

Evaluación ciudadana de los debates políticos presidenciales en México.

Evaluación de los eventos televisados en 2018

Mtro. Bilham Caleb Tena Medrano.

maestrocaleb3401@gmail.com

Universidad Autónoma de Tamaulipas

Dra. Mirna Leticia Santoyo Caamal.

msantoyo@docentes.uat.edu.mx

Universidad Autónoma de Tamaulipas

RESUMEN

El siguiente artículo tiene como objetivo reconocer mediante la realización de sondeos de opinión, cuáles fueron los elementos que los ciudadanos consideraron más significativos en los tres debates a la Presidencia de la República en México, celebrados en el año 2018. Este estudio se divide en tres secciones: La primera introductoria, la cual describe las múltiples reformas al sistema político electoral mexicano que permitieron la aparición de los debates políticos en el país, construida mediante una amplia búsqueda bibliográfica de los antecedentes de los debates políticos televisados; la segunda parte, aborda los debates políticos televisados en México, y la tercera y última parte, explica el estado de la cuestión del objeto de estudio, complementados con los resultados de los sondeos de opinión aplicados entre el 24 de Abril y el 5 de mayo del año 2018. La encuesta se aplicó a 139 personas y está compuesta de 10 reactivos de opción múltiple, las respuestas están basadas en la escala de likert. Los resultados reflejan la popularidad entre los ciudadanos de los diferentes cambios estructurales realizados a los debates televisados del año 2018, poniendo especial interés en los aspectos que permitan la adquisición de una mayor cultura política entre los ciudadanos.

Palabras clave: mercadotecnia política; debates presidenciales; participación ciudadana; comunicación política.

Citizen evaluation of presidential political debates in Mexico. Evaluation of televised events in 2018

ABSTRACT

The following article aims to recognize, by conducting opinion polls, which elements were considered most significant by citizens in the three debates for the Presidency of the Republic in Mexico, held in 2018. The study is divided into three sections: the first is an introductory section, which describes the multiple reforms to the Mexican electoral political system that allowed the appearance of political debates in the country, supported by an extensive bibliographic search of the antecedents of televised political debates; The second part discusses the televised political debates in Mexico, and the third and final part explains the state of the question of the object of study, complemented by the results of opinion polls applied between April 24 and May 5 of the year 2018. The survey was applied to 139 people, the answers are based on the Likert scale multiple choice. The results reflect the popularity among citizens of the different structural changes made to the televised debates of 2018, with particular interest in the aspects that allow the acquisition of a greater political culture among citizens.

Keywords: political marketing; presidential debates; citizen participation; political communication

Artículo recibido: 05 octubre. 2021

Aceptado para publicación: 02 noviembre 2021

Correspondencia: maestrocaleb3401@gmail.com

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

1. INTRODUCCIÓN

Cuando hablamos de debates políticos, nos suelen venir a la cabeza palabras como: Competencia, pluralidad, democracia, participación, términos ampliamente difundidos a través de los medios de comunicación durante un periodo electoral y defendido por las instituciones garantes del proceso electoral, debido a que éstos coadyuvan y abonan a la participación ciudadana y a la democracia, por lo que los debates presidenciales se han convertido en una herramienta de la comunicación política. Echeverría (2019) advierte que el “sistema de comunicación política y modelo implementado tienen una naturaleza dual, en la que concurren recursos políticos, con medios y formatos patrocinados por el Estado, y recursos privados de medios comerciales, pero regulados por aquel” (p. 17).

Para efectos de este documento, se entiende por “debate”, o al menos, así lo define el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, como la discusión, confrontación, lucha o contienda. Una definición más elaborada, según la página web especializada: blog UDLAP podría ser aquella que lo define como “una forma de discusión formal y organizada que se caracteriza por el enfrentamiento de dos o más posiciones opuestas sobre un tema determinado”.

Cacho y Espinoza (2014) consideran que:

“En general es un acto en el cual dos o más aspirantes a un cargo de elección política contrastan puntos de vista sobre temas socialmente relevantes con la finalidad de persuadir a los televidentes, votantes y ciudadanos de que son la mejor opción política”.

Mientras que el modelo de comunicación política se define según Echeverría (2019) como “un arreglo institucional que estructura el sistema de información que el Estado mexicano provee lo mismo a los candidatos, para publicitar sus plataformas y posiciones que, a los ciudadanos, para facilitar el ejercicio del voto informado, razonado y consciente” (p. 16). También puede definirse como la discusión y contraposición, en foro organizado, en el que se enfrentan diversas posiciones generalmente divergentes, acerca de temas determinados. Suelen ser públicos y es moderado por una o varias personas Otálora, (2014).

Los debates políticos, son eventos profundamente asociados a las sociedades democráticas, en países con una amplia tradición democrática como Estados Unidos de América, los debates políticos son una constante. También España tiene un largo camino recorrido en materia de debates políticos; por lo tanto, los debates políticos son parte insoslayable de las campañas

electorales. En México bajo el contexto de la hegemonía política de un solo partido, el voto del elector no tenía mayor trascendencia y los debates se consideraban innecesarios Otálora (2014a), por lo que 1994 marca un antes y un después en el desarrollo de éstos.

Auer (2016), menciona que el debate debe de tener las siguientes características:

- 1) Es una confrontación.
- 2) Se realiza bajo condiciones igualitarias de tiempo y con un tiempo adecuado para hablar sobre el tema.
- 3) Enfrenta a enemigos políticos con un equilibrio de cualidades.
- 4) Es sobre un tema en específico.
- 5) Sirve para ganar adeptos a una causa o candidato.

No hay un consenso en el tiempo que debe de durar un debate; lo que queda claro, es que cuando el tiempo es demasiado corto, no se le puede llamar debate (Auer, 1962; & Kraus, 2000). Para Domínguez (2011), el debate político electoral televisado se convierte en una parte fundamental de la democracia.

La importancia de los debates político electorales radica en proveer información necesaria y accesible a los votantes (Coleman, Carlin & Hall, 2002). Al respecto Gris (2017) menciona: “Se ha destacado su rol como un instrumento para aumentar el conocimiento del electorado acerca de los candidatos y sus propuestas” (p. 3). Como puede ser el programa electoral o las acciones prioritarias de gobierno de los diferentes candidatos. Los debates históricamente han servido para formalizar el conflicto político entre partidos, y estructurarlo de manera que fuera a los participantes a revelar sus posiciones partidistas sobre temas: los participantes tienen la oportunidad de discutir sobre los méritos de sus perspectivas y criticar la de sus opositores Kraus & Davis (1981), citado por Echeverría y Chog (2014, p. 103).

Para que en México se pudieran llevar a cabo debates políticos, tuvieron que surgir una serie de cambios. La génesis de los cambios se ubica en 1946, cuando se permitió por primera vez la presencia de partidos de oposición en la Cámara de Diputados, cosa que no sucedía desde 1930; en este año y por primera vez un partido de oposición gana 9 distritos electorales Nasif (2001). Pasaron 18 años para otra reforma clave, en el año 1964, cuando se permitió la inclusión de escaños en la Cámara de Diputados mediante el método de representación proporcional. El método fue cambiando según los intereses del partido gobernante en ese momento el Partido Revolucionario Institucional (PRI), además, la sociedad mexicana fue cambiando y esto a su vez permeó al sistema político mexicano o viceversa, es un debate

sempiterno. Para Casar (2001), uno de los factores que permitieron desarrollar un sistema político más democrático tiene que ver con las recurrentes crisis sexenales desde el periodo del presidente Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970); con el transcurso de los años el sistema político fue duramente criticado por la sociedad. El cual se vio obligado a implementar una serie de reformas democráticas que poco a poco fueron abriendo el camino para que se pudieran llevar a cabo debates políticos en México.

Reformas político electoral que permitió la realización de debates políticos en México.

No se puede entender la realización de debates políticos en México, si no se hubieran dado una serie de cambios en el sistema electoral y el sistema de partidos políticos, en 1978 con la entrada en vigor de la reforma política que permitió el sistema de representación proporcional los cambios se fueron gestando Casar (2001a).

La reforma político electoral de 1977 permitió, por un lado, la aparición de nuevos partidos políticos y por otro, aumentar los beneficios a los partidos ya existentes Nasif (2001a), al respecto Loaeza (2001) añade que “para evitar que la protesta desbordara las instituciones y trastocara los equilibrios políticos generales se propusieron reformas electorales. Su intención inmediata era abrir una válvula de escape al descontento y hacer accesible los órganos de representación a las minorías políticas” (p. 18). Por un lado, el gobierno mandaba un doble mensaje con dicha reforma, el primero era incorporar a los grupos guerrilleros a la vía democrática con la eliminación de varios candados para facilitar la creación de nuevos partidos políticos y ganaba un poco de la legitimidad perdida por el actuar del gobierno en los movimientos sociales especialmente el del 68. Nasif (2001b).

Dicha reforma es considerada clave para la construcción del multipartidismo, ya que considera a los partidos políticos como entidades públicas y los dota de importantes prerrogativas Loaeza (2001a) además, dicha ley otorgó 100 curules de representación proporcional. En la Reforma político electoral de 1987 se aumentó el número de diputados de representación proporcional de 100 a 200, en consecuencia, la oposición tenía el 40% de los escaños en la Cámara de Diputados, por consiguiente, se empezaron a generar los primeros debates en dicha cámara en contra de las iniciativas del presidente en turno Nasif (2001c). Uno de los primeros signos de democratización se dio en la cámara de diputados, aunque el PRI seguía manteniendo la mayoría de la cámara y los debates en la misma se convirtieron en un mero ritual, ya que el partido en el poder (PRI) aplicaba dicha mayoría, para sacar adelante las reformas enviadas por el presidente; pero empieza a generarse debates sobre dichas reformas,

no en el sentido formal de la palabra, pero se empieza a generar una discusión en dicha cámara. La mayoría la perdió el (PRI) en las elecciones de 1988 Nasif (2001d).

La Reforma político electoral de 1993, permitió entre otras cosas la entrada del sistema de representación proporcional en el senado Nasif (2001e), la cual ayudó a la democratización de la Cámara Alta. A grandes rasgos y en concordancia con Loeza (2001b), la democracia en México empezó a abrirse paso a finales de la década de los 80, para consolidarse plenamente en la elección del año 2000. La aplicación de estas reformas provocó un lento, pero constante crecimiento de la democracia en México, sembraron el terreno para que se llevará a cabo por primera vez un debate político electoral en México en el año de 1994. Cacho & Espinoza (2014) hacen referencia que a partir de ahí, los candidatos debaten temas diferentes frente a las cámaras con la intención de ganar preferencias en las elecciones cada seis años.

El debate televisado en México. Estructura y evolución.

El primer debate presidencial en México que se llevó a cabo en 1994, dejó varios precedentes: estuvo dividido en tres partes, en una primera, a cada uno de los candidatos se les asignó un tiempo de ocho minutos que sirvieron de manera general para exponer sus ideas políticas y su programa de gobierno, después de manera alternada, los candidatos tuvieron dos intervenciones más, una de 5 minutos y otra de 3 minutos; en la segunda etapa del debate, los candidatos hicieron uso de 5 minutos para formular su planteamiento político y acto seguido, se asignaron 2 rondas de 3 minutos para profundizar sus comentarios. La última parte del debate, cada candidato contó con 3 minutos, para el mensaje final. En la primera reunión realizada el 11 de mayo, solamente asistieron tres candidatos representando al Partido del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional (PFCRN), al Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y a la Unión Nacional Opositora (UNO) (Cacho y Espinoza, año). Vitiello (2017), describe que el primer debate político electoral televisado en México tenía elementos propios de los debates televisados franceses, por ejemplo, la parte en que los candidatos confrontan directamente sus ideas durante su segunda intervención en la primera parte del debate, este esbozo de mesa redonda favorece la confrontación entre los adversarios políticos. Lo que a su vez le permite al público contrastar mejor las propuestas de los diferentes actores políticos.

Los debates celebrados durante la campaña del año 2000, la estructura fue la siguiente: la primera ronda de 3 minutos para cada uno de los candidatos; cabe señalar que la primera ronda

del debate, fue una exposición libre. Después, el debate se dividió en grandes ejes temáticos: en el primero los temas a tratar fueron: Igualdad social, educación y cultura. En el segundo, seguridad pública, combate a la corrupción e impunidad. En la tercera parte, los temas discutidos se centraron en: Empleo y distribución del ingreso; para el desarrollo de los temas, los candidatos contaron con 3 minutos para una exposición inicial, después se dispuso de 12 minutos libres, es decir, se realizó una mesa redonda en donde los candidatos debatieron entre ellos, sin ningún orden de la palabra sobre los temas acordados.

En esta parte, del debate aplicaron dos reglas: que ninguno de los candidatos debía de exceder más de un minuto en el uso de la palabra, además de que ninguno de los candidatos podía rebasar cuatro participaciones. Esta parte del debate recuerda a los debates celebrados en Francia, en donde los debates políticos se caracterizan por ser un formato a manera de programa informativo en el que los candidatos discuten temas políticos a profundidad Vitiello (2017a). Existe la figura de un moderador, pero ésta es pasiva, ya que no formula preguntas a lo cual Vukovic, V. & Lahdelma, Ll. (2017), deduce que el formato francés favorece la exposición del programa electoral de los candidatos. Finalmente, cada uno de los candidatos tuvo una ronda de conclusiones de 2 minutos, a diferencia del debate americano, no se hace un espectáculo del mismo y la realización es sin público.

El segundo debate de la campaña del año 2000 se celebró con los tres candidatos punteros en las preferencias, representando al Partido Revolucionario Institucional (PRI), Partido Acción Nacional (PAN) y Partido de la Revolución Democrática (PRD), lo cual permitió entre otras cosas participaciones más extensas por parte de los candidatos, la aparición del recurso de mesa redonda, en contraste, el debate estuvo más estructurado que su antecesor del año 1994, por lo que presumiblemente se tiene que concatenar tiempo con ejes temáticos favorece lo que comúnmente se conoce como “acartonamiento”.

El tercer debate presidencial del año 2006. La estructura fue la siguiente: cada uno de los candidatos, contó con un minuto y medio para un pronunciamiento inicial. Se acordó debatir en 5 temas: seguridad pública y combate a la corrupción, gobernabilidad, política exterior y migratoria, federalismo y fortalecimiento municipal, así como desarrollo regional y reforma del estado. En cada uno de los temas, los candidatos contaron con dos minutos y medio para el desarrollo de su postura y posteriormente se les asignó un minuto de réplica. Al término del segundo tema, los contendientes gozaron de un minuto de contrarréplica, además de otra contrarréplica con duración de un minuto y medio, al finalizar el quinto tema. La combinación

de condiciones económicas y sociales acontecidas durante la campaña del año 2006 llevó a Calderón al triunfo Singer (2009), sin embargo para otros autores en una elección tan cerrada la inasistencia a un debate puede significar perder una elección Canel (1998),

En los debates presidenciales del año 2012, cada candidato contó con un minuto y medio para hacer una intervención inicial. La moderadora fue Guadalupe Juárez, quien de manera introductoria explicó la estructura de la siguiente manera: “Abordarán en tres bloques, cuatro grandes temas desarrollados en sub temas y preguntas; cada candidato responderá una pregunta de un sub tema por dos minutos, posteriormente, los otros tres intervendrán con una réplica de un minuto y treinta segundos”; al final el candidato que contestó la pregunta, tendrá un minuto con treinta segundos. Los ejes temáticos fueron los siguientes: Economía y empleo, seguridad pública y justicia, desarrollo social y desarrollo sustentable. Los candidatos contaron con una intervención inicial y final de un minuto y medio, la primera a manera de introducción y la última, de conclusión. Posteriormente, el evento se dividió en tres bloques, en los cuales se trataron cuatro temas, los que a su vez estuvieron divididos en sub temas y preguntas; cada candidato respondió a una pregunta de un sub tema durante dos minutos. Posteriormente los otros tres candidatos intervinieron con una réplica de un minuto y medio. Para cerrar con una contra réplica de un minuto y medio del candidato que contestó la pregunta. Los sub temas y las preguntas fueron escogidos al azar por la moderadora.

Como se puede observar los debates presidenciales político-electorales en México han tenido una gran transformación hacia el modelo estadounidense, es decir, gran despliegue de los medios de comunicación, entrevistas con analistas políticos justo después de que termina el debate para declarar un ganador, esto último también llamado enfoque de *horse races*, mesas redondas de discusión acerca del debate. Esta dicotomía de simplificar el debate en términos de ganadores y perdedores puede generar un vaciamiento de contenido de dicho evento político. Arroyo (2012) menciona que la política es un espectáculo y con la aparición de las nuevas tecnologías de la información aparecieron más herramientas que facilitan su proceso de *espectacularización*, ahora resulta relativamente más sencillo poner una puesta en escena para un político y realizar un *storytelling* para su campaña; Lo cual puede favorecer la aparición de un segmento de la población que base su decisión del voto en términos de lo que los medios de comunicación reportan como el ganador Mc Combs (2014), por consiguiente dicha acción puede contribuir a la democracia, a ello Echeverría (2019a) precisa que los debates políticos “atienden tanto la libertad de expresión política, más significativa en la

medida que constituye un piso de equidad entre los postulantes al poder, y el derecho a la información del ciudadano” (p. 16).

La transición de un mercado electoral homogeneizado durante las décadas de los años cincuenta hasta los setenta Gómez (2015), y su posterior atomización producto del proceso de industrialización y urbanización durante la década de los años ochenta Magaloni (1994), dificultan la evaluación de los efectos de los debates políticos, los cuales se pueden clasificar en sintonía con Lledo (1993), en tres grandes grupos: efectos limitados, efectos no limitados y efectos de contexto de la campaña electoral, este último grupo pretende explicar las grandes diferencias empíricas de los efectos de los debates. Algunos investigadores clasifican los efectos de la comunicación política en general y de los debates en particular en modelos que tienen que ver con la psicología cognitiva y las predisposiciones de los individuos Moreno y Martínez (2006).

Sin embargo, esta americanización de los debates político electorales fue gradual y se puede observar claramente sus efectos:

1. Un alto protagonismo otorgado por los medios de comunicación a los candidatos (personalización de la política). Atribuir a las cualidades personales de un político un mensaje electoral como estrategia para persuadir (Orejuela, 2009a).
2. Las campañas electorales y los debates políticos, están enfocados en técnicas de mercadotecnia, ya que en un debate se selecciona el mensaje de una manera segmentada y el desarrollo responde a técnicas propias de la mercadotecnia. (Canel, 1999).
3. La información es un elemento clave para el ejercicio de un voto razonado Echeverría & Chong (2014) y consciente en los sistemas democráticos, sin embargo, “el potencial formativo y enriquecedor de la calidad de la democracia por parte de los debates se ve condicionado en muchos casos a la “lógica mediática” (p. 103) *espectacularizada* o de *infoentretenimiento*, que excede la cobertura periodística para penetrar en formatos de comunicación política.

Modificación de la estructura del debate televisado. Estado de la Cuestión.

Los debates políticos en México, poco a poco han tomado relevancia, del 31 de octubre al 1 de noviembre del año 2017, se llevó a cabo en la ciudad de México el Primer Foro Internacional de debates electorales dentro de las instalaciones del Instituto Nacional Electoral (INE), cuyo objetivo central fue escuchar a diferentes expertos reflexionar sobre los diferentes formatos de debate y compartir sus experiencias con México, todo esto, con un claro fin,

cambiar el formato del debate en nuestro país. A lo largo de dos días diferentes estudiosos del tema, periodistas, economistas, politólogos, compartieron sus experiencias con el público interesado. En propias palabras de Rubén Álvarez Mendiola, Secretario técnico de la Comisión de debates, los debates políticos: “pueden orientar muy bien a los ciudadanos y a las ciudadanas el sentido de su voto ¿Cómo hacer que estos debates realmente contribuyan a un voto informado?”, esa fue una de las preguntas centrales.

Para la Consejera Electoral, Pamela San Martín, “el debate es una herramienta fundamental en democracia para aportarnos a los ciudadanos elementos para la decisión que habremos de tomar respecto al ejercicio del derecho al voto”. El cambio en los procedimientos previos al debate fue profundo como lo menciona Álvarez (2017). Primero se tenía que conocer a todos los candidatos presidenciales, después se formaba una comisión temporal de debates, luego una comisión técnica de debates que se encargaban junto con los representantes de cada uno de los candidatos de establecer el formato del debate. Ahora será el propio INE el que se encargue de la organización sin intervención de representantes de los candidatos. Las novedades con el cambio de formato de los debates son las siguientes:

La realización de tres debates, dos de carácter obligatorio en tres zonas geográficas del país: Ciudad de México, Tijuana, Mérida. La existencia de más de un moderador en cada uno de los tres debates, que tendrá entre sus facultades interrumpir a los candidatos ya sea para cuestionarlos, para llamarlos al orden o para indicarles que no se desvíen del tema. Para Ivonne Acuña Murillo (2017), académica de la Universidad Iberoamericana y consultora de temas políticos y participante del foro, los debates permiten trascender la simplicidad y la inmediatez de los spots; también permiten que el ciudadano pueda contrastar las ideas de los diferentes actores políticos.

La académica expuso que, a diferencia de los spots, los debates permiten pasar de la persuasión al convencimiento ya que los políticos en los debates cuentan con más tiempo para decirnos que van hacer, con qué dinero lo van hacer, es decir, presentar datos duros. Acuña (2017a), añade que todo debate tiene un efecto didáctico, porque provee al ciudadano de información que no tenía antes de ver el debate. Si bien es cierto, el debate provee la suficiente información al ciudadano que lo ve o escucha, sin embargo, hay que matizar y decir que el efecto didáctico del debate se puede maximizar o no dependiendo de un conjunto de variables, una de la más importantes es el formato del debate, el nivel educativo y económico del ciudadano, por mencionar algunas. También menciona que los votantes al ver los debates

adquieren información que no pueden adquirir en cualquier otro momento de la campaña. Como propuesta final Acuña (2017b), destaca que los tres próximos debates se dividan de la siguiente manera: El primero, que participen todos los candidatos, para un segundo debate a manera de filtro se seleccione a los candidatos mejor posicionados para debatir mediante encuestas y el tercer debate que fuera solo entre los punteros. En este mismo sentido, el periodista e invitado, René Delgado (2017) coincide con Acuña (2017) en destacar la misma sistematización de candidatos en los tres debates. Al respecto, cabe mencionar que la propuesta rompe con un principio presente en todos los debates presidenciales en México, que es el principio de equidad de participación. Para el académico Raúl Trejo (2017), la deliberación pública se beneficia de los debates entre candidatos, sin embargo, advierte que no hay que pasar por alto que, en esa deliberación, no se termina con los debates. Trejo (2017a) “Los debates permiten que quienes aspiran a un cargo de representación se les conozca por lo que dicen y no solo por lo que se dice de ellos” esto, parte del efecto didáctico del cual habla Coleman (2000), los debates son el único evento dentro de la campaña política que permiten ver al candidato fuera de su zona de confort.

Para Trejo (2017b), los debates sirven para profundizar sobre los contenidos políticos más que los spots, además, en los debates se aprecian la carencia de un candidato y su proyecto político. Kraus (2000) compara como los debates en las sociedades contemporáneas, el maquillaje y el lenguaje corporal, pueden ser más importantes que el contenido, aunque no especifica que estas pistas perimetrales son usadas por los votantes con poco involucramiento político, aunque Sierra (2015), expone la existencia de consensos en la caracterización de los debates como una actividad acaparadora de la atención de los medios de comunicación que eclipsa el resto de las actividades de campaña, produciendo mucha información mediada Canel (2008) citado por Sierra (2015, p. 114). Echeverría y Chong (2014) develan varias ventajas, “los debates alcanzan un volumen alto de audiencia, prácticamente imposible de conseguir para otros formatos de comunicación política, así como extensa y relativamente prolongada cobertura mediática antes y después del evento” (p. 104). De esta manera los debates pudieran ser los únicos eventos de campaña capaces de atraer la atención de los ciudadanos marginalmente atentos a las campañas, pues es difícil para los votantes evadir la exposición a estos eventos”, Beinot & Klyukovsky (2014) citado por Echeverría & Chong (2016).

Nueva estructura de los debates político-electorales en México.

El primer debate presidencial del año 2018, fue bajo el formato conocido como “*Panel Of Correspondents*” que tiene la siguiente estructura: un grupo de reporteros expertos realiza una serie de preguntas a los candidatos, los reporteros pueden hacer preguntas de seguimiento para aclarar algún punto, para terminar con un alegato de cierre de cada uno de los candidatos. El tiempo que dura cada uno de los alegatos y el tiempo que tienen para responder cada uno de los candidatos a las preguntas de los reporteros, son previamente acordadas por los candidatos. *El segundo debate* presidencial, fue bajo el formato conocido como “*Town Hall*”; en éste, los candidatos responden a preguntas formuladas por personas ordinarias, las cuales se encuentran indecisas en su decisión del voto. Se permiten las preguntas de seguimiento por parte del adversario político que no tiene la palabra o por parte del moderador del debate, lo cual le permite a los ciudadanos contrastar mejor cada una de las propuestas de los candidatos. Por regla general, cada uno de los candidatos tiene un tiempo determinado para contestar a cada una de las preguntas. Los tiempos de duración del debate y de las respuestas a cada pregunta son acordados previamente.

El tercer debate, fue una variante del *panel of correspondents* en donde los ciudadanos a través de las redes sociales hicieron preguntas a los candidatos algunas de las cuales fueron retomadas por los periodistas. Al igual que en los dos debates anteriores se permitieron las preguntas de seguimiento. Dentro de sus conclusiones Otálora (2014c) precisa que se deben buscar formatos menos rígidos que permitan una percepción más real de los candidatos por parte de la ciudadanía, y en los que, éstos tengan un mayor enfrentamiento entre ellos, con lo cual se estaría cumpliendo con uno de los objetivos de los debates, que sin duda alguna, significaría reducir el marketing político y la *espectacularización* política en los debates televisados.

2. ESTRATEGIA METODOLOGÍA, MATERIALES Y MÉTODOS.

Para la evaluación ciudadana de los debates presidenciales de 2018 televisados se utilizó la siguiente metodología.

Después de la amplia búsqueda documental de trabajos similares, se aplicó un sondeo de opinión justo después del primer debate celebrado el 23 de Abril del año 2018; se elaboraron 10 preguntas, de las cuales siete estaban relacionadas con el debate y 3 correspondientes a datos sociodemográficos. El 56% de las personas que contestó son hombres y el 44% mujeres. El 49% de las personas que respondieron el sondeo tienen 38 años o más; y, el 34% son

trabajadores de empresas privadas; mientras que el 31% es trabajador de gobierno, un 13 % son estudiantes y un 19% tiene otra ocupación. En dicho sondeo de opinión, se utilizó el programa informático de *survey monkey*.

3. RESULTADOS.

A la pregunta

1. *¿Cuál de los siguientes cambios en el debate le gustó más?*

- El 39% de los encuestados mencionaron que exigir respuestas concretas a los políticos, fue lo que más les gustó;
- El 27% respondió que el hecho de que los moderadores pudieran preguntar a los políticos fue el cambio que más les gustó del debate.
- En un tercer lugar, con un 23% de los encuestados señalaron que la confrontación directa entre los candidatos.
- En un lejano cuarto lugar, los moderadores con un 6% de los encuestados
- Y por último en quinto lugar, con solo el 5% de los encuestados destacaron el tiempo determinado en que los candidatos debatieron entre sí.

Se puede inferir que el 62% de los encuestados encontró en el debate el evento político ideal para contrastar las diferentes propuestas de los candidatos, formando su propio proceso de enmarcado cuya última consecuencia final es su decisión de voto Chihu (2009).

2. *¿Cómo considera que los temas tratados en el primer debate fueron abordados por los candidatos y la candidata?*

- El 69% de los encuestados lo calificó como de manera regular, mientras que un 13% respondió cómo de muy buena y un 12% lo marcó como mala, seguido por un 5% de pésima y un 1% consideró que los temas tratados en el debate por parte de los políticos fueron abordados de manera excelente.

3. *¿Considera que los temas tratados en el debate son relevantes para decidir tu voto?*

- El 67% mencionó que si, mientras que un 33% dijo que no.

4. *Del 1 al 5, ¿Qué calificación le daría a los temas tratados en el debate? Siendo 5 la calificación más alta y 1 la más baja.*

- Un 42% le dio la calificación de 3 es decir, la calificación intermedia; mientras que un 39% optó por una calificación de 4, lo que significa, una calificación alta y un 18% de los encuestados le dio la calificación la máxima de 5.

5. *A la pregunta: Antes de observar el debate ¿ya habías decidido por cual candidato o*

candidata ibas a votar?

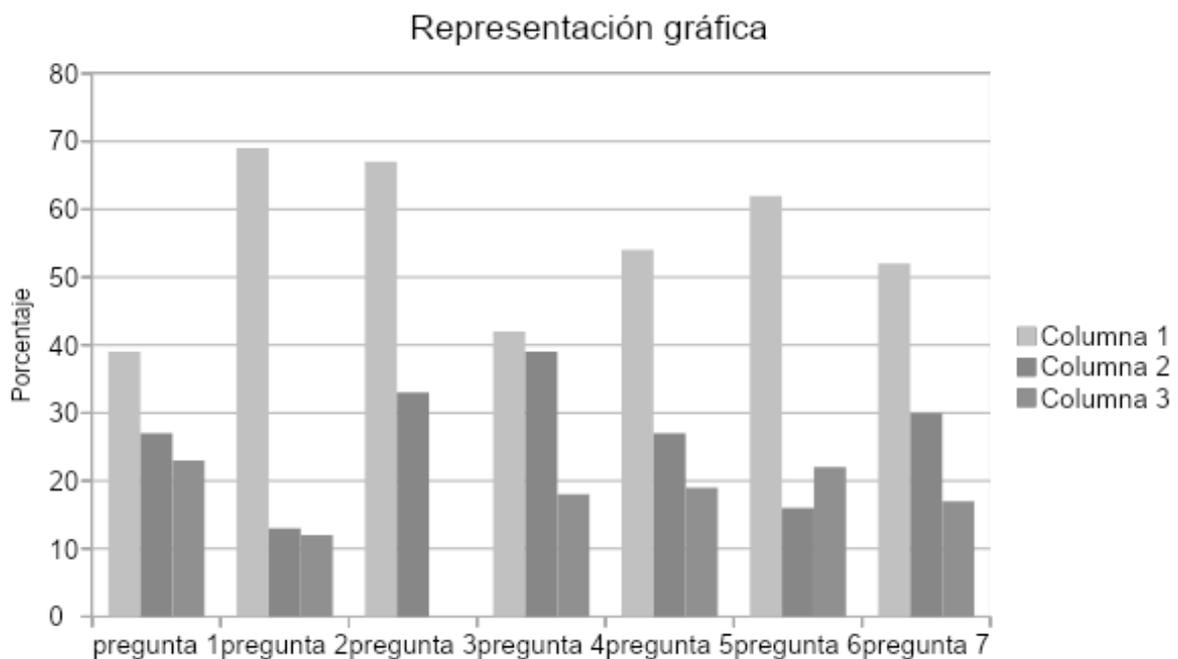
- El 54% mencionó que sí, mientras que el 27% refirió que no: y un 19% se mostró indeciso.

6. Después de observar el debate ¿cambió tu decisión del voto?

- El 16% contestó que sí, un 62% respondió que no; mientras que el 22 % quedaron indecisos.

7. ¿Qué calificación le daría al formato del nuevo debate? Siendo 5 la calificación más alta y 1 la calificación más baja.

- El 52% optó por la calificación 4 (alta), mientras que un 30% votó por la calificación 3 (media), un 17% por la calificación 5 (excelente), el 1% decidió darle 2 de calificación (baja). Ello se muestra en la siguiente gráfica.



Fuente: Sondeos de opinión. Elaboración propia.

4. CONCLUSIÓN.

Las conclusiones son en dos sentidos: el primero comprende el periodo de tiempo del año 1994 hasta el año 2012, y la segunda se centra en los últimos tres debates presidenciales televisados del año 2018. De acuerdo con el análisis de cada una de las estructuras de los debates televisados en México desde el año de 1994 hasta el año 2012 podemos concluir lo siguiente:

El formato es tan estructurado que los candidatos se muestran acartonados, esto último contraviniendo la literatura que dice que en los debates políticos se muestran los candidatos

tal cual son. (Canel José 1998; & Toussaint Florence, 2010). Menciona la americanización de los debates políticos en el mundo y lo justifican de las siguientes maneras.

En primer lugar, el alto protagonismo dado por los medios de comunicación a los candidatos (personalización de la política), y por otro lado, las campañas en general y los debates en particular están enfocados desde técnicas de mercadotecnia, ya que en un debate político se selecciona el mensaje de una manera segmentada y el desarrollo del mismo responde a técnicas propias de la mercadotecnia. Los políticos por lo general inician su intervención con un auto elogio para cerrar las mismas con un ataque a su rival, generando que el mensaje político dentro del debate se convierta en un spot más, con el propósito de generar un *framing* del antagonismo el cual parte de la dicotomía positivo negativo en donde el candidato que hace uso de la palabra busca se le asocie con cualidades positivas mientras que al rival que ataca busca se le asocie con todas las cualidades que el votante considera negativas Chihu (2009), la dicotomía anteriormente mencionada provoca la infantilización del mensaje político García (2006), aunado a la lógica de los tiempos en televisión que en treinta segundos, duración promedio del spot, el ciudadano tiene que saber tu propuesta, tus virtudes como político es decir destacar de la competencia y denostar a tu rival, como tal tarea resulta imposible de sintetizar en treinta segundos se opta por la segmentación del mensaje, la reducción simplista del mismo, lo cual no favorece la aparición de actitudes críticas en el ciudadano. Es durante el debate político que se puede evitar la construcción ideológica del régimen Vásquez (2015), ya que se hace uso de la cadena nacional para su transmisión, es decir no responde a tiempo comprado en las televisoras privadas.

El formato mexicano de debates favorece la rigidez en aras de la equidad de tiempo, por un lado; y por otro, el formato del debate favorece a los candidatos que ahí se enfrentan, en detrimento de los ciudadanos. Si bien es cierto que controlar todas las variables que suceden en un debate, es casi imposible, para los actores políticos con el formato actual de los debates en México se minimiza la confrontación, pareciendo una puesta en escena, en donde el político abusa del auto elogio y los lugares comunes. Observar al candidato “tal y como es”, resulta en un ideal, más que en una meta alcanzable. Los formatos de los debates en México aún con los nuevos cambios del año 2018 son estructurados eso aunado a la llamada equidad de tiempo genera lo que comúnmente se conoce como el “acartonamiento” de los debates, es decir, los debates son demasiado rígidos con un guión plenamente establecido y conocido por los políticos de antemano. Para comprobar este supuesto, basta analizar los discursos iniciales de

los moderadores de los mismos, en donde mencionan, palabras más, palabras menos, que las reglas establecidas en el debate, fueron mediante previo acuerdo de los partidos políticos.

Ello genera una serie de cuestiones; si los candidatos conocen de antemano los temas, los tiempos de participación y el orden de las intervenciones, no los pone en un verdadero ambiente de prueba, lo cual resultaría ser un factor importante para el ciudadano y su decisión del voto, si bien es cierto que los políticos deben conocer los temas a tratar en el debate, se tiene como premisa que dichos temas favorecerían la confrontación si fueran seleccionados por los votantes. Los debates políticos electorales presidenciales en México, siguiendo con la tendencia de los Estados Unidos de América, son cada vez más instrumentalizados varios autores dividen sus estrategias en pre, durante y post debate, con tal nivel de sofisticación que la frontera entre el mensaje político y la manera en como se dice resulta borrosa (Canel, 2009; Alonso & Adell, 2011) en otras palabras haciendo uso del viejo adagio no importa lo que dices sino como lo dice, la consecuencia es la banalización del mensaje político emitido durante el debate en donde importa más la forma que el fondo.

Aunado de que se parte de la premisa que la mayoría de los ciudadanos que observan el debate carece de una educación mediática que le permita detectar las diferentes estrategias y herramientas que utilizan los políticos durante el debate, en otras palabras, el nivel de sofisticación política entendida esta como el nivel de comprensión que tienen los ciudadanos del funcionamiento del sistema político del país Muñoz (2012). Es deficiente, si las estrategias funcionan o no y qué medida es una discusión que no ha llegado a ningún consenso, pero en la medida en que los políticos perciban que el nivel de sofisticación ciudadana es bajo existe mayores posibilidades de que las sigan utilizando. Partiendo de la primicia que gobernar a un país, es entre otras cosas, enfrentar y resolver a diario problemas que afectan a los ciudadanos a este respecto, se puede decir, que parte del trabajo del político es resolver las diferentes coyunturas que se le presentan en el ejercicio del poder, entonces una prueba de la capacidad para resolver dichos problemas nos puede venir del debate.

Si el político está bajo un ambiente de presión en el debate el ciudadano puede evaluar su respuesta y hacer la extrapolación de cómo actuaría el político al enfrentar un problema cuando ya sea presidente. Esto último le permitiría al ciudadano hacer una comparación prospectiva entre los diferentes candidatos que le pudiera llevar a tomar una decisión de voto con mayores elementos de análisis.

Otro de los factores que contribuía que los debates políticos no cumplieran con su misión

didáctica que algunos expertos le confieren (Canel, 1999; Carlin, Coleman & Hall, 2002; Kraus, 2000) o al menos, que no la cumpliera a cabalidad, es el conocimiento de los temas a tratar en el debate por parte del político, ya que el político llevaba su “monólogo” plenamente ensayado al mismo. Si bien, es cierto que los debates sirven para contrastar propuestas políticas (Canel, 2009), las estructuras de los debates desde el año 2000, facilitaban la “spotización” de los debates, esto debido al corto tiempo que tenían los candidatos para presentar sus propuestas políticas esto última consecuencia de la gran cantidad de actantes políticos que participaban en los debates, aunado a la regla de la equidad de tiempo para todos los candidatos.

Para que existan debates políticos significativos, se propone las siguientes acciones:

Primero. La organización de los debates debe ser facultad del INE sin intervención de los representantes de los partidos políticos. Tiempos equitativos, pero flexibles.

Segundo. La agenda discutida en los debates debe de ser diseñada por especialistas o seleccionada por los ciudadanos por medio de una encuesta nacional, no por los candidatos o partidos políticos.

Tercero. La organización de los debates, requiere de la intervención de los grupos sociales, universidades y medios de comunicación, en la planeación, desarrollo y que así, expresan reflexiones y conclusiones, y no solo el Instituto Nacionales Electoral, sea el único responsable de llevar a cabo estos eventos.

En resumen los ciudadanos Tamaulipecos tienen una alta valoración sobre las siguientes características dentro de un debate político televisado. Quieren respuestas concretas por parte de los políticos. Que los temas a tratar dentro del debate sean más cercanos a la ciudadanía, si bien hablar sobre Estado de derecho o gobernanza dentro de un debate político exige para su completa comprensión cierto nivel de sofisticación política y por lo tanto los ciudadanos encuestados prefieren temas más cercanos a su realidad.

5.REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Arroyo, L. (2012). El poder político en escena. Dossier De Prensa, 7(1).

Auer, J. J (1962). The counterfeit debates. En S. Kraus (Ed.), *The great debates: Background, perspective, effects* (pp. 142- 150). Bloomington, United States of America: University press

- Blog Universidad de las Américas Puebla (2019). Características *del debate*. Puebla, México.: Universidad de las Américas. Recuperado de <http://blog.udlap.mx/blog/2015/04/caracteristicasdeldebate/>
- Cacho, L. E. y Espinoza, O. (2014). Los debates en televisión de las elecciones presidenciales en el contexto de la alternancia en México. Una visión de la literatura. Ponencia, Congreso Internacional de Estudios electorales. Recuperado en <http://somee.org.mx>
- Lledo, P. C. La influencia de los debates electorales sobre la decisión de voto. *Revista Española de Ciencia Política*, (5), 143-148.
- Canel, M. J. (1999). Comunicación política (2nd.). Barcelona, España: Tecnos.
- Canel, M. J. (1998). Los efectos de las campañas electorales. *Comunicación y sociedad*, 11(1), 47-60.
- Carlin, D. (2002). Watching the debates: a Guide for viewers. *Televised election debate*, 1(1), 157-158-161-162-167.
- Casar, M. A. (2001). El presidencialismo mexicano. En gran historia de México ilustrada (21-40). Ciudad de México: Planeta de Angostini.
- Chihu Amparán, A. (2009). La construcción del antagonista en los debates presidenciales del 2006 en México. *Polis*, 5(1), 91- 92 -99.
- Chihu Amparán, A. (2010). El framing audiovisual del spot político. *Cultura y representaciones sociales*, 5(9), 174-180.
- Coleman, S. (2002). Meaningful political debate in the age of the soundbite. *Televised election debate*, 1(1), 8-9-10-11-13-17.
- Domínguez, R. (2011). Los debates político-electorales televisados en México en la voz de dos generaciones y votantes: un estudio de recepción en el ámbito de la Comunicación Política. *Global Media Journal*, 8(15).
- Echeverría, M. (2019). Evaluación y Desempeño del modelo de comunicación política mexicana. Bases teórico normativo y propuesta metodológica. En M. Echeverría (Ed.) Medios y elecciones. Una evaluación integral del modelo de comunicación política. México, Tirant Humanidades, 17 -44.
- Echeverría, M. y Chong, B. (2014). La lógica mediática en los debates presidenciales. ¿del ejercicio cívico al espectáculo? Análisis de contenido. Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). Recuperado en

https://issuu.com/coneicc/docs/de_los_medios_a_las_elecciones__fin/54

- García, D. L. (2006). La trascendencia de la campaña del “miedo” en las elecciones de 2004 y la propaganda del “peligro” en México en 2006. *Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, (109), 375-387.
- Gris, L. Perla. (2017). Debates presidenciales: la elección del formato y sus implicaciones, Temas Estratégicos No. 55, Instituto Belisario Domínguez, Senado de la República. México.
- Gómez, R. (2015). El comportamiento político: Tradiciones teóricas. En C. García, F. Martínez (Eds.), *El marco conceptual para la enseñanza de la comunicación política* (pp. 55-57). Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Hall, K. & Adasiewicz, C. (2002). What can voters learn from election debates. *Televised election debate*, 1(1), 27-28-30-39.
- Hall, J. (2002). Mission to engage. *Televised election debate*, 1(1), 179-185-186-187-188.
- Instituto Nacional Electoral. (2018). *Foro Internacional Debates Electorales: El reto hacia 2018*. Recuperado de <https://centralelectoral.ine.mx/2017/11/03/foro-internacional-debates-electorales-el-reto-hacia-2018/>
- Kraus, S. (2000). *Televised presidential debates and public policy* (2nd ed). Mahwah, Nueva Jersey: Erlbaum.
- Loeza, S. (2001). Elecciones y partidos en México en el siglo XX. *Gran historia de México ilustrada* (81-100). Ciudad de México: Planeta de Angostini.
- Magaloni, B. (1994). Elección racional y voto estratégico: Algunas aplicaciones para el caso mexicano. *Política y Gobierno, volumen I, número 2, 2do semestre de 1994*, pp 309-344.
- M. A. Alonso., Adell, Á. (2011). *Marketing Político 2.0: Lo que todo candidato necesita saber para ganar las elecciones*. Barcelona, España: Gestión 2000.
- McCombs, M. (2014). *Setting the agenda*. Cambridge, Inglaterra: Polity Press.
- Moreno, A., y Martínez, M. T. (2006). Información política e imagen de candidatos en las campañas presidenciales de 2006: Un modelo explicativo del cambio de opinión a nivel individual. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (2).
- Muñiz, C. (2012). Creando ciudadanos comprometidos. Aportación de los hábitos comunicativos al desarrollo de la sofisticación política entre los jóvenes

- Nacif, B. (2001). El congreso mexicano del siglo XX. Gran historia de México ilustrada (9, pp. 41-60). Ciudad de México: Planeta de Angostini.
- Orejuela, S. (2009). Personalización política: la imagen del político como estrategia electoral. *Revista de comunicación*, (8), 60-83.
- Otalora, J. (2014). Debates políticos y medios de comunicación. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Recuperado en https://www.te.gob.mx/publicaciones/sites/default/files//archivos_libros/Temas%20S electos%20de%20Derecho%20Electoral%20No.%2045.pdf
- Sierra, J. (2015). Atrapados por nuestras predisposiciones ante los debates electorales por televisión. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, p.p. 29 – 50. Recuperado en <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/45399/40898>
- Singer, M. (2009). Defendamos lo que hemos logrado. El voto económico en México durante la elección presidencial de 2006. *Política y Gobierno, Temático* (1), 199-235.
- Toussaint, F. (2006). Comunicación política, medios y elecciones en México. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (1).
- Vásquez Muñoz, T. C. (2016). Los partidos políticos como factores de discusión racional. Deliberación y elecciones. *Revista mexicana de opinión pública*, (20), 13-29.
- Vitiello, T. (2017). Understanding the campaign dynamics of the French presidential election. *European Politics and Policy*, 3(7), 1-4.
- Vukovic, V. Lahdelma, Ll. (2017). New election prediction: Macron will win, but the race will be closer than opinion polls suggest. *European politics and policy*, 5(5), 1-2-3-4-5-6.