modo, la investigación acerca del cambio de preferencias electorales a raíz de mirar un debate electoral asume, de entrada, una primera conclusión transversal, y es que los debates, más que cambiar intenciones de voto o actitudes hacia las y los candidatos, permiten confirmar las predisposiciones que el propio televidente guarda frente a ellos. Es decir, los debates sirven para validar preconcepciones identitarias en la o el televidente más que en persuadirlo de cambiar de opinión (Sierra Rodríguez, 2015).

Por ejemplo, Jamieson y Birdsell (1988) concluyeron que “los debates no convierten a los partisanos de un lado a otro con frecuencia” (p. 161). Por ello, los debates electorales son generalmente vistos como una oportunidad para que una candidata o un candidato refrende sus vínculos de apoyo con la base electoral que le sigue. Es así que

investigación empírica enfocada en el estudio de la persuasión ha concluido que al momento de estar expuestas a un mensaje político, las personas tienden a procesar la información de manera selectiva y a compararla con su propia experiencia de vida y valores preestablecidos (Marcus, Neuman y MacKuen, 2000).

A ello se suma la teoría funcionalista de Benoit, Blaney y Pier (1998) que propone la tesis de que, al momento de tomar una decisión político-electoral, la ciudadanía basa su criterio tanto en las políticas públicas como en el carácter de las candidatas y los candidatos. De hecho, ese carácter suele desagregarse en dos dimensiones: personalidad y competencia (liderazgo). Y es aquí en donde los debates juegan un papel fundamental, pues combinan ambas características en un solo evento audiovisual a partir del cual se pueden hacer juicios en torno a la capacidad profesional de una o un candidato, así como a su propia personalidad. Ello propicia que los debates electorales sirvan también para incrementar la confianza de las personas votantes en sus propias decisiones, reforzando a su base y previniendo cambios de bando (Benoit, McKinney y Holbert, 2001). Lo anterior está directamente asociado con el aumento de la participación electoral en votantes que apoyan a una candidata o candidato en particular tras verlos debatir por televisión.

En síntesis, no existe evidencia en la literatura especializada en el tema, más allá de algún caso aislado, de que los debates sean eventos decisivos en el resultado de una elección. En todo caso pueden ayudar a posicionar temas en la agenda de los medios, a reforzar una intención de voto previamente existente, a evaluar el desempeño y personalidad de las y los candidatas, así como a motivar a las personas a acudir a las urnas el día de la elección. En sí mismos, estos cuatro elementos son lo suficientemente poderosos para reforzar la idea de que los debates cumplen una función relevante en los procesos electorales.

Si partimos de la premisa de que su sola presencia en las campañas no es garantía de una democracia responsable y funcional, me parece necesario proponer que es más deseable su inclusión en la deliberación pública que su ausencia. Sobre todo en aquellos casos en donde las oportunidades para acceder a los medios de comunicación se presentan de manera inequitativa entre el partido en el poder y la oposición. Tal es el caso de México, en donde podemos analizar de cerca el ciclo de cambio y continuidad en el ámbito de la competencia electoral. De igual forma, es posible apreciar aquí la evolución de los procesos de comunicación política en las últimas décadas como un interesante caso para el estudio de los debates electorales en democracias transicionales. En el siguiente

apartado haremos un análisis del caso mexicano tomando en consideración varios de los conceptos que se han desarrollado hasta el momento.

Los debates electorales en México, de la condescendencia a la innovación

Hemos dicho ya que la producción de debates electorales ocurre en un punto de intersección entre varios sistemas interconectados. Me refiero a 1) los medios de comunicación; 2) las condiciones político-electorales que rigen la competencia por acceder al poder político; 3) la cultura política, y 4) la participación de la ciudadanía en los asuntos públicos. Las variantes en el tiempo de estos cuatro conjuntos dan forma y también fondo a la manera en la cual las y los candidatos debaten entre sí de cara a la ciudadanía. Y también cuando deciden no hacerlo.

Al igual que muchos otros países, en el segundo momento de la aparición de los debates en el plano internacional definido páginas atrás como transicional, México inicia su experiencia en la realización de debates electorales a principios de la década de los noventa durante la campaña presidencial de 1994. En ese año el país iría a las

urnas con un sistema electoral prácticamente renovado mediante la creación, en 1990, de un órgano autónomo, el Instituto Federal Electoral (IFE), encargado de organizar las elecciones federales.

El principal objetivo del Estado mexicano en ese momento era dotar nuevamente de legitimidad a las elecciones en el país y así revertir el profundo descrédito causado por el cuestionado desenlace de la elección presidencial de 1988 en donde el frente opositor acusó de fraude a la Comisión Federal Electoral, entonces dependiente de la Secretaría de Gobernación cuyo titular era Manuel Bartlett, tras la célebre “caída del sistema” la noche de la elección.

El debate presidencial de 1994, en el que únicamente participaron los candidatos de las tres principales fuerzas políticas, a saber, Ernesto Zedillo por el PRI, Diego Fernández de Cevallos por el PAN y Cuauhtémoc Cárdenas por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), buscaba ofrecer una breve pero emblemática e innovadora muestra de equidad en una elección a todas luces desigual en cuanto al financiamiento de los partidos que contendían y al abismal acceso a los medios de comunicación entre el candidato del partido en el poder, el PRI, y sus contrincantes (Trejo, 2000).

Es así como los principales medios de comunicación radiodifundida, organizados en torno a la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) proponen organizar el primer debate electoral que sería moderado en televisión nacional por la periodista Mayte Noriega. Sin una participación directa en su producción por parte del IFE, el primer debate presidencial organizado por la CIRT ofrecía un acontecimiento a todas luces inédito en el momento en el que se encontraba la joven democracia mexicana.

Es posible afirmar que el debate de 1994 significó un parteaguas en las campañas electorales en México. Por primera vez los tres principales contendientes por la presidencia de la República se reunieron de manera simultánea en un estudio de televisión para presentar a la ciudadanía su proyecto de gobierno y, al mismo tiempo, cuestionar la legitimidad y viabilidad de sus contrincantes. Distintos análisis de este inédito encuentro identifican a Fernández de Cevallos (PAN) como el candidato que mejor desempeño tuvo en el debate (Regalado, 1994; Pérez Dámaso, 2014; Díaz Jiménez, 2015; Juárez, 2020).

A pesar de la rigidez del formato y del tratamiento protocolario hacia los tres candidatos -más apegado a los cánones deferenciales de la televisión mexicana que a la dinámica horizontal e inquisitiva del periodismo crítico- el

candidato panista logró un claro impulso a sus aspiraciones, pues los sondeos de opinión publicados tras el encuentro mostraban un incremento en la intención de voto hacia su persona. La posibilidad de un segundo debate quedó pronto cancelada por la CIRT, y la propia campaña del aspirante panista registró una baja significativa en su actividad e ímpetu, por lo que la ventaja obtenida en el debate se diluyó pronto.

La expectativa del encuentro, sin embargo, quedó a deber en dos rubros importantes; en primer lugar, al disminuido valor comunicacional del debate, entendido éste como un espacio de intercambio de ideas e información para orientar el voto de la ciudadanía. Muy poco de lo dicho allí representaba información novedosa y, en todo caso, la deliberación en torno a las afirmaciones, propuestas, juicios e ideas de los candidatos fue limitada. En lugar de debatir, los candidatos hicieron presentaciones intercaladas de sus propuestas. La interacción entre ellos fue prácticamente nula, aunque ni en la moderación ni en los tiempos asignados a cada uno se percibió inequidad o sesgo por parte de la producción. Más que un debate entre candidatos se trató de una presentación por tandas de distintos proyectos de país (Echeverría, 2019).

En segundo lugar, tras acordar la realización de un solo debate entre los tres punteros, la CIRT excluyó de manera deliberada a otros seis candidatos registrados para competir en la contienda. Ello derivó en fuertes críticas hacia las televisoras por haber violentado el principio de equidad al negarle la oportunidad de participar a candidatos que, si bien registraban una baja intención de voto en las encuestas, hubieran podido verse beneficiados por la exposición mediática que conlleva un debate televisivo, particularmente en un entorno de comunicación política estructuralmente sesgado a favor del partido en el poder, y en donde, además, la televisión constituía el principal escaparate para que un candidato se presentara ante una audiencia masiva en una era marcadamente predigital.

De acuerdo con la bien documentada cercanía entre la industria de la radio y la televisión y el poder político en México, adoptando la lógica de un sistema de medios definido por Márquez y Guerrero (2014) como un modelo liberal capturado, es posible advertir en este primer debate un acuerdo entre la clase política dominante y la CIRT para que se diera un encuentro terso y sin gran exigencia deliberativa hacia y entre los participantes. Al analizar el contenido del debate se puede constatar un formato diseñado primordialmente para evitar la confrontación directa entre candidatos al tiempo que se anula cualquier

posibilidad de cuestionamiento periodístico de parte de la moderadora respecto a la viabilidad de las propuestas o la precisión de sus diagnósticos respecto del país y la trayectoria profesional de los candidatos (Regalado, 1994).

En otras palabras, el debate presidencial de 1994 cumplía satisfactoriamente con el objetivo de simular una campaña competida en un plano mínimo de equidad y estabilidad política. Particularmente en un año convulso para la democracia mexicana que, tras el levantamiento zapatista el 1º de enero y el asesinato del candidato oficial, Luis Donaldo Colosio, el 23 de marzo, necesitaba garantizar una sucesión tan legítima como pacífica. Qué mejor manera de transmitir al mundo una imagen de competitividad electoral que un debate televisado entre los candidatos de las tres grandes fuerzas políticas representadas en el Congreso de la Unión.

A pesar de la utilidad política que tenía la organización de un debate presidencial para el gobierno saliente de Carlos Salinas de Gortari, el debate de aquel año significó también una importante carta de negociación para que la oposición insistiera en la realización de este tipo de encuentros en elecciones por venir. Ello elevaría significativamente el costo de no realizar debates en las siguientes elecciones presidenciales del año 2000 y, a la larga, demostraría que

la rentabilidad política de realizar un evento de esta naturaleza era compartida por todos los partidos políticos. Restaría constatar si la ciudadanía obtenía también algún beneficio democrático al incluir a los debates en el nuevo entorno de las campañas electorales en el país.

Esta doble cláusula, el compromiso adquirido frente a la ciudadanía para organizar un debate entre los aspirantes a la presidencia y la necesidad de mantener un bajo riesgo minimizando la exigencia hacia los candidatos a ser cuestionados o evitando la posibilidad de ser ridiculizados en pantalla, parecería ser la principal razón para que en la elección presidencial del 2000 fuera nuevamente la CIRT quien se encargara de la organización de los dos debates presidenciales.

La elección presidencial del 2000, a diferencia de la de 1994, comenzó de manera muy anticipada al igual que la campaña misma. México no contaba aún con una legislación electoral que estableciera con claridad el inicio de las campañas electorales, y desde mediados de 1999 el entonces gobernador de Guanajuato, Vicente Fox (PAN), comenzó a organizar su propio comité de acción política para recabar financiamiento y apoyos para hacerse de la candidatura panista (Díaz Jiménez, 2015). Hacia finales de 1999 era muy claro que los debates presidenciales

constituían una de las principales demandas de los candidatos de oposición y una importante oportunidad para posicionarse frente al electorado. A Fox se le sumaba Cuauhtémoc Cárdenas (PRD), quien renunciaría el mismo año a su cargo como jefe de gobierno de la Ciudad de México en un contexto político electoral en donde, por primera vez en la historia democrática del país, el PRI y su entonces candidato Francisco Labastida no partían como favoritos para ganar la elección.

De entrada, a diferencia de 1994, la CIRT organizó el 25 de abril un primer debate al que fueron invitados todos los candidatos registrados para competir en la elección presidencial. A los tres ya mencionados se sumaron Manuel Camacho, del Partido de Centro Democrático (PCD), Porfirio Muñoz Ledo, del Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM), y Gilberto Rincón Gallardo, del Partido Democracia Social (PDS). La moderación estuvo nuevamente a cargo de la periodista Mayte Noriega y, así como en 1994, su papel se limitó a organizar la participación de los contendientes dentro de una estricta escaleta de tiempos de participación distribuidos de manera igualitaria (Trejo, 2000).

La CIRT fue la encargada de definir los aspectos técnicos del debate y encabezó la negociación con los equipos de

campaña de los candidatos para acordar y sortear turnos de intervención y temas a desarrollar por éstos. A pesar de compartir prácticamente el mismo formato empleado en 1994, el debate generó múltiples reacciones espontáneas por parte de los candidatos que repercutieron significativamente en la agenda informativa y que, tal como algunos estudios posteriores lo han retomado (Juárez, 2020), implicaron una importante disminución en la ventaja de cinco puntos porcentuales que mantenía el candidato del partido oficial para ubicarlo en un segundo lugar, tres puntos detrás de Vicente Fox (Beltrán, 2007; Lawson, 2004; Lawson y McCann, 2005).

Días después, los tres punteros coincidirían en un encuentro completamente inédito en la política mexicana cuando convocaron a una rueda de prensa conjunta en la casa de campaña del candidato perredista. A ella invitaron al entonces presidente de la CIRT, Joaquín Vargas Guajardo, con el objetivo de negociar una fecha para el nuevo debate presidencial. Impulsado por la ventaja obtenida tras el primer debate, Fox insistía en la realización del debate ese mismo día, aunque Labastida y Cárdenas cuestionaban la ausencia de confirmación por parte de Televisa para asegurar su transmisión (Trejo, 2000).

Ante la insistencia de Vicente Fox por esperar un fax con la confirmación de la televisora, sus contrincantes decidieron levantarse de la mesa declarando que no existían condiciones para debatir ese día. El debate se llevó a cabo tres días después, sin embargo, el episodio dejaría en evidencia la agenda política de Televisa para incidir directamente en la difusión del debate e imponer su derecho por determinar las condiciones en las cuales los candidatos podrían debatir. La injerencia de Televisa hacía constar la tensión con el poder político y ponía en riesgo la realización de los debates electorales (Trejo, 2000).

El segundo debate, moderado por Ricardo Rocha, introdujo un diseño del set en donde los tres candidatos punteros aparecían sentados en torno a un escritorio. Al igual que en los encuentros anteriores, la posibilidad de repreguntar o solicitar alguna precisión a lo dicho por los candidatos era limitada. Lo mismo en el caso de los intercambios entre candidatos, quienes, incluso por el diseño del set, no miraban ni a sus oponentes ni al moderador al momento de intervenir sino directamente a su correspondiente cámara.

De acuerdo con Greene (2015), en democracias en transición los partidos de oposición son los principales beneficiados por la exposición pública que otorgan los debates electorales, y el caso mexicano, al menos en el 2000, no fue

la excepción. El episodio más memorable de los debates de ese año fue la desafortunada intervención de Francisco Labastida (PRI) al mencionar ante las cámaras todos los epítetos con los que Vicente Fox lo había insultado en el pasado y el revire del panista, en su turno, al declarar que a él se le podría quitar lo majadero, pero que a los priistas no se les quitaría lo mañosos. Una muestra de que lo insustancial puede ser más fácil de recordar para la audiencia y de que son pocas pero importantes las oportunidades para que un candidato aproveche el debate para capitalizar alguna falla en su oponente y traducirla en su propia ganancia.

El logro principal de los debates presidenciales del 2000 fue no solamente darle continuidad a esta práctica, sino sembrar la idea entre los candidatos de que los debates importan y pueden ser valiosas oportunidades para posicionarse ante un número considerable de espectadores. Para el público, sin embargo, quedaría el sinsabor de que su formato limitaba la deliberación al tiempo que facilitaba que los candidatos se centraran más en la autopromoción de sus campañas que en el intercambio de ideas con sus contrincantes.

El desaguisado con la CIRT y el regateo con Televisa para retrasar la realización del segundo debate reclamarían un

mayor involucramiento en el futuro por parte de la autoridad electoral, el entonces Instituto Federal Electoral. Para las elecciones presidenciales de 2006 existía un amplio consenso entre las y los contendientes de que todos los candidatos deberían estar invitados a los debates, dejando atrás la idea de hacer distinciones entre los aspirantes a partir de los sondeos de opinión e intención de voto.

Para esta elección el IFE y la CIRT propusieron nuevamente a los candidatos un formato basado en los mismos criterios de procurar las estrategias y demandas de los candidatos por encima del valor informativo para la audiencia. Con el antecedente de dos elecciones presidenciales, los debates de 2006 continuaban generando expectativas por parte de la ciudadanía. A pesar de haber quedado a deber, era claro que los debates presidenciales alcanzaban un importante número de audiencia y lograban posicionar diversos temas en la cobertura noticiosa. El entorno para su realización era favorable pues los debates ya eran vistos como un espacio necesario para la deliberación, aunque todavía insuficiente respecto al valor informativo para el televidente.

La elección de 2006 pasaría a la historia como una campaña emblemática por varias razones. Primero, por el contexto adverso que se había construido a lo largo de 2005 con el desafuero de Andrés Manuel López Obrador,

puntero en las encuestas y favorito para ganar la elección al iniciar la campaña. En segundo lugar, por la permanente intromisión en el proceso electoral por parte del entonces presidente Vicente Fox que poco ayudó para aminorar los ánimos de una campaña que sorprendió por su alta negatividad. Tercero, el papel arbitrario que jugaron las televisoras mediante la venta de publicidad política a precios diferenciados entre los partidos políticos. Cuarto, por el escaso margen de votos con el que terminaría ganando la elección el candidato de Acción Nacional, Felipe Calderón. Y, por último, a un ineficiente manejo en la comunicación por parte del entonces presidente del Consejo General del IFE, Luis Carlos Ugalde, quien, forzado por un acuerdo previo del Consejo, se ató las manos para dar a conocer la misma noche de la jornada electoral las tendencias de votación al traslaparse en el conteo rápido los rangos entre el primero y el segundo lugar en una elección tan cerrada. Ello dejó abierta la puerta para la especulación y la desconfianza. Todos estos factores derivaron en un conflicto postelectoral nunca antes visto en el país.

En cuanto al aspecto concreto de los debates presidenciales, era de esperarse que el contexto inhibiera la posibilidad de grandes innovaciones aun a pesar de la experiencia ya adquirida en los últimos años (Echeverría, 2008). Si en ocasiones anteriores la principal queja de los

partidos de oposición era la exclusión deliberada de sus candidatos a estos encuentros, en 2006 fue el candidato puntero, Andrés Manuel López Obrador, quien decidió no aceptar la invitación del IFE al primero de dos debates. El argumento del candidato era que su condición de favorito lo haría blanco de los ataques de sus contrincantes. La producción acordó, presionada por los demás asistentes, que en el escenario debería aparecer el podio vacío del candidato perredista, de tal suerte que fuera evidente ante la audiencia que había sido él quien decidió no participar. A esta ausencia hizo referencia la moderadora en turno, Guadalupe Juárez, al presentar al auditorio a los candidatos en este primer encuentro. Y a ello también se refirieron repetidamente los demás candidatos durante y después del debate, criticando, en una campaña particularmente negativa hacia el puntero en las encuestas, su aparente falta de compromiso e interés por debatir de cara a la ciudadanía a pesar de llevar ventaja a sus oponentes y, con ello, capitalizar la ausencia del candidato perredista en el debate (Pérez Dámaso, 2014).

De acuerdo con Juárez-Gámiz (2020), la participación de la CIRT como productora (1994, 2000) y coproductora (2006) de los debates presidenciales dejó lecciones positivas y también desfavorables. Por un lado, se formalizó la idea de transmitir los debates de manera gratuita y permitiendo

que su señal fuera retomada por otros concesionarios favoreciendo una difusión universal a lo largo del país. Del mismo modo, habiendo tomado cartas en el aspecto de equidad, los debates terminaron por fijar la idea entre la audiencia de que todas y todos los candidatos registrados debían ser invitados a participar.

En una lectura más crítica, sin embargo, el papel preponderante de la CIRT en la definición de los formatos y moderación de los debates de 1994 a la fecha constató la poca intención por parte de los partidos políticos, el gobierno y los concesionarios de la televisión, por generar verdaderos espacios de contraste de ideas. Los incentivos para innovar eran muy limitados, al tiempo que los riesgos ante un mal desempeño en el debate, por más cuidado que estuviese, iban en aumento en un contexto electoral marcado ya no solamente por la alternancia sino por una creciente disminución en la identidad partidista de la sociedad mexicana y una fragmentación electoral cada vez mayor (Moreno, 2018). Los debates, como piezas de comunicación e información ciudadana para la toma de decisiones electorales, habían alcanzado cierta madurez. Aunque, lamentablemente, esa madurez también sería resultado de una evolución incipiente y monótona (Echeverría, 2008).

Tras el conflicto postelectoral de 2006, uno de los aspectos más criticados por la sociedad mexicana y los actores políticos fue la intromisión de las televisoras en la contienda. La venta de publicidad política en radio y televisión a precios diferenciados entre candidatos y el gasto de millones de pesos del erario público para la compra de tiempo aire derivaron en una reforma electoral que, a partir de 2008, cortó de tajo la posibilidad de comprar o adquirir espacios en radio y televisión tanto para candidatos como para cualquier grupo de interés político antes, durante y después de las campañas electorales (Juárez-Gámiz y Arellano, 2017). Ello significó la salida de la CIRT del escenario de los debates electorales y la incorporación en la ley electoral de la obligación del Instituto Federal Electoral de producir, al menos, dos debates presidenciales cada seis años.

Bajo ese marco legal, el IFE encaró la elección presidencial de 2012 cargando aún con parte del desprestigio que dejara el desenlace de la elección presidencial seis años atrás. Desafortunadamente, las expectativas creadas en torno a los primeros debates producidos formalmente por una autoridad electoral autónoma se ahogarían en formatos enmarañados por reglas de participación totalmente predecibles (Vásquez Muñoz, 2017). Nuevamente, la audiencia sería testigo de un mosaico de promocionales

entre los cuatro aspirantes a la presidencia aquel año: Enrique Peña Nieto (PRI), Andrés Manuel López Obrador (PRD), Josefina Vázquez Mota (PAN) y Gabriel Quadri de la Torre (Partido Nueva Alianza, Panal).

México llegaba a su cuarta elección presidencial en la que se organizaban debates presidenciales entre los aspirantes al cargo político más importante en el país. Como hemos señalado a lo largo de este trabajo, la realización de los debates electorales es el resultado de una compleja ecuación en donde se juegan múltiples intereses, y 2012 no sería la excepción. La autoridad electoral debía organizar al menos dos debates e instaló para ello una comisión especial para definir y aprobar con la anuencia de los representantes de la y los candidatos todos los detalles técnicos que involucraba la producción del programa (IFE, 2013). Ninguno de ellos pudo llamarse excluida o excluido de las negociaciones y múltiples demandas, en ocasiones insignificantes; exigencias logísticas fueron concedidas reiteradamente por la autoridad electoral.

Este sometimiento a las condiciones e intereses de los candidatos quedó perfectamente registrado en el *Libro Blanco del Proceso Electoral 2011-2012* (IFE, 2013):

Para el Proceso Electoral Federal 2011-2012, y con el objeto de cumplir con toda formalidad con su obligación, el IFE dejó en manos de los partidos políticos y coaliciones los acuerdos fundamentales sobre la fecha, lugar, hora, formato y reglas de los debates presidenciales a que refiere el artículo 70 del COFIPE¹ (p. 131).

A pesar de instalar una mesa de expertos provenientes de distintas universidades, las sugerencias y propuestas para agilizar y darle nueva vida al acartonado formato de debate al que estaba acostumbrada la sociedad mexicana se estrellaron en la resistencia de los representantes de los candidatos y en la inercia burocrática que caracterizó el trabajo de los consejeros que integraban esa Comisión. Los dos debates presidenciales de 2012 pasarían a la historia por las peores razones posibles. El primero, por la aparición sorpresiva de una edecán que, en complicidad con el equipo de producción encargado de la realización del programa, utilizaría el debate como pasarela de modas lesionando, aún más, la ya de por sí maltrecha credibilidad del IFE en esta materia. El segundo, por evidenciar el esfuerzo que partidos y candidatos harían para sabotear cualquier esfuerzo de deliberación y exigencia periodística a sus intervenciones, asfixiando posibles intercambios en

¹ Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales [N. del e.].

un formato obsesionado con la igualdad de tiempos y un incomprensible esquema de participación que, literalmente, hacía de los primeros quince minutos del debate un galimatías que logró confundir tanto al propio moderador, en esta ocasión el periodista Javier Solórzano, como a la y los candidatas.

Semanas después de la realización del segundo debate, por primera vez un grupo independiente agrupado en torno al movimiento de estudiantes conocido como #YoSoy132, convocó a los cuatro aspirantes a un debate que sería transmitido por vía digital desde las instalaciones de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal. El movimiento estudiantil tenía un claro sello antiPRIista y acusaba a Enrique Peña Nieto de ser el candidato de Televisa. El candidato del PRI, para ese entonces puntero en las encuestas, declinó la invitación y, a pesar de la asistencia de sus tres contrincantes, el debate no logró el impacto esperado por los organizadores, aunque abrió la puerta a la convocatoria alternativa de encuentros de esta naturaleza al margen de la autoridad electoral y las televisoras.

En 2012 el IFE renunció a la posibilidad de modificar los formatos a pesar de contar con la autonomía presupuestal y legal para hacerlo. Se privilegió con ello conciliar con los

partidos y adoptar los requerimientos de sus candidatos. El resultado fue un debate incoloro y acartonado que, al menos en este frente, disipó la tensión permanente que en México caracteriza la relación entre la institución encargada de organizar las elecciones y los competidores (Echeverría y Chong, 2013). A pesar del bajo desempeño de los cuatro contendientes y valores de producción centrados todavía en minimizar riesgos para la y los candidatos, los debates organizados por el IFE en 2012 lograrían, al menos, consolidar la presencia de este formato en el paisaje de la elección presidencial.

Hasta el momento hemos definido a los debates electorales como encuentros televisados en donde al menos dos aspirantes al mismo cargo de elección popular se encuentran frente a las cámaras para deliberar en torno a temas de interés público en el marco de una campaña electoral. Es importante señalar aquí que existe, por supuesto, una larga tradición periodística a nivel internacional para que un medio de comunicación convoque a un encuentro de esta naturaleza en algo parecido a un duelo discursivo bajo la moderación de un periodista prestigiado. Esto es muy común en el caso alemán, en donde el gran número de candidatos que llegan a competir por un cargo hace de los debates un elefante comunicacional, propiciando la

creación de formatos más ágiles en donde se enfrentan, cara a cara, las dos candidaturas con mayor simpatía entre el electorado (Holtz-Bacha, 2020). También hay formatos, como sucede en Gran Bretaña, en donde se invita por rondas a los candidatos a debatir no entre ellos, pero sí con una audiencia crítica y participativa como ocurre desde hace décadas en el emblemático programa *Question Time* de la BBC en Gran Bretaña.

En México este tipo de duelos o debates a modo, particularmente en el caso de candidatos a la presidencia, ha sido prácticamente inexistente. Los hay, claro está, en donde personajes de la política, congresistas, presidentes de partido, aspirantes a una candidatura, o los candidatos mismos, acuden a un medio de comunicación para debatir en torno a una mesa de análisis o una entrevista colectiva con varios comunicadores. Hasta la elección presidencial de 2006 este tipo de invitaciones a candidatas y candidatos era inusual. Hemos mencionado ya que la reforma electoral de 2007-2008 prohibía la compra o adquisición de espacios en radio y televisión para una o un candidato. Como sucedió con muchos otros formatos ilegales como el producto integrado *-product placement-* (menciones pagadas a favor de un partido político o candidato), los debates entre candidatos organizados por estaciones

de radio o programas de televisión pronto cayeron en la lógica litigiosa que predomina en un contexto electoral sobrerregulado como el mexicano.

Fueron emblemáticos los casos de emisoras de radio sancionadas por realizar lo que el propio Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación consideró como adquisición indebida de tiempo aire por tratarse, en algunos casos, de simulaciones para propiciar “debates a modo” en donde no se invitaba a la totalidad de candidatos y candidatas y el espacio era en realidad procurado para favorecer la exposición de sólo una o uno de ellos. Esto es, una perspectiva letrista al momento de interpretar la ley y la alevosía de algunas frecuencias de radio locales que consideraron una buena idea pactar con un candidato un espacio encubierto de promoción individual, terminaron en criterios jurisdiccionales que fueron usados por las grandes cadenas como un pretexto para no organizar debate alguno por temor a ser sancionados por la autoridad electoral.

Mencionamos esto aquí pues en 2018 surgió nuevamente la discusión acerca de la posibilidad legal para un medio de comunicación de organizar un debate entre aspirantes (en cualquiera de los formatos descritos arriba) en periodo de intercampaña –así se definió al lapso entre la

conclusión de las precampañas y el arranque formal de los 90 días de campaña que marca la ley-. Habiendo iniciado con una notoria ventaja en los sondeos de intención de voto, el ahora candidato de Morena, Andrés Manuel López Obrador, fue retado a debatir por varios de sus contendientes en programas de radio y televisión en el periodo previo al inicio de las campañas. Tomando en cuenta los antecedentes del caso, Morena consultó al Instituto Nacional Electoral (INE) si era posible realizar este tipo de ejercicios de debate sin que su candidato estuviera expuesto a una sanción por actos anticipados de campaña y, eventualmente, pudiera serle negado el registro para competir en la elección. La pregunta central de su consulta era: "¿Cuál es el límite de la participación que los candidatos electos por los partidos políticos o coaliciones pueden tener en los medios de comunicación como radio, televisión y redes sociales, en el marco de posibles debates, entrevistas, mesas redondas?"

Ante ello el INE se pronunció a través de un acuerdo aprobado en el Consejo General aclarando que, efectivamente, no existía una reglamentación secundaria que aclarara con precisión la participación de las candidatas y los candidatos en debates organizados por algún medio de comunicación. Básicamente lo que el INE sostuvo antes de que iniciaran las campañas electorales de 2018 fue

que las y los candidatos podrían: primero, dar entrevistas a los medios de comunicación para plantear posiciones sobre temas de interés público, absteniéndose de llamar al voto a su favor o en contra de sus oponentes o a presentar su plataforma electoral. Segundo, participar en mesas redondas o de análisis en donde **no** participara más de una o un candidato. Y, finalmente, que los debates, entendidos conforme a su regulación en la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, únicamente podrían realizarse en el periodo de campaña, por lo que debía concluirse que no podrían llevarse a cabo esta clase de eventos en periodo de intercampaña (Espinosa, 2018).

El acuerdo fue impugnado ante el Tribunal Electoral de Poder Judicial de la Federación por la CIRT, el candidato del PRI y Televisa, que sostenían que el INE no podía regular en la materia y que, para mayor certeza, fuera el Tribunal quien fijara los criterios de participación de las y los precandidatos durante este periodo. El Tribunal consideró finalmente que el *ejercicio de reflexión* del INE no era vinculante aunque sí podría desmotivar a los medios a organizar debates, y a las y los candidatos, a participar en ellos. Con ello refrendó la disposición a que siempre y cuando los medios organizadores convocaran de manera fehaciente a todas y todos los precandidatos, podrían organizar debates, mesas redondas, entrevistas y demás

formatos de comunicación mientras las y los candidatos se abstuvieran de llamar al voto al auditorio.

El episodio es ilustrativo de la confusión que llega a generar un sistema electoral sobrerregulado como el mexicano. En este caso en particular, era claro advertir que Morena y su candidato no tenían interés alguno por debatir con sus contrincantes, dada su ventaja en las encuestas más allá de los debates que por ley organizaría el INE durante la campaña. Del mismo modo, era de esperarse que el candidato en desventaja buscara aumentar sus posibilidades de exposición en este tipo de encuentros. Al final, los únicos debates que acontecieron en la intercampaña de 2018 fueron los de especialistas en materia electoral y comunicadores acerca de si debía o no haber debates. Un galimatías muy característico del sistema electoral mexicano.

Para ese entonces, el INE ya se había planteado la necesidad de marcar un distanciamiento con el pasado en cuanto a la organización de los debates electorales que sí estaban bajo su responsabilidad. El primer y más importante acuerdo al interior de la autoridad electoral era que, a diferencia del pasado, el INE debía tomar la iniciativa para flexibilizar los formatos y asignarle un mayor papel al rol de la moderación. Lo mismo en cuanto a las definiciones

logísticas de fecha y horario, e incluso en la definición de las locaciones en donde los debates se realizarían. Para ello, el INE reformó su propio reglamento de elecciones con el único propósito de acordar estos criterios antes de que fuera instalada la mesa de representantes de las y los candidatos que, en el pasado, había terminado por asumir como suya la responsabilidad de tomar estas decisiones.

La posición del Instituto ante los debates presidenciales fue llegar a la fase de negociación con los candidatos habiendo aprobado ya un marco de acción que significara un rompimiento con la tradición de procurar los intereses de los partidos políticos y sus candidatos para, en cambio, tomar en cuenta el deseo de la ciudadanía por mirar otro tipo de acontecimientos. De ahí que podamos resumir en cinco puntos las acciones favorables en las que el INE innovó en 2018 (Juárez-Gámiz, 2020; Islas, 2020) y también aquellos aspectos en donde los debates tienen que mejorar en un aspecto deliberativo y distanciarse de la lógica mediática centrada en el conflicto (Echeverría, 2019; Islas, 2020).

Primero, poner por delante el interés público y concebir a los debates como un espacio que debía ser útil para la reflexión y deliberación de la ciudadanía. Ello implicaba

romper con la tradición instaurada desde 1994 de que los debates presidenciales deberían ser espacios de promoción para los contendientes en un entorno de seguridad y poca exigencia deliberativa. Se trataba de no ponerlos en riesgo o buscar lastimar su imagen, sino propiciar una mayor exigencia a sus intervenciones atendiendo al interés de la audiencia por conocer más sobre sus proyectos e ideas, incluso retando sus afirmaciones o juicios de valor.

Segundo, incorporar una hasta ahora ausente noción de periodismo al momento de increpar a las candidatas y los candidatos y presentarle a la audiencia el contexto y marco de referencia que conlleva un ejercicio periodístico por parte de la moderación. Por ejemplo, fue la primera ocasión en la que se invitó a moderar a más de un periodista a la vez, dándoles la oportunidad y responsabilidad de repreguntar, solicitar explicación o incluso interrumpir a una o un candidato en caso de que éste no atendiera las preguntas de sus contrincantes o de la moderación.

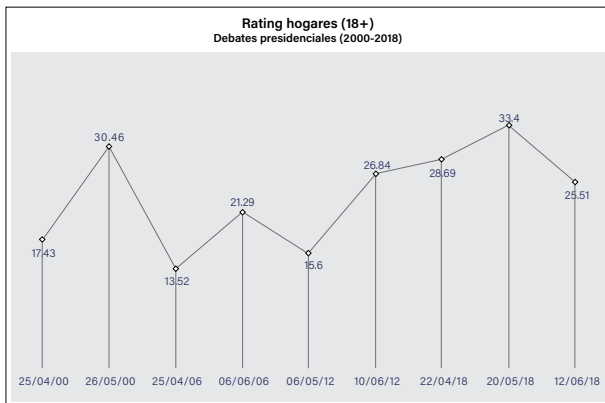
Tercero, innovar en los formatos como la introducción por primera vez en México de un formato denominado *Town Hall* (asamblea pública) en donde participaría un grupo de ciudadanas y ciudadanos en el set para preguntarle directamente a la y los candidatos sobre distintos aspectos

de política pública. Tal sería el caso del debate realizado en Tijuana en el gimnasio de la Universidad Autónoma de Baja California adaptado para tal efecto.

Cuarto, privilegiar valores de producción en los que las y los televidentes pudieran seguir las reacciones de las y los candidatos y, en estricto sentido, aprovechara las ventajas del lenguaje televisivo hasta ahora replegado a tomas fijas y cortes de cámara de una o un candidato a otro. La idea era que, sin perder la seriedad que ameritaba el debate, la audiencia pudiera observar un debate más cercano a los cánones de producción televisiva a los que está acostumbrada, en lugar de sintonizar un programa más cercano a la dinámica audiovisual de finales de los años noventa.

Por último, se trataba también de maximizar la conversación pública apoyándose en plataformas digitales como YouTube (llegando a más de 4.1 millones de reproducciones) y en la transmisión en vivo en redes sociales como Facebook (con 11.9 millones de transmisiones) o Twitter (con más de tres millones de visualizaciones). Eso se potenció con la incorporación de las inquietudes planteadas por la sociedad a través de las redes sociales días antes de iniciado el tercer debate en la ciudad de Mérida.

Gráfica 2



Base de datos: Rating hogares en 28 ciudades para televidentes 18+.

Fuente: Elaboración propia a partir de información pública obtenida a través del Instituto Nacional Electoral, provista por Nielsen-IBOPE México.

Como se puede apreciar en la gráfica 2, el seguimiento de los debates por televisión alcanzaría sus niveles más altos en 2018 cumpliendo con el propósito de convocar el interés y la atención de la ciudadanía en un entorno multiplataforma cada vez más fragmentado.

La principal lección de 2018, me parece, radica en el papel que debe jugar el periodismo al momento de elevar tanto el contexto de exigencia a las intervenciones de

las y los candidatos en los debates, pero, también, a su función como *gatekeepers* al visibilizar y jerarquizar temas relevantes en la agenda pública y que suelen ser soslayados por quienes debaten. Es cierto que el nuevo rol de la moderación puede, a su vez, generar discrepancias al momento de interpretar su intervención como protagónica, distractora o sesgada (Islas, 2020).

Lo mismo sucede cuando se establecen parámetros estrictamente cuantitativos para hacer simples comparaciones a partir del número de palabras utilizadas durante el debate entre la moderación y las y los candidatos, para concluir que sea "extraño" que un moderador hable *más* que una o un candidato, como en el caso de Pérez-Escamilla y Garrido (2018; *cfr.* Juárez-Gámiz, 2018). Vale la pena preguntarse si en verdad es ajeno a la naturaleza de un debate electoral que quienes moderan den contexto periodístico a sus preguntas. Sobre todo si ubicamos a los debates presidenciales de 2018 en una perspectiva histórica que, como dice el título de esta sección, provenía de la condescendencia tanto hacia los candidatos como hacia la propia audiencia.

A manera de conclusión, la experiencia de los debates electorales en la elección presidencial de 2018 deja tres importantes lecciones. Primero, que su organización debe

privilegiar el interés de la ciudadanía haciendo de su producción un proceso autónomo e independiente a las presiones y agenda de los candidatos. El consenso entre los participantes y productores del debate es importante, pero no puede reemplazar ni inhibir, como sucedió en el pasado, la iniciativa de quien está obligado por ley a organizar los debates electorales en México. Segundo, que es mucho más aleccionador y constructivo discutir si se hicieron las preguntas correctas por parte de los moderadores, que simplemente valorar, como se hacía en el pasado, si las y los candidatos mostraron disposición para presentar información valiosa para la audiencia. Tercero, que la disposición legal para que sea el INE el organizador de los debates ha sido una decisión positiva en virtud de garantizar no solamente su producción y financiamiento autónomo, sino, igualmente importante, obligar a los concesionarios de la radio y la televisión a transmitirlo simultáneamente en sus frecuencias.

Apunte sobre los debates electorales en el plano subnacional

Si bien la experiencia de los debates presidenciales presenta una evolución a lo largo del tiempo, es posible advertir todavía un marcado contraste con las experiencias de debates electorales en las entidades de la República. Falta aún mucho trabajo para trasladar este contexto de

exigencia deliberativa al plano local. Hasta 2012 eran muy pocas las entidades de la República que comenzaban a organizar debates entre quienes aspiraban a alguna gubernatura y menos todavía a cargos en el poder legislativo. En gran parte debido a las restricciones financieras, las autoridades electorales no contaban con la primera y fundamental condición para la organización de un evento de esta naturaleza, pues los costos de producción rebasaban por mucho las posibilidades de realizar un debate en condiciones de óptima calidad televisiva.

Pero más importante aún ha sido la reticencia de candidatas y candidatos a la realización y participación en este tipo de encuentros. Salvo contadas excepciones, son realmente muy limitados los casos en los cuales los debates electorales registran un intercambio de propuestas y una deliberación cualitativa de ideas por parte de candidatas y candidatos, los únicos protagonistas de los debates. Ello requiere mucho más que un financiamiento suficiente para hacerse cargo de la producción y difusión del debate. Es fundamental contar con el compromiso de consejeras y consejeros electorales locales para generar las condiciones de innovación razonablemente aplicables en contextos en donde la cultura de debate es todavía incipiente. Sin duda, se trata de un área de oportunidad para el futuro inmediato, pues tan sólo el 6 de junio

de 2021 habrá en México 15 elecciones a gubernatura, concurrentes con la elección intermedia para renovar la Cámara de Diputados.

Conclusiones. El futuro de los debates electorales: de lo televisivo a lo digital, y de la propaganda a la información

El presente trabajo ha ofrecido los principales ejes a partir de los cuales pueden ser entendidos y analizados los debates electorales tanto en el plano internacional como en el ámbito nacional y subnacional, en el caso particular de México. Los debates constituyen un evento esencialmente comunicacional, pero, tal y como lo hemos visto aquí, no pueden ser reducidos a un simple producto derivado de la vorágine que caracteriza a las campañas electorales. Su presencia en un contexto democrático está condicionada y modelada también por las características estructurales que definen a un sistema de medios de comunicación, a otro político y a una cultura política ligada a la deliberación y al contraste de alternativas políticas en el plano de la comunicación simbólica.

Los debates electorales significan un reto para todos los actores que hacen posible su realización. Ofrecen una

oportunidad para “persuadir argumentando”, que no es menor en democracia y que, en modo alguno, garantiza su recreación de manera indefinida. Cada elección es distinta y transcurre de acuerdo con reglas escritas e implícitas que pueden quebrar un consenso ahí en donde existía anteriormente o, en mejores casos, motivar uno cuando la voluntad política no alcanza para llegar a un acuerdo sobre su realización.

La experiencia internacional ofrece un amplio número de posibilidades para sacar lo mejor de los debates y, muy a pesar de la común idealización normativa de una o un ciudadano racional, ha dado cuenta de que, sin importar la vocación democrática o rendición de cuentas, es imposible separar los debates de la trivialización o espectacularización de la política (Echeverría, 2008). Tratándose de un ejercicio comunicacional, el significado de los debates no le pertenece ni a quienes debaten ni a los formatos o reglas que fueron pactados para ello. Recae, en todo caso, en la interpretación que las y los votantes hacen de ellos y en sus preconcepciones individuales y subjetivas sobre los temas, personas e historia que enmarcan a estos encuentros.

Observar, describir y explicar la manera en la cual los debates se llevan a cabo es un trabajo fascinante para quien se interesa en la traducción cultural de la deliberación

política en clave comparada. No siempre es fácil establecer equivalencias entre países, y tal y como se ha intentado aquí, al igual que en otros valiosos esfuerzos, construir una tipología que ordene la experiencia mundial en la realización de debates electorales puede ser útil aunque será siempre tarea inacabada.

La comunicación traducida a deliberación en democracia es elemento inseparable de su dinamismo y evolución. Mirar los debates electorales por el retrovisor de la historia electoral ofrece valiosos marcos de referencia a partir de los cuales juzgar la pertinencia de esta comunicación en el presente. Es cierto que en una perspectiva idealizada de la relación entre comunicación y política en el pasado, esa primera era a la que se refieren Blumler y Kavanagh (1999), nos motivaría a regresar a un contexto de deliberación profunda alejado de la vorágine y explosividad contemporáneas que enmarcan la comunicación digital y las redes sociales.

Ir al pasado para reeditar una conversación entre élites sería un despropósito cuando hemos alcanzado ya una participación cada vez más incluyente y diversa en torno a la política y los temas que deben interesar a nuestras democracias. Hemos podido ver aquí que es la madurez de un sistema político-electoral-comunicacional la que libera

de ataduras legales y reglamentarias el papel que debe jugar la política y el periodismo en una era marcada por estrategias de desinformación y, en general, un desaseo del lenguaje político y la devaluación transversal del discurso político. De ahí que ejercicios de comprobación de información o *fact-checking* sean cada vez más recurrentes en distintas latitudes aunque con efectos dispares en la certeza de la información que inunda el espacio público en tiempos de campaña.

Por ejemplo, que las y los moderadores con una trayectoria periodística reconocida y, claro está, de confrontación y experiencias previas con las y los debatientes, puedan asumir un papel importante en la conducción y en la calidad deliberativa de los debates a pesar de ser acusados sin pruebas de evidenciar sesgos ideológicos. Una práctica en la que, desafortunadamente, se ha ido naturalizando la descalificación del periodismo crítico y su contribución a una democracia deliberativa de calidad.

Una de las primeras afirmaciones de este texto es la imposibilidad demostrativa para afirmar que más debates se traducen, por acto de magia, en una mejor calidad democrática. Muchos han sido los casos de candidatos que con tal de obtener visibilidad en los medios de comunicación han exigido a sus oponentes debatir el mayor número de

veces posible atendiendo, nuevamente, a su propio interés y no al de la audiencia y la ciudadanía. Entonces, ¿cómo se alcanza este número ideal de debates?

Es claro que la respuesta está fundada en dos pilares: en las condiciones materiales y políticas para debatir en un contexto y tiempo particular y, por otro lado, en la disposición atencional de la ciudadanía para seguir estos debates con interés. En ese sentido, la experiencia más reciente da cuenta de que tres debates bien pueden ser suficientes para incentivar la deliberación sin saturar a un electorado que, como en el caso mexicano, está ya particularmente inundado de publicidad política en las campañas. Si algo podemos aprender de los resultados que ha dejado la implementación de un modelo de comunicación político-electoral en México desde la reforma de 2007-2008 es que cantidad no solamente no es sinónimo de calidad sino que, contrariamente al propósito original, puede ser altamente contraproducente para informar y motivar a la ciudadanía a reflexionar en torno a un tema o propuesta.

Finalmente, como objeto de estudio, los debates electorales son piezas indiscutiblemente útiles para mirar patrones de cambio y continuidad en el plano democrático nacional e internacional. Su construcción audiovisual e impacto en

la agenda noticiosa los hacen referentes obligados en muchas democracias funcionales alrededor del mundo. Como práctica deliberativa no dejan de ser una opción más, no podrían ser la única, para que la ciudadanía fundamente su voto y tome decisiones político-electorales en consecuencia. Sin temor a equivocarnos y reconociendo sus limitaciones y riesgos, es mejor que los debates lleguen para quedarse a que se marchen sin despedirse del paisaje electoral. Sólo la exigencia ciudadana, el compromiso mediático y la sensibilidad política pueden garantizar su permanencia y utilidad en el tiempo.

Referencias

- Althaus, S. L. (2012), "What's Good and Bad in Political Communication Research? Normative Standards for Evaluating Media and Citizen Performance", en H. A. Semetko y M. Scammell (eds.), *The SAGE Handbook of Political Communication*, pp. 97-112.
- Anstead, N. (2016), "A Different Beast? Televised Election Debates in Parliamentary Democracies", en *The International Journal of Press/Politics*, 21 (4), pp. 508-526.
- Beltrán, U. (2007), "The Combined Effect of Advertising and News Coverage in the Mexican Presidential Campaign of 2000", en *Journal of Political Communication*, 24(1), pp. 37-63.
- Benoit, W. L., J. R. Blaney y P. M. Pier (1998), *Campaign '96: A Functional Analysis of Acclaiming, Attacking, and Defending*, Nueva York, Praeger.

Benoit, W. L., M. S. McKinney y R. L. Holbert (2001), "Beyond Learning and Persona: Extending the Scope of Presidential Debate Effects", en *Communication Monographs*, 68, pp. 259-273.

Benoit, W. L., G. J. Hansen y R. M. Verser (2003), "A Meta-analysis of the Effects of Viewing U.S. Presidential Debates", en *Communication Monographs*, 70, pp. 335-350.

Benoit, W. L. y G. J. Hansen (2004), "Presidential Debate Watching, Issue Knowledge, Character Evaluation, and Vote Choice", en *Human Communication Research*, 30, pp. 121-144.

Blais, A. y A. M. Perrella (2008), "Systemic Effects of Televised Candidates' Debates", en *International Journal of Press/Politics*, 13, pp. 451-464.

Blumler, J. G. y M. Gurevitch (1995), *The Crisis of Public Communication*, Londres, Routledge.

Blumler, J. G. y D. Kavanagh (1999), "The Third Age of Political Communication: Influences and Features", en *Political Communication*, vol. 16 (3) pp. 209-230.

Boczkowski, P., E. Mitchelstein y M. Walter (2011), "Convergence Across Divergence: Understanding the Gap in the Online

News Choices of Journalists and Consumers in Western Europe and Latin America", en *Communication Research*, 38(3), pp. 376–396, doi:10.1177/0093650210384989

Boydston, A. E., R. A. Glazier y M. T. Pietryka (2013), "Playing to the Crowd: Agenda Control in Presidential Debates", en *Political Communication*, 30(2), pp. 254-277, doi: 10.1080/10584609.2012.737423

Brüggemann, M., S. Engesser, F. Büchel, E. Humprecht y L. Castro (2014), "Hallin and Mancini Revisited: Four Empirical Types of Western Media Systems", en *Journal of Communication*, 64, pp. 1037-1065, doi:10.1111/jcom.12127

Caramani, D. (2011), "Introduction to Comparative Politics", en D. Caramani (ed.), *Comparative Politics*, 2a. ed., Oxford, Oxford University Press, pp. 1-23.

Carlin, D. B. (2000), *Watching the Debate: A Guide for Viewers*, en Coleman, Stephen (2000), *Televised Election Debates International Perspectives*, Palgrave Macmillan, Londres. (pp. 157-177).

Castells, M. (2000), *Comunicación y Poder*, Madrid, Alianza Editorial.

Chadwick, A. (2013), *The Hybrid Media System: Politics and Power*, Oxford, Oxford University Press.

Coleman, Stephen (2000), *Televised Election Debates International Perspectives*, Londres, Palgrave Macmillan.

Dayan, D. y E. Katz (1994), *Media Events*, Cambridge, Harvard University Press.

D'Alessandro, M. y Amadeo, B. (2020), "Presidential Debates in Argentina", en Juárez-Gámiz, J., C. Holtz-Bacha y A. Schroeder (2020), *Routledge International Handbook on Electoral Debates*, Londres, Routledge, pp. 93-102.

Díaz Jiménez, O. (2015), "Marketing político y profesionalización de las campañas electorales presidenciales del Partido Acción Nacional y del Partido de la Revolución Democrática, 1994-2006", en *Polis*, vol. 11, núm. 1, pp. 119-168.

Echeverría, M. (2008), "Debates presidenciales y democracia en México. Desempeño de los candidatos en los debates presidenciales de 2006", en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 50(202), pp. 33-52.

Echeverría, M. y B. Chong (2013), "Debates presidenciales y calidad de la democracia. Análisis empírico normativo de los debates mexicanos de 2012", en *Palabra Clave*, 16(2), pp. 341-365.

Echeverría, M. (2019), "La lógica mediática contra la deliberación mediada. El caso de los debates presidenciales", en *Cuadernos.info* (45), pp. 57-72, doi.org/10.7764/cdi.45.1573

Espinosa Silis, A. (2018), "Tribunal Electoral: luz verde a los debates en la intercampañas", en *Nexos*, 13 de marzo, disponible en <https://eljuegodelacorte.nexos.com.mx/?p=7926>

Esser, F. y T. Hanitzsch (2013), *The Handbook of Comparative Communication Research*, Londres, Routledge ICA, Handbook Series on Communication.

Esser, F. y Strömbäck, J. (eds.) (2014), *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*, Basingstoke: Palgrave Macmillan, pp. 3-28

Esser F. (2015), "Comparative Political Communication Research: The Undiminished Relevance of the Beginnings", en S. Coleman, G. Moss y K. Parry (eds.), *Can the Media Serve Democracy?*, Londres, Palgrave Macmillan.

Geer, J. G. (1988), "The Effects of Presidential Debates on the Electorate's Preferences for Candidates", en *American Politics Research*, 16, pp. 486-501.

Gil de Zúñiga H., N. Jung y S. Valenzuela (2012), "Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation", en *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), pp. 319-336, doi:10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x

Gottfried, J. A., B. W. Hardy, R. L. Holbert, K. M. Winneg y K. Hall-Jamieson (2017), "The Changing Nature of Political Debate Consumption: Social Media, Multitasking and Knowledge Acquisition", en *Political Communication*, 34, pp. 172-199.

Greene, K. (2015), "Campaign effects in Mexico Since democratization", en J. I. Domínguez, K. F. Greene, C. H. Lawson y A. Moreno (eds.), *Mexico's Evolving Democracy: a Comparative Study of the 2012 Elections*, Baltimore/Londres, Johns Hopkins University Press.

Habermas, J. (1989), *The Structural Transformation of the Public Sphere* (Thomas Burger, trans.), Cambridge, MIT Press.

Hallin, D. C. y P. Mancini (2004), *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Cambridge, Cambridge University Press.

Hilsenrad, M. (2020), "Chile: Presidential Debates from Dictatorship to Democracy", en J. Juárez-Gámiz, C. Holtz-Bacha y A. Schroeder (2020), *Routledge International Handbook on Electoral Debates*, Londres, Routledge, pp. 83-92.

Holbrook, T. M. (1999), "Political Learning from Presidential Debates", en *Political Behavior*, 21, pp. 67-89.

Holtz-Bacha, C. (2002), "Professionalization of Political Communication. The Case of the 1998 SPD Campaign", en *Journal of Political Marketing*, vol. 1, issue 4.

Holtz-Bacha, C. (2020), "From the Heavyweights' Debate to the Duel: The Development of Television Debates in Germany", en J. Juárez-Gámiz, C. Holtz-Bacha y A. Schroeder (2020), *Routledge International Handbook on Electoral Debates*, Londres, Routledge, pp. 147-156.

Houston, J. B., J. Hawthorne, M. L. Spialek, M. Greenwood y M. S. McKinney (2013), "Tweeting During Presidential Debates: Effect on Candidate Evaluations and Debate Attitudes", en *Argumentation and Advocacy*, 49(4), pp. 301-311.

Houston, J. B., M. S. McKinney, J. Hawthorne y M. L. Spialek (2013), "Frequency of Tweeting During Presidential Debates: Effect on Debate Attitudes and Knowledge", en *Communication Studies*, 64(5), pp. 548-560, doi:10.1080/10510974.2013.832693

Instituto Federal Electoral (2013), *Libro Blanco del Proceso Electoral 2011-2012*, México, IFE, disponible en https://portalanterior.ine.mx/documentos/proceso_2011-2012/documentos/LibroBlanco_PEF2011-2012.pdf

Islas, I. (2020), "Debates presidenciales, periodismo y democracia: lecciones para mejorar la conversación electoral", en J. Juárez-Gámiz y C. González Alcántara (2020), *Autonomía, pluralismo y certeza en la elección presidencial 2018*, México, CEIICH-UNAM.

Iyengar, S., J. Curran, A. B. Lund, I. Salovaara-Moring, K. S. Hahn y S. Coen (2010), "Cross National versus Individual-Level Differences in Political Information: A Media Systems Perspective", en *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 20(3) pp. 291-309.

Jeong, S. H. y Y. Hwang (2012), "Does Multitasking Increase or Decrease Persuasion? Effects of Multitasking on Comprehension and Counterarguing", en *Journal of Communication*, 62(4), pp. 571-587, doi:10.1111/j.1460-2466.2012.01659.x

Juárez-Gámiz, J. (2013), "Índice de cobertura informativa: un análisis de contenido de las notas en los medios sobre los candidatos a la presidencia en 2012", en R. Jara y A. Garnica (2013), *Audiencias saturadas, comunicación fallida. El impacto de los spots y las noticias en la campaña presidencial 2012*. Ciudad de México, Grupo Delphi, pp. 141-192.

Juárez-Gámiz, J. y M. Arellano (2017), "The Lousy Avalanche: Political Advertising in Mexico", en C. Holtz-Bacha y M. R. Just (eds.), *Handbook of Political Advertising*, Nueva York, Routledge.

Juárez-Gámiz, J. (2018), "Debates presidenciales: ¿suma de palabras o construcción de conversaciones?", en *Nexos*, 8 de junio, disponible en <https://redaccion.nexos.com.mx/?p=9103>

Juárez-Gámiz, J., C. Holtz-Bacha y A. Schroeder (2020), *Routledge International Handbook on Electoral Debates*, Londres, Routledge.

Juárez-Gámiz, J. (2020), "Did Video Kill the Rally Star? The Contribution of Presidential Debates to Democratic Change in Mexico", en J. Juárez-Gámiz, C. Holtz-Bacha y A. Schroeder (2020), *Routledge International Handbook on Electoral Debates*, Londres, Routledge, pp. 39-48.

Lanoue, D. J. y P. R. Schrott (1989), "Voters' Reactions to Televised Presidential Debates: Measurement of the Source and Magnitude of Opinion Change", en *Political Psychology*, 10, pp. 275-285.

Lanoue, D. J. (1992), "One that Made a Difference: Cognitive Consistency, Political Knowledge, and the 1980 Presidential Debate", en *Public Opinion Quarterly*, 56, pp. 168-184.

Lawson, C. (2004), "Mexico's Great Debates: the Television Candidate Encounters of 2000 and their Electoral Consequences", en J. I. Domínguez y C. H. Lawson (eds.), *Mexico's Pivotal Democratic Election: Candidates, Voters, and the Presidential Campaign of 2000*, Stanford, Stanford University Press.

Lawson, C. y J. McCann (2005), "Television News, Mexico's 2000 Elections, Media Effects in Emerging Democracies", en *British Journal of Political Science*, 35, pp. 1-30.

Lemert, J. B. (1993), "Do Televised Presidential Debates Help Inform Voters?", en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 37, pp. 83-94.

Lewis-Beck, M. S., H. Norpoth y W. G. Jacoby (2008), en *The American Voter Revisited*, Ann Arbor, University of Michigan Press.

Lilleker, D. G. y R. Negrine (2002), "Professionalization: Of What? Since When? By Whom?", en *Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 7, núm. 4, pp. 98-103.

Lochrie, M. y P. Coulton (2012, enero), *Tweeting with the telly on! Consumer Communications and Networking Conference (CCNC)*, Las Vegas, IEEE, pp. 729-731.

Mancini, P. (2015), "The Idea of Systems in Media Studies: Criticism, Risks, Advantage", en S. Coleman, G. Moss y K. Parry (eds.), *Can the Media Serve Democracy? Essays in Honour of Jay G. Blumler*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, pp. 21-32.

Marcus, G. E., R. W. Neuman y M. MacKuen (2000), *Affective Intelligence and Political Judgment*, Chicago, University of Chicago Press.

Márquez, M. y M. Guerrero (2014), "The 'Captured-Liberal' Model: Media Systems, Journalism and Communication Policies in Latin America", en *The International Journal of Hispanic Media*, 7, pp. 1-12.

Mayhew, L. H. (1997), *The New Public: Professional Communication and the Means of Social Influence*, Cambridge, Cambridge University Press.

McCombs, M. E. (2004), *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*, Cambridge, Polity Press.

Moreno, Alejandro (2018), *El cambio electoral. Votantes, encuestas y democracia en México*, México, Fondo de Cultura Económica.

Mukherjee, P. y B. J. Jansen (2015, febrero), *Evaluating Classification Schemes for Second Screen Interactions*, 2015 International Conference on Computing, Anaheim CA, Networking and Communications, Social Computing and Semantic Data Mining, IEEE, pp. 879-883.

Negrine, R., P. Mancini, C. Holtz-Bacha y S. Papathanassopoulos (2007), *The Professionalization of Political Communication*, Bristol, Intellect.

Nielsen, R. K. (2013), "The Absence of Structural Americanization: Media System Developments in Six Affluent Democracies, 2000–2009", en *International Journal of Press/Politics*, 18(4) pp. 392-412.

Norris, P. (2009), "Comparative Political Communications: Common Frameworks or Babelian Confusion?", en *Government and Opposition*, 44(3), pp. 321-340, doi:10.1111/j.1477-7053.2009.01290.x.

Norris, P. (2011a), "Comparative Communications", en D. Caramani (ed.), *Comparative Politics*, Oxford, Oxford University Press, pp. 352-370.

Norris, P. (2011b), *Democratic Deficit: Critical Citizens Revisited*, Cambridge, Cambridge University Press.

Pérez Dámaso, A. Y. (2014), "Campañas negativas en las elecciones 2000 y 2006 en México", en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, vol. 59, núm. 222, Universidad Nacional Autónoma de México, Nueva Época, septiembre-diciembre, pp. 87-116, disponible en <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmc pys/article/view/47724/42910>

Pérez-Escamilla, J. R. y S. Garrido (2018), "Lo que dicen las palabras de los presidenciables: Round 2", en *Nexos*, 22 de mayo, disponible en <https://nexos.com.mx/?p=37668>

Petrocik, J. (1996), "Issue Ownership in Presidential Elections with a 1980 Case Study", en *American Journal of Political Science*, 40, pp. 825-850.

Petrocik, J., W. L. Benoit y G. J. Hansen, G. J. (2003), "Issue Ownership and Presidential Campaigning, 1952-2000", en *Political Science Quarterly*, 118, pp. 599-626.

Pool, M. M., C. M. Koolstra y T. H. A. van der Voort (2003a), "Distraction Effects of Background Soap Operas on Homework Performance: An Experimental Study Enriched with Observational Data", en *Educational Psychology*, 23(4), pp. 361-380, doi:10.1080/01443410303211

Pool, M. M., C. M. Koolstra y T. H. A. van der Voort (2003b), "The Impact of Background Radio and Television on High School Students' Homework Performance", en *Journal of Communications*, 53(1), pp. 74-87, doi:10.1111/j.1460-466.2003.tb03006.x

Pool, M. M., T. H. A. van der Voort, J. W. J. Beentjes y C. M. Koolstra (2000), "Background Television as an Inhibitor of Performance on Easy and Difficult Homework Assignments", en *Communication Research*, 27(3), pp. 293-326, doi:10.1177/009365000027003002

Regalado, J. (1994), "La oposición y las elecciones presidenciales de 1994 en México", en *Espiral estudios sobre Estado y sociedad*, 1(1), disponible en <http://espiral.cucsh.udg.mx/index.php/EEES/article/view/1015>

Sartori, G. (2002), *Homo videns: La sociedad teledirigida*, México, Taurus.

Sides, J. (2006), "The Origins of Campaign Agendas", en *British Journal of Political Science*, 36, pp. 407-436.

Sierra Rodríguez, J. (2015), "Atrapados por nuestras predisposiciones ante los debates electorales por televisión", en *Revista Mexicana de Opinión Pública*, enero-junio, pp. 29-50.

Stimson, J. A. (2004), *Tides of Consent: How Public Opinion Shapes American Politics*, Nueva York, Cambridge University Press.

Swanson, D. L. (1997), "The Political-media Complex at 50: Putting the 1996 Presidential Campaign in Context", en *American Behavioral Scientist*, 40, pp. 1264-1282.

Thorson, E., J. Hawthorne, A. Swasy y M. S. McKinney (2015), "Co-viewing, Tweeting, and Facebooking the 2012 Presidential Debates", en *Electronic News*, 9(3), pp. 195-214, doi:10.1177/1931243115593320

Trejo Delarbre, R. (2000), *Mediocracia sin mediaciones. Prensa televisión y elecciones*, México, Cal y Arena.

Vásquez Muñoz, T. C. (2017), "El debate electoral como insumo necesario para la construcción de un modelo de comunicación política deliberativa", en *Justicia Electoral*, vol. 1, núm. 19, enero-junio, pp. 59-86.

Wang, Z., y J. M. Tchernev (2012), "The 'Myth' of Media Multitasking: Reciprocal Dynamics of Media Multitasking, Personal Needs, and Gratifications", en *Journal of Communication*, 62(3), pp. 493-513, doi:10.1111/j.1460-2466.2012.01641.x

Wang, Z., P. David, J. Srivastava, S. Powers, C. Brady, J. D'Angelo y J. Moreland, (2012), "Behavioral Performance and Visual Attention in Communication Multitasking: A Comparison Between Instant Messaging and Online Voice Chat", en *Computers in Human Behavior*, 28(3), pp. 968-975, doi:10.1016/j.chb.2011.12.018

Wang, Z., M. Irwin, C. Cooper y J. Srivastava (2015), "Multidimensions of Media Multitasking and Adaptive Media Selection", en *Human Communication Research*, 41(1), pp. 102-127, doi:10.1111/hcre.12042

Sobre el autor

Julio Juárez Gámiz es investigador titular definitivo en el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y miembro del Sistema Nacional de Investigadores con Nivel II. Licenciado en Psicología por la UNAM, con maestría y doctorado en Comunicación Política por la Universidad de Sheffield, Inglaterra.

Ha impartido cursos en licenciatura y posgrado sobre derecho electoral y comunicación, periodismo, medios públicos, investigación de audiencias, teoría de los medios de comunicación, análisis del discurso y psicología política en universidades mexicanas como el Instituto Tecnológico Autónomo de México, la Universidad Iberoamericana y las facultades de Psicología y de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

En las elecciones federales de 2015 y 2018 fue asesor de la Presidencia del Consejo General de Instituto Nacional Electoral. En 2021 obtuvo la beca Fulbright García-Robles para impartir la Cátedra de Estudios de México en la Universidad de Notre Dame. Ha presentado su trabajo en diversas conferencias nacionales e internacionales y ha sido articulista del periódico *El Universal* y las revistas *Nexos*, *Letras Libres* y *Zócalo*.

42

Los debates electorales en la democracia contemporánea. Apuntes para analizar su presencia, función y evolución en las campañas

se terminó de imprimir en noviembre de 2020 en Litográfica Ingramex, S.A. de C.V., Centeno 195, col. Valle del Sur, Alcaldía Iztapalapa, C.P. 09819, Ciudad de México.

Se utilizaron las familias tipográficas Acumin Pro y Slate Pro; papel Bond ahuesado cultural de 90 gramos y forros en cartulina Bristol de 240 gramos.

La edición consta de 1,000 ejemplares y estuvo al cuidado de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica del Instituto Nacional Electoral.



Consulta las bases
de datos del INE

CUADERNOS DE DIVULGACIÓN DE LA CULTURA DEMOCRÁTICA (TÍTULOS PUBLICADOS)

1. **Principios y valores de la democracia**, Luis Salazar y José Woldenberg, 1993
2. **La cultura política democrática**, Jacqueline Peschard, 1994
3. **La democracia como forma de gobierno**, José F. Fernández Santillán, 1995
4. **La participación ciudadana en la democracia**, Mauricio Merino, 1995
5. **Elecciones y democracia**, José Antonio Crespo, 1995
6. **Gobernabilidad y democracia**, Antonio Camou, 1995
7. **Sistemas electorales y de partidos**, Leonardo Valdés, 1995
8. **Partidos políticos y democracia**, Jaime F. Cárdenas Gracia, 1996
9. **Esferas de la democracia**, Jesús J. Silva-Herzog Márquez, 1996
10. **Tolerancia y democracia**, Isidro H. Cisneros, 1996
11. **Oposición y democracia**, Soledad Loaeza, 1996
12. **Estado de derecho y democracia**, Jesús Rodríguez Zepeda, 1996
13. **Diálogo y democracia**, Laura Baca Olamendi, 1996
14. **Democratización y liberalización**, César Cansino, 1997
15. **Consulta popular y democracia directa**, Jean-François Prud'homme, 1997
16. **Democracia y educación**, Gilberto Guevara Niebla, 1998
17. **Federalismo, gobiernos locales y democracia**, Tonatiuh Guillén López, 1999
18. **Libertad y democracia**, Víctor Alarcón Olguín, 1999
19. **Gobiernos y democracia**, Javier Hurtado, 1999
20. **Sistemas parlamentario, presidencial y semipresidencial**, Ricardo Espinoza Toledo, 1999
21. **Rendición de cuentas y democracia. El caso de México**, Luis Carlos Ugalde, 2002

22. **Concepciones de la democracia y justicia electoral**, José Ramón Cossío D., 2002
23. **Género y democracia**, Estela Serret, 2004
24. **Comunicación y democracia**, Enrique E. Sánchez Ruiz, 2004
25. **Democracia y (cultura de la) legalidad**, Pedro Salazar Ugarte, 2006
26. **Multiculturalismo y democracia**, Lourdes Morales Canales, 2008
27. **Ciudadanía y democracia**, Alberto J. Olvera, 2008
28. **Democracia y formación ciudadana**, Teresa González Luna Corvera, 2010
29. **Sufragio extraterritorial y democracia**, Víctor Alejandro Espinoza Valle, 2011
30. **Políticas públicas y democracia**, David Arellano Gault y Felipe Blanco, 2013
31. **Derechos fundamentales y democracia**, Miguel Carbonell, 2013
32. **Formación ciudadana en México**, Silvia L. Conde, 2014
33. **Democracia y organismos internacionales**, Alejandra Nuño, 2016
34. **Democracia y medios en México: el papel del periodismo**, Manuel Alejandro Guerrero, 2016
35. **Democracia y burocracia**, Guillermo M. Cejudo, 2016
36. **Democracia, populismo y elitismo**, Luis Daniel Vázquez Valencia, 2016
37. **Los derechos humanos y la democracia en el sistema interamericano**, Natalia Saltalamacchia y María José Urzúa, 2016
38. **Mujeres y derechos políticos en México: una introducción conceptual**, Ricardo Ruiz Carbonell, 2017
39. **Democracia y gobiernos municipales en México: de la política a las políticas**, Oliver D. Meza, 2017
40. **Democracia y género. Historia del debate público en torno al sufragio femenino en México**, Gabriela Cano, 2018
41. **Democracia, privacidad y protección de datos personales**, María Solange Maqueo Ramírez y Alessandra Barzizza Vignau, 2019

42. Los debates electorales en la democracia contemporánea. Apuntes para analizar su presencia, función y evolución en las campañas,
Julio Juárez Gámiz, 2021

