

Temas estratégicos 55

febrero
2018

➤ Debates presidenciales: la elección del formato y sus implicaciones

En el marco del proceso electoral 2017-2018, la promoción de un mayor involucramiento ciudadano constituye uno de los aspectos centrales de las acciones del Instituto Nacional Electoral (INE). En este escenario, se prevé que los tres debates entre las y los candidatos a la Presidencia de la República que organizará el INE presenten un formato innovador respecto de experiencias anteriores. Principalmente, existe el interés, por parte del Instituto, de adoptar un formato más flexible que favorezca el diálogo entre los participantes y, especialmente, que permita a la ciudadanía tener una participación más activa en estos ejercicios. La elección del formato para un debate de esta naturaleza constituye, por tanto, una decisión sobre la cual vale la pena reflexionar. El rol del moderador, así como los mecanismos para incorporar la participación de los ciudadanos en los debates son sólo algunos de los elementos que permiten entender la relevancia de la elección de un formato en específico.

ANTECEDENTES Y RELEVANCIA

Las discusiones sobre la utilización de distintos instrumentos y formas de comunicación para promover la participación electoral han sido un tema recurrente en la literatura académica en ciencia política (Borgonovi *et al.*, 2010; Denny y Doyle, 2008). Mas aún, durante los períodos de campaña electoral aumenta el interés por valorar la efectividad de distintos mecanismos para: 1) informar a la ciudadanía sobre las propuestas políticas en contienda y 2) proveer insumos que les permitan tomar una decisión.

Este tema cobra relevancia en el contexto del proceso electoral en curso en el cual el Instituto Nacional Electoral (INE) tiene la responsabilidad de organizar los debates entre las y los candidatos a la Presidencia de la República. Si bien esta es una función que el Instituto ha

ejercido en procesos electorales anteriores, las modificaciones realizadas a la legislación en materia electoral derivadas de la reforma Constitucional de 2014, en el marco del modelo de comunicación política vigente, han incorporado nuevos elementos a considerar para la ejecución de esta tarea.¹

Uno de puntos clave para explicar la pertinencia de abordar este tema actualmente es precisamente el énfasis que ha otorgado el INE no sólo a la modificación del formato tradicional de debate entre candidatos presidenciales, sino a la relación de este tipo de ejercicios con objetivos de mayor alcance relacionados con fortalecer la cultura democrática en el país. Dentro del discurso institucional se identifica la necesidad de fortalecer los espacios de diálogo y delibera-

¹ Por ejemplo, como el propio INE señala, en lo relativo a la regulación de los debates, temas como la equidad, la temporalidad y la modernización deben tomarse en cuenta como parte de la organización de estas actividades. Ver: INE (2017) "Hacia nuevos debates presidenciales", disponible en: <https://goo.gl/67qs1D> [09/01/2018].

TEMAS ESTRATÉGICOS NO. 55

DEBATES PRESIDENCIALES: LA ELECCIÓN DEL FORMATO Y SUS IMPLICACIONES

DR© INSTITUTO BELISARIO DOMÍNGUEZ, SENADO DE LA REPÚBLICA

Donceles 14, Colonia Centro, Delegación Cuauhtémoc, 06020 México, Ciudad de México

Distribución gratuita. Impreso en México.

Números anteriores de Temas Estratégicos:

<http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/handle/123456789/1867>

ción. Por ejemplo, en el marco de la Estrategia Nacional de Cultura Cívica (ENCCÍVICA), el propio INE ha situado el tema del diálogo como uno de los ejes estratégicos de esta política pública cuya instrumentación, a través de la línea de acción “creación de espacios para el diálogo democrático”, persigue:

Construir puentes de entendimiento entre actores sociales y políticos a partir de la identificación de agendas comunes, análisis de las plataformas electorales de los partidos, incorporación de nuevos temas comunes a la agenda pública y política del país, construcción de identidades partidarias y formación de capital social positivo (INE, 2016, p. 315).

Así, discutir en qué medida la relevancia dada al diálogo y, dentro de éste, a los debates como una herramienta de deliberación, se ha traducido en acciones concretas que trasciendan el ámbito discursivo es un aspecto sobre el que vale la pena reflexionar con mayor detalle. En otras palabras, se requiere entender cómo el énfasis dado a este tema y el reconocimiento explícito, por parte del INE, de la necesidad de modificar los formatos de debate tradicionales, se han transformado en actividades específicas para su organización en el proceso electoral en curso.

En este contexto, el rol de los debates entre candidatos en campañas políticas es un objeto de análisis interesante como un espacio en el que los participantes en la contienda electoral exponen y confrontan sus propuestas con la

intención de que la ciudadanía tenga mayor conocimiento sobre sus plataformas políticas y, con esto, tener la capacidad de persuadirlos.

En general, los académicos han valorado si los debates cumplen con el propósito antes descrito, en términos de cómo afectan el comportamiento de los votantes y la inserción de temas de política en la agenda pública (Benoit *et al.*, 2003; 2001). Sin embargo, se ha reflexionado menos sobre las implicaciones que tienen los formatos bajo los que se realizan los debates. Por consiguiente, este documento se centra en exponer algunas discusiones clave relacionadas con los formatos de los debates entre candidatos presidenciales y las ventajas y limitaciones que presentan.

Para el desarrollo de esta discusión, el documento se divide en cuatro apartados. El primero expone de manera sucinta elementos teóricos básicos sobre los debates presidenciales y su rol como un instrumento de vinculación con el electorado. El segundo apartado está dedicado a presentar algunos de los principales formatos de debate presidencial existentes y sus características. Posteriormente, se describen las condiciones generales que establece la legislación mexicana para el desarrollo de debates presidenciales, tarea conferida al INE y que, como se señaló, sufrió cambios a partir de la reforma Constitucional de 2014. La última parte está dedicada a exponer algunas reflexiones finales y a subrayar un conjunto de riesgos potenciales identificados para la organización de los próximos debates presidenciales.

I. EL DEBATE COMO VÍNCULO ENTRE CANDIDATOS Y VOTANTES

Los debates en campañas políticas han sido estudiados por distintos autores (Shah *et al.*, 2016; Pfau, 2002; Abramowitz, 1978) para valorar su utilidad en la modificación del comportamiento de los votantes. En este tenor, se ha destacado su rol como un instrumento para aumentar el conocimiento del electorado acerca de los candidatos y sus propuestas, dado que estos...

No sólo mejoran el conocimiento público acerca de los candidatos y sus posturas respecto de ciertos temas, sino que estos beneficios ocurren en personas con distintos niveles de conocimiento base, lo cual puede mitigar deficiencias observables en la cobertura mediática de las campañas (Turcotte, 2015, p. 240).

Esto pone de manifiesto que la capacidad de los debates para transmitir información clave al electorado no es menor. De hecho, se ha sostenido que el simple hecho de proveer más información a los votantes implícitamente también ayuda a persuadir el cambio en preferencias electorales (Holbrook, 1999).

Son precisamente estos dos aspectos – informar y persuadir – los que se perciben como más recurrentes en las discusiones teóricas sobre la utilidad de los debates. Coleman y Boss (2016) realizaron una revisión exhaustiva de la literatura sobre este tema, con énfasis en el caso de los debates presidenciales televisados. De acuerdo con estos autores, es posible observar dos clases

de efectos en el electorado. En cuanto al cambio de las preferencias del votante, la evidencia es poco concluyente: “los espectadores son más proclives a poner atención a aquella perspectiva que es más cercana a la propia y a utilizar la información del debate para reforzar su postura original” (Coleman y Moss, 2016, p. 4). Además, la evidencia muestra que el interés de los votantes en procesos electorales aumenta con los debates, pues estos estimulan a los ciudadanos a participar de forma más activa en la discusión pública (Coleman y Moss, 2016).

Los debates involucran más a los ciudadanos en el proceso electoral debido a que, por su naturaleza, permiten conocer y contrastar las posturas de los candidatos, haciendo más evidentes y explícitas las diferencias entre los distintos participantes (Hart y Jarvis, 1997). Mas aún, como señalan Gottfried *et al.*, el debate constituye un mecanismo de vinculación entre los candidatos y los votantes derivado del hecho de que estos últimos

dependen de los medios y de las campañas para contar con la información necesaria para ‘votar correctamente’ [...] una función importante de las campañas presidenciales, por tanto, es informar a los votantes sobre las posturas de los candidatos frente a temas de política y sobre otra información relevante para la elección (Gottfried *et al.*, 2001, p. 390).

Sin embargo, la función de los debates no está constreñida a informar, sino también a facilitar el proceso de análisis para la definición del voto. Esto significa que la información que reciben los ciudadanos les permite comparar y contrastar las posturas de los candidatos sobre un mismo tema y, con base en esto, evaluar sus alternativas de voto (Benoit y Hansen, 2004). Además, ofrecen una oportunidad para que los candidatos mejoren su imagen ante el electorado (McKinney y Warner, 2013).

Lo anterior es consistente con las funciones de información y persuasión de los debates. Al respecto, vale la pena referirse al trabajo de Pfau (2002) quien analizó ambos aspectos y concluyó que, si bien el alcance persuasivo de los debates es menos evidente que el informativo, el contexto es clave para entender estas diferencias. Aspectos como el nivel de competencia entre los candidatos, la dinámica de las campañas políticas o las características de los votantes pueden influir en los posibles efectos de

un debate. Lo anterior da pauta para reflexionar, en secciones subsecuentes, sobre la influencia que tiene modificar elementos relacionados con el formato de los debates, pues estos pueden aumentar o disminuir el alcance de la información que se transmite. En este tenor, el análisis del caso estadounidense muestra datos interesantes respecto de la importancia del contexto. Abramowitz (1978), a finales de los años setenta, analizó la influencia en el comportamiento del votante del primer debate presidencial de 1976. La evidencia que obtuvo este autor mostró un interés creciente en algunos temas de política (e.g. desempleo); sin embargo, no se identificó un impacto en la intención del voto y, en realidad lo que Abramowitz documentó fue la reafirmación de preferencias que ya tenían los electores.

Sobresale también el trabajo de Denny y Doyle (2008) centrado en el caso del Reino Unido, en el que estudiaron las determinantes de la participación electoral incorporando variables cognitivas y de personalidad, así como el factor de interés en temas políticos. Al respecto, uno de los hallazgos interesantes de este estudio y que es pertinente para el tema de este documento, es que aun cuando exista interés en lo político, no necesariamente esto basta para que participen electoralmente.

Esta discusión general sobre la utilidad de los debates en el contexto de las campañas electorales permite hacer dos consideraciones importantes. La primera es que estos constituyen un instrumento relevante para la transmisión de información clave al electorado. A través de los debates, los candidatos tienen la posibilidad de subrayar aquellos asuntos de política que consideran prioritarios y, en el marco de estas actividades, establecer sus posturas. La segunda es que, en menor medida, los debates también tienen una función persuasiva al incrementar el interés y el nivel de involucramiento de la ciudadanía en los asuntos políticos.

Es necesario establecer mecanismos para valorar cómo la forma en la que se desarrollan este tipo de ejercicios contribuye a alcanzar los objetivos planteados, no únicamente aquellos debates promovidos y organizados por la autoridad electoral, sino también los que se realicen por iniciativa de los medios de comunicación o de otros actores presentes en el espacio público.

II. LA RELEVANCIA DEL FORMATO EN LOS DEBATES PRESIDENCIALES

Como se describió en el apartado anterior, la utilidad de los debates como instrumentos de información y persuasión, así como de fortalecimiento democrático, ha sido un aspecto abordado en la literatura. Varios autores coinciden en señalar que la utilización de instrumentos de esta naturaleza tiene efectos positivos en el nivel de involucramiento de la ciudadanía en los asuntos políticos y, en general, en aquellos que atañen a la colectividad (McKinney y Warner, 2013; McKinney y Rill, 2009).

Vale la pena discutir la manera en la que se desarrollan los debates en la práctica, es decir, el formato. Si bien este ha sido un aspecto estudiado en menor medida, algunos autores han logrado documentar los resultados que generan distintos tipos de formatos. Es relevante hacer dos consideraciones iniciales. La primera es que, si bien derivado de los distintos sistemas políticos existentes es posible encontrar múltiples formatos de debate, uno de los elementos clave para caracterizar cada tipo de formato es el nivel de interacción que permite entre los participantes. La segunda es que, aunado a la interacción, se encuentra el nivel de participación que permite a la ciudadanía, es decir, en qué medida un formato promueve o limita una comunicación más directa entre ciudadanos y políticos.²

Las diferencias que se perciban respecto de estas dos variables —interacción entre participantes y nivel de involucramiento de la ciudadanía— dan la pauta para entender, con mayor claridad, las implicaciones de elegir un formato sobre otro. Carlin *et al.* (2001), por ejemplo, analizaron este tema en el caso de los debates presidenciales de los Estados Unidos de América durante la elección del año 2000, a partir de estudiar el efecto de los distintos formatos en el nivel de confrontación entre participantes, en su argumentación, así como en las decisiones estratégicas que tomaron durante estos ejercicios. Esta experiencia generó evidencia acerca de que no sólo el formato, bajo una concepción integral, puede afectar el resultado de un debate, sino también factores contextuales rela-

cionados, por ejemplo, con la forma en la que se desarrollan las campañas o con el nivel de interacción que se genere entre candidatos y votantes mediante el uso de redes sociales. En el mismo sentido, el grupo de trabajo Annenberg para la reforma de los debates de campaña en EE. UU. (*Annenberg Public Policy Center*, 2015) recomienda aprovechar estos factores contextuales en el formato, a través, por ejemplo, de aumentar las plataformas de medios donde se transmiten los debates, revisar en qué momento del año es mejor realizarlos y usar formatos donde los candidatos utilicen su tiempo de manera estratégica a voluntad, en lugar de tener minutos programados en rondas (esto se conoce como formato de reloj de ajedrez porque replica el mismo mecanismo utilizado en el ajedrez profesional).

Sin embargo, bajo la premisa de las dos variables señaladas, el tema del formato puede analizarse de forma aún más específica al referirse a dos cuestiones en particular. Por una parte, está el rol del moderador del debate y sus características. Por otra, la forma en la que se plantean las preguntas a los participantes y cómo esto tiene implicaciones en la construcción de sus argumentos sobre distintos temas. Ambos elementos han sido discutidos en la literatura pues se han identificado como temas sustantivos para entender las dinámicas que se generan durante un debate (McKinney, 2005; Benoit y Hansen, 2004).

En lo relativo a los moderadores los autores destacan dos puntos. El primero es el nivel de involucramiento que se le otorga a este actor, es decir, en qué medida el moderador puede intervenir en la discusión. Isotalus (2001), quien estudió el caso finlandés, señala que el rol del moderador puede variar en distintos contextos, incluso a partir de elementos culturales como la tendencia a evitar la confrontación o los ataques directos entre participantes. No obstante, no debe obviarse el hecho de que la forma en la que esta figura participa en el debate afecta la manera en la que los políticos actúan y se comunican entre sí.

2 Para profundizar en este tema es recomendable referirse a: INE (2017). “Hacia nuevos debates presidenciales”. Disponible en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5498558&fecha=26/09/2017&print=true [09/01/2018].

Richardson *et al.* (2008) señalan que el rol del moderador puede influir en el debate pues es quien, “al elaborar las preguntas dirigidas a los candidatos (y al decidir qué temas no explorar) puede moldear la agenda” (p. 1259). El trabajo de Turcotte (2015) también abona a la discusión. Este autor enfatiza las características de los moderadores clasificándolos en aquéllos vinculados con la prensa comercial y periodistas con actividad sin fines de lucro. Esta distinción, de acuerdo con Turcotte, importa en términos del sesgo que puede generar este actor en el debate. Al respecto, señala:

Los periodistas comerciales no son más propensos a abstenerse de enfocarse en *soft news* [...] que los periodistas públicos y sin fines de lucro. De hecho, superan a los medios sin fines de lucro en el establecimiento de una agenda de noticias duras y políticas. Nuevamente, los reporteros comerciales pueden valorar su función de moderador de forma diferente a sus responsabilidades periodísticas diarias y, al hacerlo, asumir un rol más activo en el servicio de las necesidades de información pública (Turcotte, 2015, p. 252).

Lo anterior significa que, si bien el rol del moderador influye en el desarrollo del debate, el sesgo que podría haber en su función no parece estar asociado con su procedencia como periodista, en cambio, éste podría explicarse más a partir del nivel de participación que le permita un formato determinado. Un punto adicional relacionado es la forma en la que el moderador puede plantear las preguntas a los candidatos. Ben-Porath (2007), al analizar el caso de los debates intra-partidos en las elecciones primarias de 2004 en Iowa y New Hampshire, señala que esta acción puede llevar implícito también un sesgo vinculado con la intención que subyace a las preguntas, dependiendo del candidato al que estén dirigidas. Sin embargo, la discusión parece centrarse en el nivel de participación y libertad que se otorga a los moderadores en el debate, en función de las reglas y el formato establecido, lo que les permite tener un rol más activo o pasivo, según sea el caso (Micovic y Gallego-Reguera, 2017). En este tenor, la comisión Annenberg (2015) sugiere que podrían fungir académicos, presidentes de universidades, jueces retirados u otro tipo de expertos como potenciales moderadores con la finalidad de mejorar el contenido de aquello que se pregunta en los debates.

El segundo punto alude al nivel de involucramiento que un formato permite a la ciudadanía. Destaca el caso del *Town Hall format*, el cual promueve una interacción más directa entre candidatos y votantes, al facilitar que sean estos últimos quienes planteen las preguntas.³ Bajo esta premisa, estas discusiones pueden vincularse con el nivel de participación que tiene la ciudadanía, tanto electoral como no electoral. Este no es un tema menor, de hecho constituye uno de los aspectos que más atención ha recibido en la literatura en esta materia (Hafer y Ran, 2016; Šiber, 2004).

La elección del formato de un debate presidencial también importa en la medida en la que aquéllos que promueven una participación más directa de la ciudadanía (como el *Town Hall*, por ejemplo) deben considerar el perfil de quienes efectivamente se prevé que se involucren. Al respecto, un estudio interesante es el realizado por McKinney (2005) sobre el caso estadounidense. Este autor centró su análisis precisamente en el nivel de involucramiento y libertad otorgado a los ciudadanos en los debates presidenciales, tomando como unidades de análisis los formatos utilizados en los debates presidenciales de 1992 y 2004. Los hallazgos principales sugieren que otorgarles mayor libertad a los ciudadanos para participar –por ejemplo, permitiendo que hagan preguntas de seguimiento– promueve que los temas que se discutan estén más alineados con aquéllos que son de mayor relevancia para la sociedad en general. En contraste, cuando existen más restricciones a la participación –por ejemplo, cuando el moderador pre-selecciona las preguntas– los temas discutidos tienden más a relacionarse con la personalidad de los candidatos que con asuntos de interés colectivo. Sin embargo, la comisión Annenberg (2015) recomienda que estos debates, aunque incluyan ciudadanos, no cuenten con público en vivo, pues este factor podría distorsionar en televisión las percepciones de las opiniones sobre los candidatos de quienes los sintonicen.

En este sentido, es una tarea interesante aludir a algunas de las características principales del formato de debates entre candidatos presidenciales realizados recientemente. Para este propósito, se describen de forma sucinta los casos de los debates ocurridos en Francia, Chile, Estados Unidos de América y España (tabla 1).

³ Para profundizar sobre el tema del formato del *Town Hall* debate se recomienda referirse al trabajo de McKinney y Carlin (2004).

Tabla 1. Principales características del formato de debate presidencial (cuadro comparativo)

Caso	Rol del moderador (es)	Organizador	Interacción entre participantes
Macron – Le Pen (Francia, 2017) https://goo.gl/bNqbqA	Establecen reglas para el desarrollo del debate, poca intervención, generalmente, para subrayar la relevancia de discutir un tema.	TF1 y France 2	Nivel de confrontación alto, atención puntual a un reparto equitativo del tiempo entre ambos candidatos.
Piñera – Guillier (Chile, 2017) https://goo.gl/MS9oJy	Cuatro periodistas participan planteando preguntas con base en los ocho bloques temáticos definidos.	Asociación Nacional de Televisión	Poca interacción entre los candidatos, dinámica mayormente centrada en exponer posturas respecto de cada tema abordado.
Clinton – Trump (EE.UU., 2016) https://goo.gl/6iwKzS	Mayor participación del moderador, no únicamente planteando las preguntas sino dando seguimiento a las respuestas de los candidatos y promoviendo la generación de respuestas concretas a las preguntas	<i>Commission on Presidential Debates</i>	Confrontación entre candidatos a través del contraste de posturas políticas respecto de distintos temas.
Rajoy – Sánchez (España, 2015) https://goo.gl/ubQtKw	Participación limitada del moderador, estableciendo las preguntas, poco seguimiento a respuesta de participantes.	Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España	Confrontación entre candidatos, mayor flexibilidad en el uso del tiempo.

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 1 resume algunas de las características observadas en cada uno de estos debates. Cabe señalar que el propio INE, en su estudio “Hacia nuevos debates presidenciales”, realizó un análisis comparativo del formato utilizado en los debates presidenciales de siete países, el cual se centró en variables relacionadas con el moderador, la interacción entre participantes, el nivel de espontaneidad y la participación de la ciudadanía. Sin embargo, el propósito de aludir a estos casos en particular es comparar, desde una óptica ciudadana, cómo los formatos de debate generan dinámicas distintas que promueven o limitan la deliberación entre candidatos. Como es posible observar, los medios de comunicación se involucran activamente en la organización de los debates, un aspecto que contrasta con el caso mexicano en donde la autoridad electoral nacional lidera este proceso y en donde los partidos políticos han tenido una participación importante. Sobre este tema, dentro del discurso del INE se reconoce que debe limitarse la influencia de los partidos políticos en la selección del formato de un debate presidencial. El propio Secretario Ejecutivo del Instituto subrayó la necesidad de “expropiarles a los partidos la organización” de estos ejercicios en el ánimo de promover que sean espacios más ciudadanos y menos partidistas.⁴

Asimismo, estas experiencias internacionales permiten observar, en su mayoría, dinámicas que favorecen una mayor interacción — e incluso confrontación — entre los participantes. Considerando las características de los debates presidenciales realizados en México en procesos electorales anteriores, una modificación sustantiva sería precisamente aquella que favoreciera una discusión más activa entre los participantes sobre distintos temas de interés general. Lo anterior, tiene implicaciones tanto en el rol del moderador, es decir, en el alcance de sus intervenciones para detonar la discusión, guiarla o profundizar en las respuestas, como en el manejo del tiempo y en la preservación de las “condiciones de equidad en el formato y trato igualitario”.⁵

Un punto adicional es la participación de la ciudadanía en los debates. Destaca en este sentido, el caso de los Estados Unidos de

América, en donde se ha utilizado el formato *Town Hall* en el que la ciudadanía cuestiona a los candidatos directamente. Sin embargo, en el resto de los casos, en mayor o menor medida, la interacción se centra entre los participantes o entre los participantes y el moderador (o moderadores, como en el caso chileno). Así, de forma independiente a la valoración de un esquema que permita una participación más directa de la ciudadanía (i. e. audiencia en vivo, interacción a través de redes sociales, entre otros) una pregunta clave es *¿en qué medida los cuestionamientos realizados en el marco de un debate efectivamente reflejan las inquietudes de los ciudadanos?*

Más allá de los mecanismos que puedan utilizarse para una incorporación más efectiva de los ciudadanos en los debates, la vinculación entre los temas de discusión y las preocupaciones colectivas es un aspecto clave a preservar bajo la premisa de convertir este tipo de actividades en espacios de deliberación colectiva.

Por una parte, se genera la necesidad de diseñar con claridad los procesos para promover el acceso de la ciudadanía a estos ejercicios. Por otra, demanda también la adopción de un formato de debate que favorezca la discusión de temas de interés nacional en un espacio de libertad de expresión y de deliberación entre ciudadanos y candidatos. Si bien no es el foco de este documento, la comparación entre estos casos sirve también para reflexionar acerca de su efectividad en distintos aspectos. Por esta razón, las discusiones *post* debate permiten vislumbrar los aspectos que la opinión pública toma como referencia para evaluar el desempeño de un candidato. En este sentido, el caso estadounidense sirve para ejemplificar el tipo de análisis que tiene lugar luego de un debate presidencial. Una de las herramientas más recurrentes son las encuestas sobre intención de voto. En 2016, distintos medios de comunicación señalaron que Hillary Clinton había tenido un mejor desempeño en el debate presidencial y esto se había reflejado en las encuestas. Algunos de los argumentos vertidos sobre este tema aludían a la falta de “sustancia” en los comentarios de Donald Trump, en contraste con la precisión y el dominio en distintos asuntos de política identi-

⁴ Esta declaración forma parte de la intervención del Secretario Ejecutivo del INE en el foro internacional “Debates electorales: el reto hacia 2018” realizado el 31 de octubre y 1 de noviembre de 2017. Para mayor referencia ver: <https://goo.gl/MVW6L6> [12/02/2018]

⁵ Previstas en el artículo 304 del Reglamento de Elecciones.

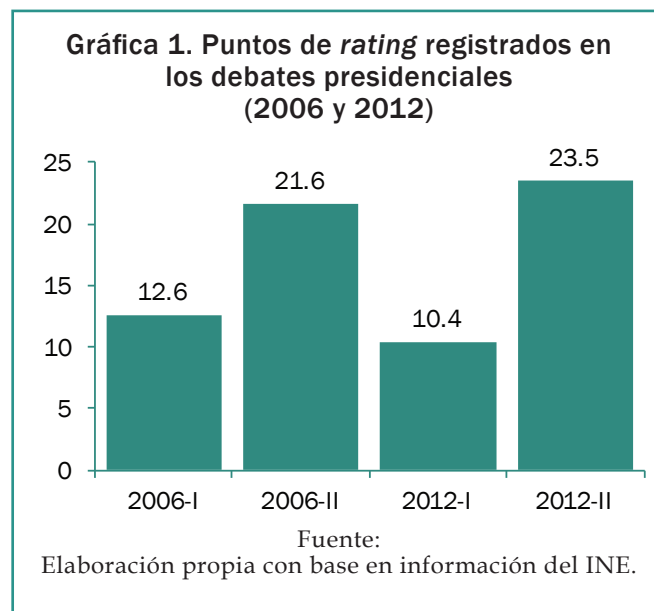
ficados en el discurso de Clinton.⁶ Sin embargo, la percepción sobre “ganadores y perdedores” de un debate puede no ser consistente con el resultado de una elección, como sucedió precisamente en el caso estadounidense. Este último punto permite realizar una observación importante. Como se ha documentado en la literatura en la materia, la evidencia sobre la efectividad de los debates en temas como modificar la intención del voto es poco concluyente, por tanto, es importante valorar estos ejercicios en su justa dimensión como parte de un conjunto más amplio de acciones de promoción y comunicación política.

La propia vinculación que realiza el INE con acciones de más largo alcance como la promoción de espacios de diálogo es el elemento sustantivo de esta discusión. Fortalecer estos espacios de deliberación, tanto aquéllos promovidos por el INE como por otras instancias, permite hacer más explícita la relación entre el fortalecimiento de la cultura democrática y la adopción de formatos de debate que favorezcan un debate más sofisticado entre los candidatos y, como consecuencia, que se conviertan en un medio efectivo para transmitir mensajes clave al electorado que le permitan ejercer un voto informado.

III. EL CASO MEXICANO Y LAS IMPLICACIONES DERIVADAS DE LA REFORMA CONSTITUCIONAL DEL 2014

El desarrollo de los debates presidenciales, en procesos anteriores, recayó también en el entonces Instituto Federal Electoral (IFE), en coordinación con la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT). Un aspecto que destaca de las dos experiencias previas (2006 y 2012) es que la realización de los debates presidenciales, cuya organización estaba prevista en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), proveía a los partidos políticos de mayor espacio para participar en la definición del formato, restringiendo el rol del IFE en este proceso.⁷ Esto contribuyó a que esos debates se percibieran como rígidos y poco dinámicos, aspecto que “inhibe la espontaneidad y la interacción entre los candidatos para contraponer sus argumentos” (Domínguez 2014, p. 2).

Sólo para ejemplificar, de acuerdo con cifras del INE, durante los dos debates presidenciales de los procesos electorales 2006 y 2012, las transmisiones televisivas alcanzaron en su nivel máximo, 23.5 puntos de *rating* (gráfica 1). En ambos procesos, los niveles de audiencia más altos se obtuvieron durante el segundo debate, es decir, aquél que estaba más cercano al día de la elección.



Las condiciones en las que se desarrollaron los debates presidenciales bajo el formato anterior —previo a la reforma político electoral de 2014— despertaron poco interés. Bajo ese esquema, la interacción con la ciudadanía era prácticamente nula y los candidatos profundizaban poco en la argumentación de sus propuestas (Domínguez, 2014).

⁶ Para mayor referencia se sugiere revisar algunos de los análisis post debate realizados por medios de comunicación como la BBC y The New Yorker: “Presidential election debate: Trump and Clinton Clash” <https://goo.gl/hC8U5T> [13/02/2018] y “How much damage did the debate do to Donald Trump?” <https://goo.gl/HztoDP> [13/02/2018].

⁷ Para profundizar en los formatos de debates presidenciales previos a la reforma político electoral de 2014 se sugiere referirse al trabajo de Arroyo *et al.* (2015).

En el modelo actual, el tema de la organización de los debates presidenciales está previsto en el artículo 218 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE), el cual establece lo siguiente:

1. El Consejo General organizará dos debates obligatorios entre todos los candidatos a la Presidencia de la República y promoverá, a través de los consejos locales y distritales, la celebración de debates entre candidatos a senadores y diputados federales.
2. Para la realización de los debates obligatorios, el Consejo General definirá las reglas, fechas y sedes, respetando el principio de equidad entre los candidatos.
3. Los debates obligatorios de los candidatos al cargo de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, serán transmitidos por las estaciones de radio y televisión de las concesionarias de uso público. Los concesionarios de uso comercial deberán transmitir dichos debates en por lo menos una de sus señales radiodifundidas cuando tengan una cobertura de cincuenta por ciento o más del territorio nacional. Las señales de radio y televisión que el Instituto genere para este fin podrán ser utilizadas, en vivo y en forma gratuita, por los demás concesionarios de radio y televisión, así como por otros concesionarios de telecomunicaciones. El Instituto realizará las gestiones necesarias a fin de propiciar la transmisión de los debates en el mayor número posible de estaciones y canales.
4. En los términos que dispongan las leyes de las entidades federativas, los consejos generales de los Organismos Públicos Locales, organizarán debates entre todos los candidatos a Gobernador o Jefe de Gobierno del Distrito Federal; y promoverán la celebración de debates entre candidatos a diputados locales, presidentes municipales, Jefes Delegacionales y otros cargos de elección popular, para lo cual las señales radiodifundidas que los Organismos Públicos Locales generen para este fin podrán ser utilizadas, en vivo y en forma gratuita, por los demás concesiona-

rios de radio y televisión, así como por otros concesionarios de telecomunicaciones.

5. En el supuesto del párrafo anterior, los debates de los candidatos a Gobernador y Jefe de Gobierno del Distrito Federal, deberán ser transmitidos por las estaciones de radio y televisión de las concesionarias locales de uso público, en la entidad federativa de que se trate. El Instituto promoverá la transmisión de los debates por parte de otros concesionarios de radiodifusión con cobertura en la entidad federativa que corresponda y de telecomunicaciones.
6. Los medios de comunicación nacional y local podrán organizar libremente debates entre candidatos, siempre y cuando cumplan con lo siguiente:
 - Se comunique al Instituto o a los institutos locales, según corresponda;
 - Participen por lo menos dos candidatos de la misma elección, y
 - Se establezcan condiciones de equidad en el formato.
7. La transmisión de los debates por los medios de comunicación será gratuita y se llevará a cabo de forma íntegra y sin alterar los contenidos. La no asistencia de uno o más de los candidatos invitados a estos debates no será causa para la no realización del mismo.

Estos elementos establecidos por la LGIPE se especificaron en el Reglamento de Elecciones aprobado por el Consejo General del INE en 2016. En este reglamento se puntualizan aspectos que se destacan en la figura 1.

Dado el alcance del presente documento, la discusión se centrará en lo relativo a los debates obligatorios que debe organizar el INE entre los candidatos a la Presidencia de la República. Al respecto, como establece la normatividad en la materia, se formalizó el 8 de septiembre de 2017 la creación de la Comisión Temporal encargada de coordinar la realización de debates en la elección presidencial.⁸ El 27 de septiembre de 2017, se instaló dicha Comisión Temporal y se

⁸ Esta comisión temporal es presidida por el consejero Benito Nacif Hernández e integrada por los consejeros Ciro Murayama Rendón, Enrique Andrade González, Marco Antonio Baños Martínez y Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles. El titular de la Coordinación Nacional de Comunicación Social del INE funge como Secretario Técnico y el titular de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos es invitado permanente. Asimismo, participan los consejeros del Poder Legislativo y los representantes de los partidos políticos. Acuerdo del Consejo General INE/CG408/2017.

Figura 1. Elementos clave relacionados con el desarrollo de debates previstos en el Reglamento de Elecciones



Fuente: Elaboración propia con base en información del Reglamento de Elecciones.

aprobó su plan de trabajo. Posteriormente, el 22 de noviembre de 2017, en el seno del Consejo General del INE se aprobaron y emitieron las Reglas básicas para la realización de los debates

entre las y los candidatos a la presidencia de la república durante el proceso electoral federal 2017-2018, así como los criterios objetivos para la selección de las y los moderadores (ver tabla 2).⁹

Tabla 2. Contenido general de las Reglas básicas para la realización de los debates entre las y los candidatos a la Presidencia de la República (Proceso electoral federal 2017-2018)

Número de debates	<ul style="list-style-type: none"> Si bien la LGIPE (art. 218) establece la obligatoriedad de realizar dos debates, esto no es limitativo, por lo que el Consejo General, en el marco de la ENCCÍVICA, estableció la pertinencia de llevar a cabo tres debates entre los candidatos a la Presidencia de la República.
Lugar y fecha de realización	<ul style="list-style-type: none"> Primer debate: domingo 22 de abril de 2018 (20:00 hrs.) Ciudad de México. Segundo debate: domingo 20 de mayo de 2018 (20:00 hrs.) Tijuana, Baja California. Tercer debate: martes 12 de junio de 2018 (21:00 hrs.). Mérida, Yucatán
Temáticas	<ul style="list-style-type: none"> Temas de carácter nacional e interés general. Se considera relevante que se aborden temas específicos por región.

Fuente: Elaboración propia con base en la LGIPE y el Acuerdo INE/CG562/2017.

9 Acuerdo INE/CG562/2017.

Tabla 2. Contenido general de las Reglas básicas para la realización de los debates entre las y los candidatos a la presidencia de la república (Proceso electoral federal 2017-2018) (continuación)

Modificaciones en el formato	<ul style="list-style-type: none"> • Se promoverá que la exposición de temas que haga cada candidato sea de forma más libre y que se evite el uso de respuestas memorizadas o apegadas a un guión preestablecido. • En el ánimo de que el debate se realice de forma más espontánea, los candidatos no conocerán a priori las preguntas que se les formularán. • Se prevé una participación más activa de la ciudadanía en el desarrollo de los debates.
Criterios para la selección de los moderadores	<ol style="list-style-type: none"> 1) Probada trayectoria en el ejercicio periodístico o el análisis político. 2) Experiencia en la conducción de programas noticiosos o de debate o análisis político en medios electrónicos. 3) Conocimiento de los temas de la coyuntura nacional. <ul style="list-style-type: none"> • La Comisión Temporal de Debates propondrá a los moderadores y será el Consejo General quien realizará la selección. • Se les sensibilizará sobre la relevancia de llevar a cabo su rol como moderadores sin protagonismos y sin inhibir la interacción entre los participantes.
Difusión	<ul style="list-style-type: none"> • Se transmitirán a través de las estaciones de radio y televisión de las concesionarias públicas, así como por las de uso comercial en, al menos, “una de sus señales radiodifundidas cuando tengan una cobertura de cincuenta por ciento o más del territorio nacional”¹⁰.

Fuente: Elaboración propia con base en la LGIPE y el Acuerdo INE/CG562/2017.

El conjunto de normas para la realización de los debates presidenciales en el contexto del proceso electoral 2017-2018 pone de manifiesto dos temas a destacar. Por una parte, es perceptible la intención del INE de flexibilizar el formato del debate con el propósito principal de facilitar la interacción entre los candidatos y permitir un mejor intercambio de ideas y opiniones. Este es un aspecto que el propio INE identificó como necesario a partir del estudio “*Hacia nuevos debates presidenciales*” que documentó algunas de las áreas de mejora que presentaban formatos anteriores, como el del debate del 2012, sobre el que se señaló lo siguiente:

1. Las reglas de participación y de intervención no permiten una discusión directa de ideas, ni interacción entre los participantes.
2. La selección y formulación de preguntas no permite la generación de respuestas espontáneas por parte de los participantes.
3. El papel del moderador se limita a realizar las preguntas establecidas y dar a conocer las reglas del formato.

4. La participación directa de la ciudadanía o de las audiencias en el debate es nula.¹¹

Estas críticas evidencian lo discutido en el apartado teórico de este documento respecto de la relevancia de que el formato favorezca la discusión y, por otra parte, de que existan vías para generar un intercambio más directo entre ciudadanía y candidatos. Derivado de la adopción de este enfoque, el INE ha establecido nuevos criterios para la organización de los tres debates entre las y los candidatos a la Presidencia de la República programados en el marco del proceso electoral actual, los cuales muestran aspectos clave relativos al formato sobre los que es importante reflexionar (tabla 3).

Destaca que el Instituto utilizará un formato distinto para cada uno de los debates. Lo anterior significa que el rol del moderador, la interacción entre los participantes, así como la incorporación de la ciudadanía se realizarán bajo modalidades que generarán dinámicas diferenciadas. Esto pone de manifiesto el interés del INE para flexibilizar el formato que se había utilizado tradicionalmente y

¹⁰ Dado que se realizarán tres debates en lugar de los dos previstos por la LGIPE, el INE pondrá a consideración del Comité de Radio y Televisión y, posteriormente al Consejo General, la discusión sobre la obligatoriedad de las transmisiones. Fuente: INE (2018).

¹¹ INE (2017). “*Hacia nuevos debates presidenciales*”, *op. cit.*

Tabla 3. Criterios específicos para el desarrollo de los debates entre las y los candidatos a la Presidencia de la República

Temáticas	<ul style="list-style-type: none"> • Con base en una encuesta realizada por la Coordinación Nacional de Comunicación Social del INE, se seleccionaron los temas y subtemas que se identificaron como de mayor interés en cada una de las tres regiones. • Dentro de estos destacan: “Política y gobierno” (centro), “México en el mundo” (norte) y “Economía y desarrollo (sur).
Moderador (es)	<ul style="list-style-type: none"> • Se prevé que estas figuras tengan una participación más activa en el debate al solicitar que se profundice en alguna respuesta o al plantear preguntas de forma espontánea. • Con base en el formato seleccionado, puede haber uno o más moderadores.
Formato	<ul style="list-style-type: none"> • La decisión sobre el formato estará basada en el tipo de interacción que se prevé para el debate. • El primer tipo de interacción se dará a partir de las preguntas que haga el o los moderadores a las y los candidatos presentes en el debate. • El segundo tipo de interacción será la discusión entre las y los candidatos, con una participación más acotada del moderador.
Participación de la ciudadanía	<ul style="list-style-type: none"> • En cada uno de los tres debates se tiene contemplado utilizar un mecanismo distinto para incorporar la participación ciudadana. • En el primer debate se utilizarán encuestas de opinión (sondeos), en el segundo debate habrá público presente; finalmente, el último debate incorporará la participación de la ciudadanía a través de las redes sociales.
Equidad	<ul style="list-style-type: none"> • Se valorará la utilización de bolsas de tiempo o compensaciones de tiempo para garantizar una participación equitativa de las y los candidatos.

Elaboración propia con base en información del Acuerdo INE/CG123/2018.

que, como se señaló, no favorecía el intercambio espontáneo de ideas entre los participantes. Adicionalmente, también sobresale en el discurso institucional, el énfasis en que será la autoridad electoral quien determinará las reglas a las que se ceñirán las y los candidatos para debatir, en contraposición a experiencias previas en donde los partidos políticos tenían mayor injerencia en las decisiones sobre el formato. En palabras del consejero presidente del INE, Lorenzo Córdova, si bien los partidos políticos, a través de sus representantes, podrán opinar, las decisiones las tomará el Consejo General del INE:

“Las reglas las va a determinar la autoridad electoral, no los partidos, los partidos bienve-

nidos a debatir pero bajo las reglas que pone la autoridad electoral, no como pasaba en tiempo atrás, en los procesos electorales pasados las reglas se pactaban con los representantes de los candidatos...”¹²

No obstante, la adopción de estos nuevos criterios tiene implicaciones importantes relacionadas con la valoración de la efectividad de un formato sobre otro. Dado que en el proceso electoral en curso se utilizarán tres formatos distintos que, a su vez, afectarán la participación del moderador (o moderadores), así como el involucramiento ciudadano, establecer mecanismos para identificar cuál funcionó mejor para los propósitos planteados por el Instituto puede tornarse un proceso complejo.

¹² Entrevista del consejero presidente, Lorenzo Córdova, en el programa “Entre dichos” con René Delgado. Disponible en: <https://goo.gl/o9rCFw>

Es necesario que el INE tenga claridad *ex ante* sobre las variables que deberán documentarse y medirse para valorar la efectividad del formato. Esto significa también definir con claridad qué se considerará *efectividad*, es decir, bajo qué criterio será posible señalar que un formato contribuyó en mayor o menor medida al cumplimiento del objetivo de esta actividad. Algunas variables, por ejemplo, podrían ser el nivel de participación de los ciudadanos, los efectos posteriores al debate en discusiones sobre temas políticos en el espacio público o cambios en el nivel de aprobación de un candidato o partido político. El punto que destacar aquí es la necesidad de definir criterios que permitan evaluar la adopción de un formato en específico.

El establecimiento de un modelo de valoración de esta decisión puede no únicamente generar evidencia acerca de la efectividad de un formato sobre otro (en los términos que esto se conceptualice), sino también contribuir a un proceso de aprendizaje para el propio INE. En ausencia de criterios que permitan realizar este análisis, la evidencia sobre la efectividad o pertinencia de esta decisión podría estar basada únicamente en percepciones que no fortalezcan los procesos internos del INE.

Este tema no es menor dado que la decisión sobre adoptar un formato distinto parte de la premisa de que esta modificación permitirá robustecer el rol de este tipo de actividades como ejercicios para la deliberación y el diálogo. Por tanto, es pertinente preguntarse cómo se evaluará el cumplimiento de este objetivo tras la realización de los tres debates previstos para el proceso electoral en curso. La definición de cuál será el aspecto en el que se centrará la discusión acerca de si una modificación al formato del debate favoreció o limitó el cumplimiento del propósito de este tipo de actividades será clave para decisiones subsiguientes en esta materia. Este tema excede el alcance del presente documento; sin embargo, valorar la efectividad del formato de un debate entre candidatos presidenciales puede abarcar temas tan amplios como el nivel de audiencia captada, el involucramiento de la ciudadanía en la discusión o la vinculación entre electores y candidatos. Con esto en mente, la definición sobre cómo se evaluará si efectivamente

modificar el formato fue una decisión pertinente debe analizarse detalladamente durante el proceso de planeación. En ausencia de esto, existe el riesgo de que no se genere la evidencia necesaria para sustentar una decisión de esta naturaleza.

Adicionalmente, un punto que destaca en los formatos promovidos actualmente por el Instituto es el involucramiento de la ciudadanía. Este tema en específico conduce también a reflexionar sobre el interés de los ciudadanos en temas políticos. Esto se documentó a partir de información obtenida en la *Encuesta Nacional sobre Calidad de la Ciudadanía* (ENCC), realizada en 2013 por el entonces IFE. Si bien en dicha encuesta se recolectó información sobre distintos temas relacionados con la participación ciudadana, para los propósitos de este documento vale la pena destacar dos variables principales: la afinidad con los partidos políticos y la participación en actividades relacionadas con allegarse o compartir información política.

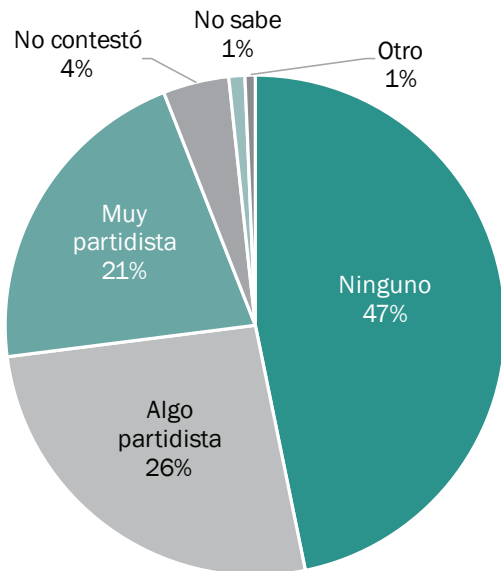
El tema de la afinidad con los partidos políticos es interesante en virtud de lo discutido en la teoría sobre la efectividad de los debates para influir en la decisión del voto. Como se señaló, existe poca evidencia acerca de que este tipo de ejercicios realmente modifique la intención del voto, en realidad, su efecto está más asociado con la reafirmación de preferencias (Benoit, 2004). Así, es interesante observar esta variable en el caso mexicano, en donde, de acuerdo con la ENCC 2013, casi la mitad de la población no se autodeclara afín a un partido político (gráfica 2).¹³

El nivel de identificación con los partidos políticos es escaso respecto del total de la población encuestada, por tanto, esto podría vincularse con un bajo interés en involucrarse en la discusión de temas políticos. A su vez, se relaciona con la segunda variable que vale la pena mencionar: la participación en actividades relacionadas con allegarse o compartir información política.

La ENCC 2013 provee también información interesante sobre el tipo de actividades en las que se involucra la ciudadanía. Un primer

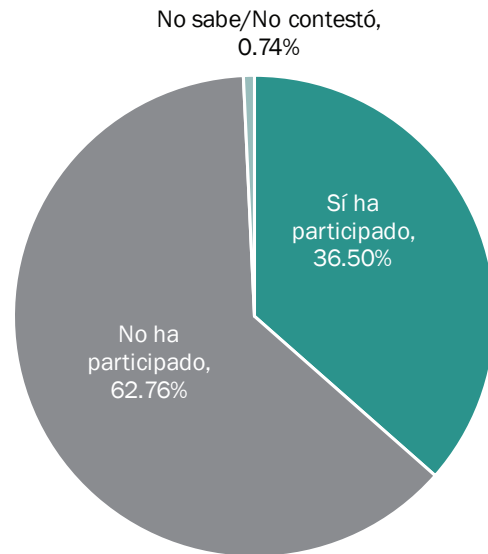
¹³ Esta encuesta, realizada en 2013, contempla una muestra de 11 mil entrevistas a hombres y mujeres mayores de 18 años, tiene representatividad nacional, de cinco regiones geográficas y de 12 municipios. Para mayor detalle se sugiere ver: INE (2016). Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México. Disponible en: <https://goo.gl/6DK35w> [11/01/2018].

Gráfica 2. Ciudadanos que autodeclaran tener afinidad partidista



Fuente: Elaboración propia con base en información de la ENCC (INE, 2013)

Gráfica 3. Porcentaje de participación en actividades como platicar con otras personas sobre temas políticos



Fuente: Elaboración propia con base en información de la ENCC (INE, 2013)

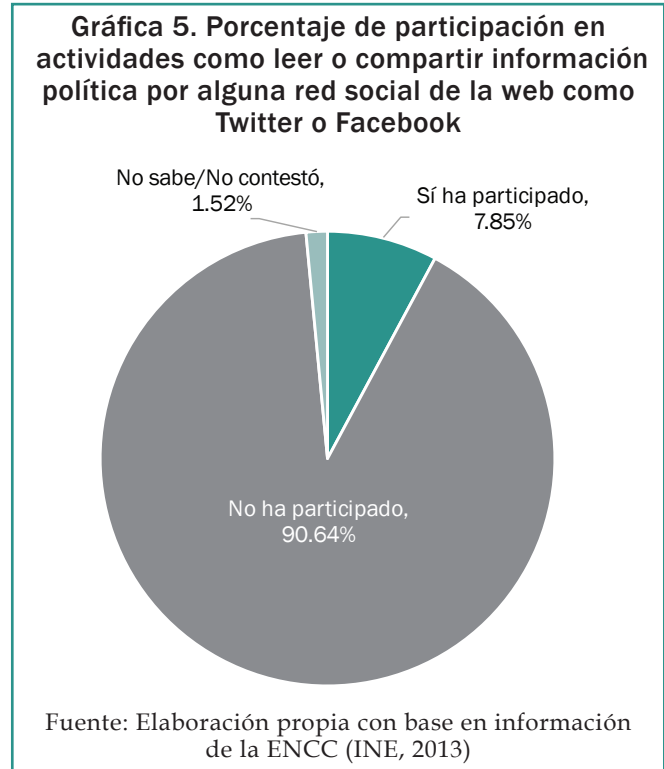
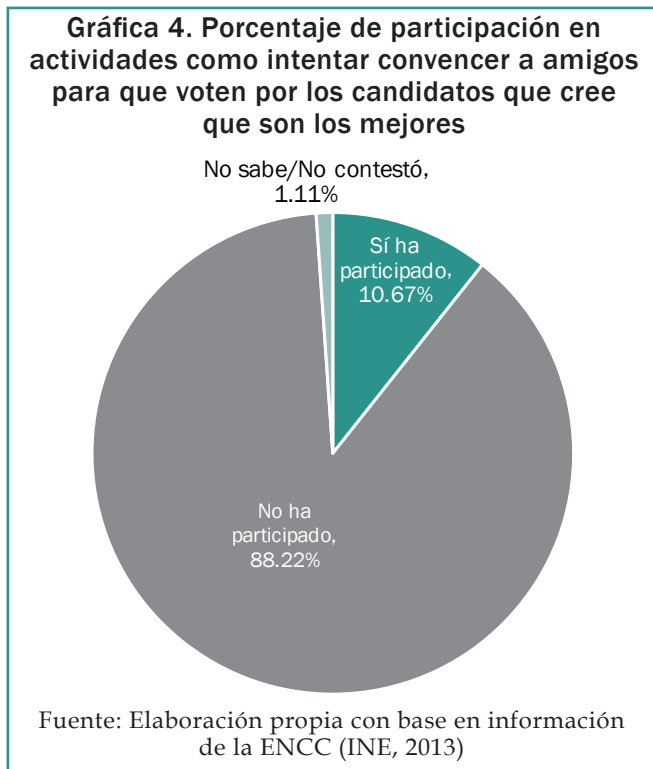
ejemplo alude a si la ciudadanía platica con otras personas sobre temas políticos (gráfica 3). Los datos revelan que la mayoría (62.76%) no participa en este tipo de actividad. Esto es un punto interesante en relación con la capacidad que tienen los debates para incidir en el comportamiento o en las decisiones de los votantes. Así, como un instrumento que permite a los candidatos dar a conocer sus propuestas, el seguimiento que se da a esta información no es un tema menor. Esto es, las discusiones e ideas presentadas en el debate no estarían limitadas a la audiencia que sigue este evento en particular, sino también al alcance que tendría su seguimiento en los medios de comunicación, así como del que realicen los propios ciudadanos con otras personas.

En este sentido, como muestran los datos de la ENCC 2013, pareciera que existe poco interés ciudadano en dar seguimiento a temas políticos y en socializarlos con otras personas. Esto lleva a reflexionar sobre la trascendencia que tienen actividades como los debates fuera del propio espacio televisivo o radiofónico en el que ocurren, es decir, *¿en qué medida las discusiones sostenidas en los debates continúan en otros espacios?* Sin embargo, es interesante también observar ese porcentaje de la población que sí participa en actividades de este tipo, *¿qué características presentan?, ¿cuáles son sus intereses?, ¿en*

qué espacios y tiempos discuten estos temas? Esto último subraya la relevancia de caracterizar a la ciudadanía más allá de valorar su participación meramente electoral, así como de profundizar en el análisis del perfil de ciudadano que da seguimiento a los debates (Prior, 2012).

De forma adicional, la participación de la ciudadanía en actividades más allá de la discusión de temas políticos se relaciona con las ideas de persuasión sobre un candidato o partido en particular. En este aspecto, la ENCC 2013 muestra también información interesante. Únicamente 10.67% de los encuestados ha intentado convencer a otros de que voten por el candidato que consideran mejor (gráfica 4). En línea con lo discutido sobre el rol de los debates, el elemento persuasivo parecería no importar demasiado, considerando que se observa poco interés por parte de la ciudadanía por involucrarse en este tema en particular.

En lo que concierne a compartir y difundir información política, las cifras tampoco son alentadoras. La mayor parte de los encuestados (90%) no lee ni comparte información política en redes sociales. Esto se complementa con datos del Latinobarómetro 2016, en donde a la pregunta expresa *¿cómo se informa de asuntos políticos?*, el 31% de los encuestados en México respondió hacerlo a través de internet, mientras que el 77% utiliza la



televisión para este fin y 47% lo hace mediante la radio.¹⁴ Sin embargo, es importante tener en mente la distinción entre informarse y compartir información en este medio. Si bien, como muestran los datos, una proporción importante de mexicanos se informa a través de la televisión, el uso de internet será una variable interesante por observar en el contexto del proceso electoral actual. Esto revela, por una parte, el interés que tiene la ciudadanía en actividades de esta naturaleza; por otra, el acceso y uso de estos medios de comunicación. En ambos casos, la evidencia muestra una baja participación en este tipo de actividades. Por tanto, un aspecto interesante a valorar es cómo se modifica el comportamiento de esta variable en la actualidad, considerando que el acceso a redes sociales se ha incrementado durante los últimos años en el país.¹⁵

Esta información muestra que existen niveles bajos de involucramiento de la ciudadanía en

el seguimiento de temas políticos, lo cual es un elemento que tomar en cuenta en la adopción de nuevos formatos para el desarrollo de los debates presidenciales. En este escenario, las propias normas emitidas por el INE sugieren que, en la práctica, existirá un conjunto de decisiones que se tomarán en el espacio de cada uno de los tres debates programados. Lo anterior puede contribuir a que, con base en la experiencia de la ejecución del primer debate, sea posible hacer ajustes al formato para los dos debates subsecuentes, pero también que la utilización de tres distintos formatos genere fluctuaciones en la calidad a lo largo de los tres debates. Esto tiene implicaciones importantes. Por una parte, hacer ajustes al formato permite corregir o mejorar este ejercicio. Por otra, limita la posibilidad de estudiar, con mayor detalle, la pertinencia de un formato en particular y su funcionamiento.

¹⁴ El Latinobarómetro es un estudio realizado en 18 países de América Latina a través de entrevistas cara a cara, “con muestras representativas del 100%, de la población nacional de cada país, de 1.000 y 1.200 casos, con un margen de error de alrededor del 3%, por país”. En el caso de México, la muestra estuvo constituida por 1, 200 casos y se utilizó un método polietápico estratificado con un error muestral de +/- 2.8. (Corporación Latinobarómetro, 2017).

¹⁵ De acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), en 2016 se observó un incremento de 2.1 puntos porcentuales (respecto del año anterior) en el número de personas de seis años o más que utilizan el internet en México. Fuente: INEGI (2017) “Aumentan uso de internet, teléfonos inteligentes y tv digital: encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares, 2016”, disponible en: <https://goo.gl/kNf1Ye> [22/01/2018].

Si bien el discurso institucional ha enfatizado que se limitará la interferencia de los partidos en la definición de aspectos específicos sobre el formato, será interesante observar en qué medida el Instituto efectivamente logra contener

la interferencia de los partidos en este proceso, considerando que es de su interés promover determinadas condiciones para el desempeño de las y los candidatos que los representan.

IV. REFLEXIONES FINALES

La discusión presentada en este texto se centra fundamentalmente en la relevancia del formato para el desarrollo de los debates presidenciales en el contexto del proceso electoral actual. Las dos variables de mayor relevancia en esta discusión son el rol del moderador y el nivel de participación que se permite a la ciudadanía en este tipo de ejercicios. De esto se desprenden las siguientes reflexiones:

- La facultad conferida al INE para la organización de los debates presidenciales, en el contexto del proceso electoral actual, supone la adopción de un formato que permita mejorar los resultados obtenidos en ejercicios pasados.
- Como el mismo INE identificó, es necesario flexibilizar el formato en dos aspectos clave: primero, en la generación de una dinámica que favorezca la interacción y el debate entre los candidatos, disminuyendo la utilización de discursos e ideas preestablecidas. Segundo, permitir un mayor involucramiento de la ciudadanía en los debates que promueva una interacción más directa con los candidatos.
- Esta es la lógica que se observa en las disposiciones emitidas por el Consejo General del INE en noviembre de 2017, en las cuales se identifica el interés por flexibilizar el formato y promover una discusión más activa y espontánea entre los candidatos.
- Si bien, como se señaló, existe poco involucramiento ciudadano en actividades relacionadas con el intercambio y la difusión de información política, es importante profundizar en la caracterización de la ciudadanía para tener un mayor entendimiento de los factores que inhiben o promueven su participación en los asuntos políticos.
- Este último punto subraya la importancia de observar también los debates que promuevan actores distintos a la autoridad electoral (tanto federal como local), con el propósito de

valorar los efectos que genera la flexibilidad de los formatos en la transmisión de información a la ciudadanía y en su persuasión.

De forma complementaria a estas reflexiones, vale la pena enfatizar algunas aristas de este tema para el caso mexicano que se perciben como riesgos potenciales en la coyuntura del proceso electoral actual y cuya pronta atención permitiría robustecer el proceso de organización de los debates presidenciales por parte del INE (figura 2).

La reflexión que subyace esta serie de riesgos potenciales pone de manifiesto dos temas importantes. El primero es la relevancia de hacer explícitas las decisiones sobre las características del formato a adoptar por parte del INE con el propósito de entender con mayor detalle cuáles son las modificaciones sustantivas que se realizarán y en qué condiciones discutirán los candidatos participantes. Lo segundo es el precisamente analizar con detalle los mecanismos para promover un mayor involucramiento de la ciudadanía. En especial, vale la pena retomar la recomendación de la comisión Annenberg (2015) para el formato de los debates: estos deben ser lo más informativos e inclusivos posibles sin que deriven en “un espectáculo” que no contribuya informativamente al elector.

La elección del formato de los debates presidenciales, por tanto, tiene implicaciones en la dinámica que se genera entre los participantes, lo que subraya también la necesidad de mejorar los canales de comunicación con la ciudadanía, cuyo fortalecimiento no puede estar constreñido a la temporalidad de los procesos electorales, sino que debe concebirse como un tema de largo aliento. Si bien este reporte se centró en los debates entre candidatos a la Presidencia de la República en los que el INE funge como la instancia organizadora, los debates entre los aspirantes a ocupar cargos en el Poder Legislativo también son un tema interesante de análisis. Lo anterior en el entendido de que en el proceso de toma de decisiones en el espacio público confluyen ambos poderes.

Figura 2. Riesgos potenciales en la organización de los debates entre candidatos a la Presidencia de la República (proceso electoral 2017-2018)

01

Selección del moderador. Si bien en las reglas emitidas por el INE se enuncian algunos criterios para la selección del moderador (i. e. probada trayectoria en el ejercicio periodístico o el análisis político), sería conveniente tener mayor especificidad en los criterios que se utilizarán, así como que el INE haga explícito el proceso para la selección, en el marco de las actividades que para este fin realice la Comisión Temporal.

02

Participación de la ciudadanía. Dada la relevancia que el INE ha otorgado a este tema, es necesario que se evalúen los distintos mecanismos que se utilizarán para este propósito, tanto para promover un mayor involucramiento como para robustecer el vínculo entre este tipo de actividades y políticas de mayor alcance como la ENCCÍVICA.

03

Partidos políticos. Como participantes en la Comisión Temporal encargada de la organización de los debates entre candidatos presidenciales y considerando el interés de estos en el tema, es importante no perder de vista el rol de los partidos políticos en la definición del formato y las reglas para la ejecución de esta actividad, esto significa fundamentalmente monitorear que este proceso no sea capturado por los intereses de los partidos políticos y que el formato no sea resultado de negociaciones políticas sino de consensos cuyo foco esté en mejorar la efectividad de estos ejercicios.

04

Seguimiento y evaluación. Un aspecto clave para valorar la efectividad de un cambio de formato respecto de continuar con los modelos tradicionalmente utilizados en procesos anteriores, es precisamente definir ex ante aquellos elementos que permitirán evaluar esta decisión y, sobre todo, generar evidencia que sustente una decisión de esta naturaleza.

FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

- Abramowitz, A. I. (1978). The Impact of a Presidential Debate on Voter Rationality. *American Journal of Political Science*, 22 (3), 680-690.
- Annenberg Public Policy Center. (2015). Democratizing the debates. A Report of the Annenberg Working Group on Presidential Campaign Debate Reform. Disponible en: <https://goo.gl/JfyLJ5>
- Arroyo, V., Bárcena, S. y Montaña, V. (2015). El segundo debate presidencial de 2012 en México. Una propuesta de análisis. *Apuntes Electorales*, X (44), 81-110.
- Ben-Porath, E. N. (2007). Question Bias and Violations of Comparability in Intraparty Debates: Iowa and New Hampshire, 2004. *Communication Quarterly*, 55 (4) 375-396.
- Benoit, W. L. y Hansen, G. J. (2004). Presidential Debate Watching, Issue Knowledge, Character Evaluation, and Vote Choice. *Human Communication Research*, 30 (1), 121-144.
- Benoit, W. L., Hansen, G. J. y Verser, R. M. (2003). A meta-analysis of the effects of viewing U.S. presidential debates. *Communication Monographs*, 70 (4), 335-350.
- Benoit, W. L., McKinney, M. S. y Holbert, R. L. (2001). Beyond learning and persona: extending the scope of presidential debate effects. *Communication Monographs*, 68 (3), 259-273.
- Borgonovi, F., d'Hombres, B. y Hoskins, B. (2010). Voter Turnout, Information Acquisition and Education: Evidence from 15 European Countries. *The B.E. Journal of Economic Analysis & Policy*, 10(1).
- Brady, H. E. y McNulty, J. E. (2004). The Costs of Voting: Evidence from a Natural Experiment. Artículo presentado en el 2004 *Annual Meeting of the Society for Political Methodology*, Stanford University, julio 29-31 y en el 2005 *Annual Meeting of the Midwest Political Science Association*, Chicago, Illinois, abril 7-10.
- Carlin, D. B., Morris, E. y Smith, S. (2001). The Influence of Format and Questions on Candidates' Strategic Argument Choices in the 2000 Presidential Debates. *American Behavioral Scientist*, 44 (12), 2196-2218.
- Coleman, S. y Moss, G. (2016). Rethinking Election Debates: What Citizens Are Entitled to Expect. *The International Journal of Press/Politics*, 21 (1), 3-24.
- Denny, K., y Doyle, O. (2008). Political Interest, Cognitive Ability and Personality: Determinants of Voter Turnout in Britain. *British Journal of Political Science*, 38(2), 291-310.
- Domínguez, R. (2014). Los debates presidenciales de 2012 y su contribución a la cultura política democrática. *Global Media Journal México*, 11 (21), 1-24.
- Fiorina, M. P. (1976). The Voting Decision: Instrumental and Expressive Aspects. *The Journal of Politics*, 38(2), 390-413.
- Geer, J. G. (1988). The effects of presidential debates on the electorate's preferences for candidates. *American Politics Research*, 16 (4), 486-501.
- Gottfried, J. A., Hardy, B. W., Winneg, K. M. y Jamieson, K. H. (2014). All Knowledge Is Not Created Equal: Knowledge Effects and the 2012 Presidential Debates. *Presidential Studies Quarterly*, 44 (3), 389-409.
- Hart, R. P. y Jarvis, S. E. (1997). Political Debate: Forms, Styles, and Media. *American Behavioral Scientist*, 40 (8), 1095-1122.
- Hafer, J. A. y Ran, B. (2016). Developing a Citizen Perspective of Public Participation: Identity Construction as Citizen Motivation to Participate. *Administrative Theory & Praxis*, 38, 206-222.
- Holbrook, T. (1999). Political Learning from Presidential Debates. *Political Behavior*, 21(1), 67-89.
- Isotalus, P. (2011). Analyzing Presidential Debates. Functional Theory and Finnish Political Communication Culture. *Nordicom Review* 32 (1), 31-43.
- McKinney, M. S. y Carlin, D. B. (2004). Political Campaign Debates en Kaid, L. L. (Ed.)

Handbook of Political Communication Research. Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Nueva Jersey.

Question Content. *Mass Communication and Society*, 18, 239-258.

McKinney, M. S. y Warner, B. R. (2013). Do Presidential Debates Matter? Examining a Decade of Campaign Debate Effects. *Argumentation and Advocacy*, 49 (4), 238-258.

McKinney, M. S. y Rill, L. A. (2009). Not Your Parents' Presidential Debates: Examining the Effects of the CNN/YouTube Debates on Young Citizens' Civic Engagement. *Communication Studies*, 60 (4), 392-406.

McKinney, M. S. (2005). Let the People Speak. The Public's Agenda and Presidential Town Hall Debates. *American Behavioral Scientist*, 49 (2), 198-212.

Micovic, M. y Gallego-Reguera, M. (2017). Analysis and comparison of the general election debates in Spain (2015 y 2016) and Serbia (2016): new television formats for new political scenarios. *Communication y Society* 30(3), 185-199.

Pfau, M. (2002). The Subtle Nature of Presidential Debate Influence. *Argumentation and Advocacy*, 38 (4), 251-261.

Prior, M. (2012). Who watches presidential debates? Measurement problems in campaign effects research. *The Public Opinion Quarterly*, 76 (2), 350-363.

Richardson, J. D., Huddy, W. P. y Morgan, S. M. (2008). The Hostile Media Effect, Biased Assimilation, and Perceptions of a Presidential Debate. *Journal of Applied Social Psychology*, 38 (5), 1255-1270.

Shah, D. V., Hanna, A., Bucy, E. P., Lassen, D. S., Van Thomme, J., Bialik, K., Yang, J. y Pevehouse, J. C. W. (2016). Dual Screening During Presidential Debates: Political Nonverbals and the Volume and Valence of Online Expression. *American Behavioral Scientist*, 60 (14), 1816-1843.

Šiber, I. (2004). Interest in Elections and Electoral Participation. *Croatian Political Science Review*, Vol. XLI, (5), 3-27.

Turcotte, J. (2015). The News Norms and Values of Presidential Debate Agendas: An Analysis of Format and Moderator Influence on

Normatividad y documentos oficiales

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales

Reglamento de Elecciones

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (*abrogado*)

Corporación Latinobarómetro. 2017. Informe 2016. Disponible en <https://goo.gl/ZcxBVw> [30/01/2018].

Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral mediante el cual se modifica el Capítulo XIX de Debates del Libro Tercero del Reglamento de Elecciones (Acuerdo INE/CG391/2017).

Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral por el que se establece la integración de las comisiones permanentes, temporales y otros órganos del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, así como la creación de las comisiones temporales de debates y para el fortalecimiento de la igualdad de género y no discriminación en la participación política en el marco del proceso electoral 2017-2018 (Acuerdo INE/CG408/2017).

Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral por el que se emiten las reglas básicas para la realización de los debates entre las y los candidatos a la Presidencia de la República durante el proceso electoral federal 2017-2018, así como los criterios objetivos para la selección de las y los moderadores (Acuerdo INE/CG562/2017).

Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral que contiene los criterios específicos para la definición de formatos y realización de los tres debates entre las y los candidatos a la Presidencia de la República durante el proceso electoral federal 2017-2018 (Acuerdo INE/CG123/2018).

INE (2018). "Aprueba INE criterios para la realización de tres debates entre candidatos a la

Presidencia de la República". Comunicado de prensa 99. Disponible en: <https://goo.gl/i9bB2n> [01/03/2018].

INE (2017). INE (2017). "Hacia nuevos debates presidenciales". Disponible en: <https://goo.gl/67qs1D> [09/01/2018].

INE (2016). Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México. Disponible en: <https://goo.gl/6DK35w> [11/01/2018].

INE (2016). Estrategia Nacional de Cultura Cívica 2017-2023. Disponible en: <https://goo.gl/zmWXxH> [11/01/2018].

INE (2013). Encuesta Nacional sobre la Calidad de la Ciudadanía. Disponible en: <http://portalanterior.ine.mx/archivos2/portal/DECEYEC/EducacionCivica/informe-Pais/> [11/01/2018].

TEMAS ESTRATÉGICOS es un reporte quincenal de investigación sobre temas relevantes para el Senado de la República, elaborado en la Dirección General de Investigación Estratégica del Instituto Belisario Domínguez.

Elaboración de este reporte: Perla Carolina Gris Legorreta, área de Sistema Político y Federalismo. Diseño y formación: Lizbeth Saraí Orozco N.

Las opiniones expresadas en este documento son de exclusiva responsabilidad del autor y no reflejan, necesariamente, los puntos de vista del Instituto Belisario Domínguez o del Senado de la República.

La autora agradece los comentarios de Raúl Zepeda Gil, así como la retroalimentación de los asistentes al seminario interno del IBD para la elaboración de este reporte.

Cómo citar este reporte:

Gris Legorreta, Perla. (2017), *Debates presidenciales: la elección del formato y sus implicaciones*, Temas Estratégicos No. 55, Instituto Belisario Domínguez, Senado de la República. México.



COMITÉ DIRECTIVO

Sen. Manuel Bartlett Díaz
Presidente

Sen. Marlon Berlanga Sánchez
Secretario

Sen. Daniel Ávila Ruiz
Secretario

Alejandro Encinas Nájera
Dirección General
de Investigación Estratégica

El Instituto Belisario Domínguez (IBD) es un órgano especializado en investigaciones legislativas aplicadas. Contribuye a profesionalizar el quehacer legislativo y a que la ciudadanía disponga de información que le permita conocer y examinar los trabajos del Senado. Así, ayuda a fortalecer la calidad de la democracia en México.