

La lógica mediática contra la deliberación mediada. El caso de los debates presidenciales

Media logic against mediated deliberation. The case of presidential debates

A lógica midiática contra a deliberação mediada. O caso dos debates presidenciais

MARTÍN ECHEVERRÍA, Benemerita Universidad Autonoma de Puebla, Puebla, México (echevemartin@yahoo.com.mx)

RESUMEN

Si se desempeñan correctamente, los debates presidenciales pueden considerarse ejercicios de deliberación mediada, con una rica base de conocimiento para el aprendizaje y modelado de la ciudadanía. Con todo, estos pudieran adoptar una lógica mediática en su interior y reproducir los elementos de conflicto, simplificación e incivildad que pueblan el discurso político contemporáneo. Para constatar dicha colonización, se realizó un análisis de contenido de los debates de la elección mexicana de 2018 (N = 556 unidades), operacionalizando criterios de deliberación. Encontramos que se condujeron con civilidad, priorizando temas de política pública, aunque hubo elementos de simplificación y pobreza argumentativa; si bien esto no los inserta en la lógica mediática, tampoco les permite funcionar como actos de deliberación.

Palabras clave: lógica mediática; deliberación mediada; debates presidenciales; análisis de contenido.

ABSTRACT

If correctly done, presidential debates can be considered as mediated deliberation events, with a rich knowledge base for citizens to learn and model their behavior. Nonetheless, they could adopt a media logic, unfolding elements of conflict, simplification and incivility that are salient in media discourse nowadays. To explore if such logic has penetrated this format, we conducted a content analysis on the three presidential debates of the 2018 Mexican campaign (N = 556 units), using variables that operationalize the values of deliberation. We found that, in general, debates performed with civility and were centered in public policy issues, but there was simplification and poor argumentation. Thus, while we cannot conclude that debates are colonized by a media logic, they do not function completely as deliberative events either.

Keywords: media logic; mediated deliberation; presidential debates; content analysis.

RESUMO

Os debates presidenciais, se se desempenham corretamente, podem considerar-se exercícios de deliberação mediada, com uma rica base de conhecimento para a aprendizagem e modelo da cidadania. Mesmo assim, estes puderam adoptar uma lógica midiática no seu interior e reproduzir os elementos de conflito, simplificação e incivildade que estão presentes no discurso político contemporâneo. Para comprovar dita colonização foi realizado uma análise de conteúdo dos debates da eleição mexicana de 2018 (N = 556 unidades), operacionalizando critérios de deliberação. Descobrimos que se fizeram com civilidade, priorizando temas de política pública, mesmo havendo elementos de simplificação e pobreza argumentativa; não os coloca na lógica midiática, também não lhes permite funcionar como atos de deliberação.

Palavras-chave: lógica midiática; deliberação mediada; debates presidenciais; análise de conteúdo.

Forma de citar:

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

INTRODUCCIÓN

Pocos formatos de campaña manifiestan de manera tan palpable las contradicciones de los sistemas mediáticos contemporáneos como los debates presidenciales. Se trata de una suerte de “evento mediático” (Dayan & Katz, 1994) que concita un alto grado de atención pública, expresado en sus niveles de audiencia, volumen de cobertura mediática y comentario en redes sociodigitales. Considerando que en estos dos últimos espacios las reacciones a los debates ponen de manifiesto sus rasgos agonales o conflictivos, antes que las propuestas de política pública (Benoit, Stein, & Hansen, 2005; Echeverría, 2017), es posible afirmar que tanto los eventos como las reacciones mediáticas y sociales configuran a los debates presidenciales como grandes espectáculos de campaña. Esta opción es incentivada por un entorno comunicacional marcado por una lógica mediática, esto es, la adopción por parte de los políticos de los lenguajes y formatos de los medios de comunicación, caracterizados por su fragmentación, simplicidad, negatividad y conflictividad, entre otros rasgos, para atraer la atención de audiencias despolitizadas (Hepp, 2013; Hjarvard, 2016; Strömbäck & Esser, 2014).

Con todo, dichos formatos, a diferencia de la cobertura mediática o la publicidad política, admiten potencialidades relevantes de formación cívica, tales como el incremento en las audiencias del conocimiento de los candidatos y sus propuestas, el interés político y la participación electoral, efectos constatados en la literatura internacional (Cho, 2009; Jarman, 2005; McKinney & Chattopadhyay, 2007). En una concepción más amplia de estos formatos como plataformas de aprendizaje, es posible comprenderlos como espacios propicios para la deliberación mediada, esto es, arenas de intercambio de argumentos racionales entre los candidatos, que informan las capacidades de deliberación de los ciudadanos al tiempo que constituyen un modelo acerca de las pautas que estos pueden seguir para llevar a cabo sus propias deliberaciones. Se trataría, además, de un modelo *eficiente* de deliberación, al condensar los distintos componentes de este procedimiento democrático: representación de opciones políticas distintas, provisión de argumentos racionales, elevación de la complejidad de las propuestas y síntesis de posiciones en conflicto, que se han de defender o criticar (Maia, 2009). En estos términos, y llevando a cabo dichas potencialidades, los debates refrendarían su carácter de servicio público e institución democrática.

Poniendo en perspectiva ambas visiones, se instala para los actores políticos el dilema de desempeñarse

durante el debate para contribuir a alguna de ellas, como respuesta a expectativas encontradas entre y al interior de los medios informativos, las audiencias y los mismos políticos: informar el debate público con argumentos sustanciosos de política pública, o bien, elevar el entusiasmo de las audiencias mediante la emisión efectista de argumentos retóricamente contundentes, simples y fragmentarios, invectivas de descalificación, apelaciones emocionales, etc. En consecuencia, el objetivo de este artículo es constatar empíricamente a cuál de los dos polos se orientan preferentemente los debates, analizando el desempeño de los candidatos que participaron en ellos durante las elecciones mexicanas de 2018. Lo anterior se propone como evidencia de las tendencias del discurso político contemporáneo durante las campañas.

Para satisfacer dicha finalidad, se ofrecen desarrollos teóricos cuyo propósito es caracterizar al debate como un formato clave de deliberación mediada durante la campaña, en tensión con una lógica mediática que estructura el desempeño de los candidatos e incluso las características del formato. Después de una descripción somera del contexto e innovaciones de los debates mexicanos de 2018, ofrecemos una operacionalización del concepto de deliberación mediada para fines de análisis de contenido. Como en toda investigación normativa, la discusión y conclusiones ofrecidas al final contrastan el desempeño esperado respecto de los dos modelos en tensión con los hallazgos empíricos de nuestro análisis.

LOS DEBATES COMO EJERCICIOS DE DELIBERACIÓN MEDIADA

Como uno de los formatos centrales de la comunicación política durante las campañas electorales, los debates han sido estudiados a partir de las diversas dimensiones que los conforman, desde sus efectos (Jarman, 2005; Tsfti, 2003; Wicks, 2007), los procesos alrededor de la definición de sus formatos (Gallego, 2016; Matsaganis & Weingarten, 2001) y, desde luego, su contenido, tanto en su vertiente semiótica o lingüístico-discursiva (Domínguez, 2011; Kanashiro, 2014), argumentativa y estratégica (Barbaros, 2012; Benoit & Brazeal, 2002; Choi & Benoit, 2013), y en estudios de caso único o internacionalmente comparados (Benoit & Sheaffer, 2006; Téllez, Muñoz, & Ramírez, 2010).

Sin embargo, su investigación normativa es menos frecuente, a pesar de que los términos —distintivamente filosóficos— de reflexión y evaluación fueron claramente establecidos por Kraus & Davis (1981)

hace poco menos de 40 años. En su capítulo seminal, los autores enfatizaban que el conocimiento que los debates vehicularon ayuda a verificar el contrato social entre los ciudadanos y el sistema democrático, particularmente uno de tipo representativo, en donde, a cambio del derecho a votar, los primeros sean capaces de reconocer y comprender las diferencias respecto de las opciones partidistas presentadas en campaña (Jamieson, 1990). Pese a estos fundamentos, los trabajos empíricos acerca de la evaluación normativa de los debates no abundan en la literatura, mucho menos sobre propuestas distintas y de mayor alcance que la democracia representativa, como la deliberativa. Esta laguna es notoria dado el rol central de la comunicación y el diálogo en dicha propuesta, y por el hecho de que los debates se ajustan mejor a sus particularidades, como se argumentará más adelante.

La democracia deliberativa se propone como un modelo en el que los ciudadanos asuman una participación central frente a las élites, y en donde arriben a decisiones bajo determinados requisitos mínimos: a) involucrándose en consideraciones amplias y reflexivas sobre temas políticos, b) tomando en consideración varias perspectivas que vayan más allá de sus propios intereses, y c) articulando e intercambiando argumentos convincentes que pueden ser justificados tanto en la esfera pública como en espacios grupales (Gastil, 2008; Perloff, 2014; Strömbäck, 2005). Dicha discusión sostendría los principios de racionalidad, imparcialidad e inclusión, y produciría legitimidad al sistema político, pues este, al cabo de un proceso deliberativo cabal, sería reconocido como correcto y justo (Habermas, 1999; Rawls, 2001).

No obstante, dicho modelo ha recibido críticas debido a las altas expectativas que deposita en los ciudadanos, tanto con respecto a los valores (confianza, integridad, tolerancia) como a los comportamientos (escucha, reflexión, apego a los datos y voluntad de cambiar de opinión) que idealmente debieran externar durante la deliberación. De acuerdo a sus críticos, en contextos sociopolíticos de masificación y desafección políticas como el actual, la democracia deliberativa acusa de falta de realismo e inviabilidad (Althaus, 2012).

Como respuesta a ello, ciertos académicos comprometidos con dicha postura han desarrollado un modelo intermedio de *deliberación mediada*, que preserva rasgos esenciales de la deliberación, pero relaja los elevados costos derivados de su cumplimiento.

Este consiste en la realización de un ejercicio deliberativo entre actores representantes del campo político

y de la sociedad civil, que sea observable por parte de los ciudadanos y que, por lo tanto, sea a la vez mediado —esos actores deliberan *en nombre* de los ciudadanos— y mediatizado —reproducido y amplificado en el espacio de los medios de comunicación— (Maia, 2009). Al visibilizar el proceso, los medios seleccionan fuentes que actúan como portavoces de determinados grupos, otorgan significación a los temas en discusión, jerarquizan los discursos y promueven la defensa o crítica, implícita o explícita, de ciertas posiciones (Maia, 2009). Aunque los requisitos de deliberación expuestos líneas arriba se recargan en mayor medida en los actores políticos que en los ciudadanos, cuando es bien ejecutado, dicho modelo reporta numerosos beneficios: a un nivel micro, incrementa la complejidad de las posiciones y un mejor entendimiento de los temas para los ciudadanos, y resume para ellos posiciones y justificaciones en conflicto, lo cual les reduce los costos de información (Maia, 2009). A un nivel macro, puede proveer un modelo de comportamiento deliberativo para los ciudadanos y mejorar la calidad de las decisiones de las élites políticas, pues evidencian posiciones difíciles de justificar y sostener públicamente (Wessler, 2008; Wessler & Rinke, 2014).

Para que el modelo opere en el terreno empírico, se propone una serie de criterios constitutivos que los agentes deliberantes han de seguir (Bennett et al., 2004; Maia, 2009; Rinke, Wessler, Löb, & Weinmann, 2013; Rohlinger, 2007; Wessler & Rinke, 2014). El primero es el de una *base de información abierta*, en donde la proporción de contenido político debe ser mayor a otro tipo de contenidos, sobre todo relacionados con el entretenimiento, y en donde no se excluya ningún tema en contienda. Un segundo valor es el de la *civilidad*, por el cual prime el mutuo respeto, la cortesía y el diálogo abierto, como un requisito esencial para un intercambio razonado de ideas y el abordaje de conflictos entre posiciones encontradas, que permita a los ciudadanos sopesar las posiciones de los interlocutores. Un tercer valor propuesto es el *otorgamiento de razones*, es decir, que los actores proporcionen razones argumentadas que le den sustento a sus posiciones, preferencias, recomendaciones y dichos, particularmente durante una controversia. Este insumo es necesario para la noción deliberativa de racionalidad público-política, así como para la organización de posiciones a favor o en contra en una determinada discusión. Un último criterio es el de *responsividad*, por el cual las posiciones y objeciones de los actores deberán ser cuidadosamente consideradas y contestadas, particularmente por aquellos que

sostienen valores e intereses opuestos. De esta manera, las ideas y opiniones se ponen en relación y dialogan entre sí, para que los argumentos se puedan refinar o las posiciones puedan incluso retractarse.

La visión de los teóricos de la deliberación mediada fue desarrollada como una aspiración normativa de los medios informativos y, en particular, del periodismo político. No obstante, pensamos que sus preceptos pueden ser aplicables al formato del debate, dada su profunda vocación democrática (Echeverría, 2008; Echeverría & Chong, 2013), en dos sentidos. En el primero, los debates ponen a disposición y distribuyen de manera extensa y socialmente simétrica el conocimiento necesario para que los ciudadanos aprendan sobre las políticas que atienden sus intereses, ponderen las consecuencias de sus decisiones políticas, y nutran de esta manera el atributo individual de *comprensión ilustrada* que toda democracia consolidada requiere (Dahl, 1992; Morlino, 2007). En segundo lugar, en su seno se formaliza, encauza y procesa el conflicto político, dentro de límites de civilidad, por lo que constituyen ejercicios democráticos a pequeña escala (Bélanger, 1998; Kraus & Davis, 1981)

Visto de esta manera, es posible constatar que en el formato del debate se verificarían, en potencia, varias de las condiciones y criterios ya expuestos acerca de los ejercicios deliberativos mediados: dicho espacio permite intercambios de argumentos razonados entre actores políticos plurales, ya sea partidos políticos o ciudadanos de a pie —en el caso de algunos formatos en ciertos países—, que actúan como portavoces de los intereses de sus correligionarios. El volumen de información de estas emisiones, por lo general de una duración no menor a dos horas, y la articulación razonada y responsiva de las posiciones por parte de sus participantes, eleva la complejidad de las posiciones, resume posturas en conflicto y constituye un modelo de desempeño para los ciudadanos a la hora de articular sus propias posiciones durante sus conversaciones políticas.

Estos supuestos normativos pueden sostenerse con evidencia y argumentación teórica. Respecto del proceso de aprendizaje político, la academia norteamericana, sobre todo, ha constatado empíricamente diversos beneficios de estos formatos, muy parecidos a los propuestos por la deliberación mediada: incrementan el conocimiento de los espectadores sobre las posiciones de los candidatos (Jarman, 2005) y de la imagen y carácter de los mismos (Cho, 2009); les proporciona un claro contraste entre las posturas que mantienen

sobre esos temas (Benoit, Webber, & Berman, 1998; Cho, 2009); incrementan el interés de los espectadores en la campaña en curso; alientan a los ciudadanos a buscar información adicional; aumentan la probabilidad de participar en el proceso político, incluyendo la votación, y acrecientan la sensación de los ciudadanos de la eficacia política y el apoyo a las instituciones democráticas (McKinney & Chattopadhyay, 2007).

La propuesta acerca del comportamiento de los candidatos como modelo de conducta de los ciudadanos es relevante en ciertos trabajos (Ryfe, 2005; Wessler, 2008), aunque aún no encuentra verificación empírica, hasta donde sabemos. Está fundamentada en la teoría de la cognición social y el aprendizaje observacional o vicario de Bandura (2009), quien postula la adquisición de nuevos patrones de comportamiento por parte de los individuos a partir de su observación en los medios (Baran & Davis, 2015). Para que los individuos ejecuten esas conductas observadas, se requieren reforzamientos directos o vicarios, así como una *triada* de características personales determinadas, patrones comportamentales socialmente establecidos, y eventos ambientales. Con todo, los debates satisfacen la condición de atención de Bandura, en relación a su “saliencia, atractivo y valor funcional” (Bandura, 2009, p. 432). En consecuencia, dicha teoría admite que, en el ámbito político, los líderes “que se relacionan con una retórica más reflexiva pudieran estimular a los ciudadanos a adoptar una postura más deliberativa” y con ello “actuarían como barreras de contención frente a los hábitos rutinarios de razonar” (políticamente), basados en prejuicios o atajos cognitivos o emotivos (Ryfe, 2005, p. 63; Wessler, 2008).

En consecuencia, y a condición de que se materialicen estas potencialidades y criterios, los debates pueden ser efectivamente conceptualizados como formatos de deliberación mediada, aunque sin el concurso de la mediación periodística.

MEDIATIZACIÓN DE LOS DEBATES Y COLONIZACIÓN DE LA LÓGICA MEDIÁTICA

A pesar de lo antes dicho, existe una caracterización alternativa de los debates que limita las potencialidades del enfoque expuesto, y que ocurre cuando estos se conciben más bien como espectáculos políticos a escala masiva. El predominio de esta última noción es plausible cuando en el seno de las comunicaciones públicas de un determinado sistema político se ha instalado de lleno un proceso de mediatización y lógica

mediática. La primera se define, en un sentido amplio, como un proceso de transformación o cambio social mediado por los medios de comunicación, en tanto instituciones y tecnologías externas a otras instituciones y ámbitos sociales, que moldean sus propios procesos de comunicación. Como resultado, se introducen cambios estructurales en la manera en que las instituciones y los ámbitos sociales, políticos y culturales se vinculan entre sí, e influencia o modifica las actividades y prácticas de los actores e instituciones sociales, al grado de someterlas o volverlas dependientes a los medios y su lógica (Hepp, 2013; Hjarvard, 2016; Strömbäck & Esser, 2014).

A su vez, la lógica mediática, como manifestación concreta del fenómeno macro de la mediatización, se concibe como una gramática que estructura los procesos de producción comunicativa y los supuestos para construir mensajes. Dicha gramática incluye el ritmo, el lenguaje y el formato, que tiende a ser evocativo, encapsulado, fácil de usar y familiar con las audiencias, y cuyos rasgos característicos son la fragmentación, simplificación, polarización, intensificación, esteoreotipación y narrativización dramática de actores y acontecimientos políticos (Altheide, 2004, 2013; Strömbäck, 2008; Strömbäck & Esser, 2009). Los políticos participan de esta gramática a través del fenómeno de la auto mediatización, por el cual se adaptan a las demandas y necesidades mediáticas e internalizan las reglas, rutinas y criterios de selección mediática que gobiernan el acceso a la esfera pública, para sus fines instrumentales. En consecuencia, los políticos aprovechan las ventajas de las comunicaciones mediáticas, anticipan sus efectos y los explotan estratégicamente para sus propios propósitos (Esser, 2013; Esser & Matthes, 2013).

En suma, si tomamos a los debates como una institución democrática, su mediatización puede ser entendida como la colonización de la lógica mediática en su interior, en tanto se adaptan o ajustan a las reglas comunicativas de los medios (Esser, 2013; Hepp & Krotz, 2014). En el extremo, los debates podrían convertirse en meros ejercicios de infoentretenimiento, a partir de un formato y desempeño de los participantes altamente mediatizados.

Por consiguiente, en un sistema político que de suyo se encuentre mediatizado, es probable que los actores políticos decidan desempeñarse en los debates de una manera auto mediatizada, es decir, acorde a los estilos y narrativas favorecidos por los medios. Esto pasa por desplegar la lógica mediática previamente internalizada,

que satisface a medios y audiencias, caracterizada por la fragmentación, simplificación, efectismo y dramatización de sus mensajes, para maximizar su nivel de atención y controversia públicas. Incluso el formato mismo del debate televisado, definido en ciertas ocasiones por periodistas o cadenas privadas, y en otras por la autoridad electoral, pudiera configurarse de tal manera que incentive a los actores a adoptar dichos rasgos.

Este proceso, desde luego, no es determinante. La ejecución del debate como un espectáculo puede ocurrir con mayor probabilidad cuando los distintos actores vinculados con el formato establecen expectativas de dicha naturaleza respecto del mismo: si las audiencias consideran que deberán ser entretenidas y no tanto informadas por el debate; si los periodistas esperan reportar elementos de alta noticiabilidad e impacto, antes que las mismas, gastadas propuestas de campaña, y si los políticos deciden satisfacer las expectativas de los periodistas, para merecer mayor cobertura e interpelar en mayor medida a aquellas audiencias despolitizadas que, antes que a posiciones sustanciosas sobre políticas públicas, esperan ser expuestas a un espectáculo entretenido.

Se instala pues una tensión entre y al interior de cada uno de estos campos, entre ejecutar el debate como un servicio público, para fines de deliberación, o como un espectáculo guiado por la lógica mediática. Si bien toda escenificación política se considera hasta cierto punto una teatralización (Dader, 1998), lo cierto es que la lógica mediática en buena medida se contrapone a ciertos criterios de la deliberación mediada, al grado de que pudiera volverla nula: su fragmentación, simplicidad y efectismo son contrarios al valor de la base de información y el otorgamiento de razones, y su dramatismo hace proclive a los actores a manifestaciones de incivildad y falta de responsividad o ausencia de diálogo. Aunque el espacio del debate sea suficientemente amplio para compaginar ambas modalidades, en ciertos momentos, o como estrategia general, esa decisión es irreductible.

De la forma en que se resuelva dicha tensión resultará un desempeño determinado de los actores, y un resultado en términos del contenido vehiculado por el formato. Como es notorio, aquí desembocamos en una interrogante más bien empírica, que se ha contestado en pocas ocasiones dentro de las coordenadas teóricas propuestas. Tan solo encontramos un trabajo que encuentra que en el conjunto de los debates españoles de 2015 y sus candidatos se trataron en mayor medida temas de política sectorial que

referencias a la campaña o cuestiones personales, prácticamente marginales, lo cual verifica la distancia del formato con los procesos de mediatización actuales (López, Llorca, Valera, & Peris, 2018). Sin embargo, y en función de los trabajos basados en mediciones de los ataques, aclamaciones y defensas, así como de declaraciones de política pública o imagen personal de Benoit (2002), es posible encontrar algunas señales de un patrón de civilidad y cierta profundidad informativa en países como Francia (Choi & Benoit, 2013), Corea (Kim, Khang, & Lee, 2008), o Ucrania (Benoit & Klyukovski, 2006), donde los debates se han desarrollado con una presencia predominante de políticas públicas, y mínima de ataques.

Para el caso mexicano, aunque sus efectos de agenda están confirmados (Mercado, Hellweg, Dozier, & Hofstetter, 2003), los trabajos empíricos sobre su contenido arrojan resultados contrastantes. Los académicos que analizan los debates con herramientas lingüístico-discursivas determinan que el desempeño de los actores en su interior es normativamente deficiente. Sus observaciones subrayan la prevalencia de retórica hueca en lugar de hechos constatables (Valbuena, 2007), la utilización de recursos de denostación como la degradación, el desenmascaramiento, el sarcasmo y la ironía, no dirigidos a programas o ideas, sino *ad hominem* (Flores Treviño & Infante, 2010) y una definición agresiva, mordaz y amplificadora de los candidatos antagónicos, particularmente los punteros en las encuestas (Chihu, 2009, 2014).

En contraste, los escasos trabajos cuantitativos reflejan indirectamente que los debates se han llevado a cabo con civilidad y cierta profundidad. En debates efectuados en 2006 (Echeverría, 2008; Téllez et al., 2010) y, sobre todo, en 2012 (Echeverría & Chong, 2013), las aclamaciones o autopromociones superan ampliamente a los ataques, al igual que los temas de política pública en relación a los aspectos personales de los candidatos, en una relación 2 a 1 en los primeros y 3 a 1 en los segundos. No obstante, los temas y las propuestas estaban basados cerca de 70% de las veces en opiniones, no en hechos, y un porcentaje mínimo, apenas 10%, estaba explicado, lo cual configura un debate relativamente pobre en cuanto a su base de información. Con todo, es necesario reconocer que los trabajos citados tan solo utilizan una variable indicativa del nivel de civilidad y otra del nivel de profundidad, lo cual dificulta elaborar conclusiones acerca de su mediatización o bien, su calidad deliberativa, al tiempo que justifica los esfuerzos de este estudio.

CASO EMPÍRICO Y METODOLOGÍA DE ESTUDIO

Los debates mexicanos de 2018¹ tuvieron particularidades en su desarrollo que vale la pena considerar en relación a nuestra teorización. Organizados bajo mandato constitucional por la autoridad electoral, y transmitidos en cadena nacional, se propusieron modificar sustancialmente los antiguos formatos acartonados que se habían utilizado en la incipiente tradición mexicana de debates, apenas inaugurada en 1994, por unos más dinámicos. Hasta entonces, estos eran caracterizados por favorecer el discurso de los políticos mediante una mínima participación del moderador —tan solo administrando turnos del habla—, tiempos prolongados de exposición de los candidatos y tomas estáticas a su persona.

En esta ocasión, los moderadores fueron periodistas —tres por debate— a quienes se le otorgaba total libertad de cuestionar, interrumpir y contradecir a los candidatos, a medida que se desahogaba la agenda temática previamente pactada entre partidos y la autoridad electoral. En los dos últimos debates también se recogieron cuestionamientos de los ciudadanos, en el penúltimo a través de su presencia en el set, en un formato tipo mitin, y en el último mediante la síntesis de preguntas vertidas en redes sociales, citadas por los moderadores. Cada uno de los candidatos, cinco en el primer debate y cuatro en los dos restantes, tenía una *bolsa de tiempo* distribuida en argumentación (2 minutos), réplica (1 minuto) y contra réplica (30 segundos), que debían administrar cuidadosamente. En el plano visual, las tomas de cámara alternaban dinámicamente entre los periodistas y los candidatos, o entre los mismos debatientes, poniéndolos en ocasiones a ambos en un mismo plano confrontado, o bien captando las reacciones a los dichos de los otros participantes en planos medios y *close-ups*.

Tanto la dinámica del debate como su despliegue visual constituyen un primer dato de mediatización del formato, que pareció diseñarse para satisfacer las críticas largamente vertidas por parte de los periodistas acerca del acartonamiento y tedio de los formatos previos, que, aunque hubieran tenido niveles de audiencia elevados, no estaban al día respecto de las emisiones televisivas contemporáneas. No obstante, su solo rediseño lo predispuso a un contenido de lógica mediática que pudiera resultar fragmentario, simplista y confrontativo, en virtud de la brevedad de los tiempos, el lenguaje visual agonial y la licencia de los periodistas para interrumpir y cuestionar a los candidatos en cualquier momento. Cabe señalar que las tres emisiones tuvieron

niveles elevados de audiencia. El primer debate (22 de abril) fue sintonizado en televisión por 11,4 millones de votantes mayores de 18 años, 40% del share; el segundo debate (20 de mayo) tuvo una audiencia de 12,6 millones de electores, 50% del share, y el tercero (12 de junio) tuvo 10,7 millones de votantes, 39% del share (INE, 2018). Estos datos confirman su carácter masivo, del todo oportuno en el entorno contemporáneo de audiencias fragmentadas, y su papel estelar durante el proceso electoral.

Con todo, sigue siendo una interrogante el hecho de si las mencionadas predisposiciones del formato se tradujeron en efecto en determinados rasgos de contenido vinculados con la deliberación mediada o bien, la lógica mediática. Para ello, realizamos un análisis de contenido de los tres debates presidenciales. Las unidades del corpus (N=556) se conformaron con base en los temas u ocurrencias que expresan una idea coherente, definidos aquellos como una aserción sobre un tópico, se trata de un argumento acerca de candidatos o partidos, que se hace manifiesto mediante una sola frase o bien, varios enunciados (Benoit & Klyukovski, 2006).

Respecto del libro de códigos, se operacionalizaron aquellos criterios considerados pertinentes para la evaluación de desempeño de los debates, con la ayuda de los libros de códigos de diversos trabajos elaborados para medir el concepto de deliberación mediada en medios informativos (Bennett et al., 2004; Benoit & Klyukovski, 2006; Maia, 2009; Rinke et al., 2013; Rohlinger, 2007; Wessler & Rinke, 2014). En consecuencia, se excluyeron los criterios de inclusión y reconocimiento, pues todos los partidos estuvieron presentes en igualdad de circunstancias, y fueron preservados los de base de información, otorgamiento de razones, entrega de propuestas, civilidad y responsividad. El primer criterio intenta constatar que proliferen contenido político en el debate, de acuerdo a dos categorías provenientes de las teorías funcionales del discurso; en ese sentido, 1) se constata la presencia de un tema o *issue* en las unidades, y 2) si estas aluden a los mismos y sus propuestas de solución, o bien, a aspectos personales del candidato. El otorgamiento de razones observa el fundamento de las enunciaciones de los candidatos: si estas se basan en hechos (constatables, verificables) o en meras opiniones subjetivas, así como su nivel de profundidad, que va desde explicaciones acerca del comportamiento del *issue* hasta su sola mención, pasando por una descripción de sus características.

El criterio de entrega de propuestas ya fue operacionalizado, en parte, en la primera variable de base de

información, con la constatación de la presencia de las mismas. No obstante, se pretende constatar también que las propuestas tengan un fundamento (en términos de hechos u opiniones) y su grado de elaboración (tan solo mencionadas, descritas, o bien, explicada su eficacia). El criterio de civilidad, entendido como respeto y cortesía, se desdobra en dos variables: la primera constata la ausencia de expresiones despectivas o agresivas y la segunda, la ausencia de ataques. Finalmente, el criterio de responsividad observa si existe alusión a las intervenciones previas de los candidatos. La manera específica en que fueron operacionalizados dichos criterios, desde su descomposición en criterios, variables, definición operacional y desglose de categorías, se encuentra en la tabla 1.

Puesto que se trata de una investigación sin antecedentes en la literatura empírica, la pesquisa se condensa en la siguiente pregunta:

P1. ¿Cuál es el grado de deliberación mediada presente en los debates presidenciales mexicanos de 2018?

No obstante, complementamos las variables medidas con indicadores adicionales que verifican el grado de mediatización del ejercicio, relacionando variables de contenido con variables de contexto. En primer lugar, dentro de la literatura mexicana sobre medios informativos, un estudio revela que conforme la campaña se acerca a su fin, los candidatos a la zaga en las encuestas incrementan los ataques y el nivel de incivilidad (Muñiz, Saldierna, & Marañón, 2018). Ello no ha sido comprobado para el caso de los debates, por lo que dicho supuesto permite establecer una primera hipótesis:

H1. Los debates se mediatizan a medida que transcurre la campaña.

En segundo lugar, es pertinente averiguar si todos los candidatos se desempeñaron conforme a una lógica mediática, y si esta se manifiesta a lo largo de todos los temas o bien hay algunos de ellos que la activan preferentemente. Una posible homogeneidad de desempeño en ambos casos implicaría que la colonización de la lógica mediática es penetrante, mientras que los desempeños particulares se relacionarían, en el caso de los candidatos, con un perfil populista o una posición rezagada en las encuestas, que los lleva a auto mediatizarse y, en el caso de los temas, con aquellos que ya han sido ampliamente mediatizados y presentan rasgos

criterio y definición	Variables y definición operacional	Categorías dicotómicas y nominales
Base de información	Orientación de la unidad: la dimensión electoral en la que se concentra el mensaje, ya sea las características personales del candidato o la propuesta.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Imagen del candidato: el mensaje se centra en las características o cualidades del candidato, así como en sus opiniones personales y aspectos de su vida privada. 2. Tema: el mensaje se centra en las posiciones o preferencias del candidato acerca las problemáticas o temas de interés público. 3. Propuesta: el mensaje se centra en las acciones, medidas o programas que se implementarán para solucionar una problemática determinada.
	Presencia de tema: entendido como dominio de experiencia social. Tema:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presente. 2. Ausente. 1. Corrupción. 2. Inseguridad y violencia. 3. Grupos vulnerables. 4. Democracia y pluralismo. 5. Comercio exterior. 6. Seguridad fronteriza y combate al crimen transnacional. 7. Derechos de los migrantes. 8. Crecimiento económico, pobreza y desigualdad. 9. Educación, ciencia y tecnología. 10. Salud, desarrollo sustentable y cambio climático.
Otorgamiento de razones	Bases de la descripción: los insumos de argumentación que se utilizan para exponer el tema.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hechos: cuando se utilizan datos, acontecimientos e información verificable para describir el tema. 2. Opiniones: cuando se utilizan juicios, opiniones o percepciones subjetivas, sin referencias a datos, para describir el tema.
	Profundidad de la información: el nivel de detalle con el que se aborda el tema o la problemática.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mención: tan solo se enuncia una problemática, pero no se proporciona información acerca de en qué consiste. 2. Descripción: se mencionan datos cuantitativos o cualitativos, así como acontecimientos que describen de qué se trata la problemática enunciada y cuáles son sus características. 3. Explicación: se mencionan determinados factores que originan o se relacionan con el comportamiento de dicha problemática, y a partir de los cuales puede comprenderse mejor.
Entrega de propuestas	Bases de la descripción: los insumos que utiliza el argumento para describir la propuesta.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hechos: cuando la propuesta está sustentada por información, datos o hechos para demostrar su conveniencia. 2. Opiniones: cuando se utilizan juicios, opiniones o percepciones subjetivas, sin referencias a datos, para describir la propuesta.
	Detalle de la propuesta: el grado de elaboración de las propuestas mencionadas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mención: el argumento menciona una intención de solución, mas no proporciona detalles de las acciones o medidas que implementará para hacerlo. 2. Descripción: el argumento describe las acciones o medidas que implementará para atender la problemática enunciada. 3. Explicación: el argumento detalla de qué manera será ejecutada la acción o medida mencionada, y en qué radica su posible eficacia.
Civildad	Civildad: utilización de palabras o expresiones despectivas o agresivas hacia algún actor.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sí. 2. No.
	Función: intención estratégica del mensaje frente a los opositores y la coyuntura de campaña.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aclamaciones: retratan al candidato o al partido del candidato de manera favorable, aclama o enfatiza sus puntos deseables, y elabora propuestas o acciones para solucionar los problemas nacionales. 2. Ataques: retratan al candidato opositor o al partido opositor de manera desfavorable. 3. Defensa: responde explícitamente a un ataque previo al candidato o al partido del candidato.
Responsividad	Responsividad: referencia a las ideas previamente vertidas de los opositores.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sí. 2. No.

Tabla 1. Operacionalización del concepto de deliberación mediada en debates televisados

Fuente: Elaboración propia.

de polarización, por ejemplo. Estos supuestos se desglosan en un par de hipótesis:

H2. El desempeño de los debates bajo una lógica mediática está asociado a la actuación particular de los candidatos.

H3. El desempeño de los debates bajo una lógica mediática está asociado a los temas que se tratan en ellos.

Los estudiantes codificaron las unidades, obteniendo una fiabilidad intercodificador general de 0,72 Kappa de Cohen², satisfactoria, en su conjunto, para este tipo de ejercicios, con fluctuaciones en algunas variables individuales. Asimismo, se realizaron pruebas de Chi Cuadrado para encontrar asociaciones estadísticamente significativas entre variables de contenido y las variables contextuales de número de debate (3), candidatos (4) y temas (10), acompañado del estadístico V de Cramer para observar la fuerza de dicha asociación.

HALLAZGOS

Los hallazgos de las distintas variables medidas se desglosan en relación con el valor de deliberación mediada que se operacionalizó (tabla 2). De esta manera, se presentan en primera instancia resultados acerca de los criterios de base de información y otorgamiento de razones. Encontramos que las unidades se encuentran distribuidas entre aquellas que comunican aspectos del candidato (36%), seguidas de aquellas que exponen temas de política pública (35%) y establecen propuestas de solución (28%). De este modo, 63% de las unidades tratan sobre los *issues* de campaña y sus respectivas soluciones.

A partir de ahí, se empieza a notar un tratamiento más bien adelgazado de los distintos aspectos del debate. Si bien 55% de las unidades aborda temas de política pública, poco menos de la mitad (43%) está basada en hechos verificables (datos, evidencia), mientras que la otra mitad se fundamenta en opiniones subjetivas del candidato (57%). La mayoría de las unidades tan solo menciona los temas (50%), una tercera parte describe sus características (33%) y una pequeña proporción explica los factores vinculados con los mismos (17%).

Respecto al criterio de entrega de propuestas, estas se presentan en poco más de la tercera parte de las unidades (34%), aunque están basadas, en buena medida, en opiniones (81%), antes que en hechos (19%). De la misma manera, las propuestas se explican muy poco (17%), se describen moderadamente (28%) y en buena

medida tan solo se mencionan, sin mayor detalle (55%).

El criterio de responsividad implica un diálogo entre las partes, estimulado por los moderadores, o bien, por los propios participantes. Aquí encontramos que solo 20% de las unidades de los candidatos retoman las posiciones de los demás, de modo que el intercambio de ideas sucede entre candidatos y moderadores, y no entre los mismos candidatos, como se esperaría.

Finalmente, en cuanto al criterio de civilidad encontramos que, de acuerdo a la forma en que fue operacionalizado, se enuncian expresiones despectivas o agresivas solamente en 5% de las unidades, aunque la función de ataque esté presente en la cuarta parte de las mismas (25%). Esto quiere decir que los ataques tienen una frecuencia moderada, pero que se conducen con civilidad.

Respecto de las asociaciones entre variables de contenido y contextuales, capaces de detectar patrones de homogeneidad en los debates, constatamos un desempeño más bien heterogéneo de estos ejercicios. En cuanto a una posible vinculación entre candidatos específicos y un desempeño deliberativo, se constataron asociaciones estadísticamente significativas y moderadas entre la primera variable y las de bases de la descripción (hechos, opiniones), $\chi^2(1, N=556) = 31,86, p=0,000$, la de profundidad de la descripción de los temas (mención, descripción, explicación), $\chi^2(6, N=556) = 35,78, p=0,000$, y con la de bases de las propuestas (hechos, opiniones), $\chi^2(3, N=556) = 8,08, p=0,044$, con valores V de Cramer de 0,324, 0,244 y 0,208, respectivamente. Por ejemplo, el candidato del PAN describió los temas del debate con hechos, antes que con opiniones, en un 64% de sus unidades, en comparación con los candidatos del PRI (45%), MORENA (37%) y el candidato independiente (23%). De igual manera, en la variable bases de la propuesta el 33% de las unidades se basó en hechos por parte de dicho candidato, a diferencia de sus contrincantes del PRI (17%), MORENA (18%) e independiente (11%). No obstante, las otras variables de contenido tienen una vinculación menor o nula con la de candidato, siendo notorias las de expresiones despectivas, así como orientación de la unidad (ya sea en torno al candidato mismo, el tema en discusión o la propuesta de política).

Estas diferencias también ocurren respecto de los temas planteados a lo largo de los debates, al grado de afirmar que el nivel de deliberación está relacionado estrechamente con el tema que se aborda. De hecho, todas las variables de deliberación medidas expresaron una relación estadísticamente significativa

Valor	Categoría	Candidatos		Temas		No. de debate			
		N	%	χ^2	V Cramer	χ^2	V Cramer	χ^2	V Cramer
BASE DE INFORMACIÓN Y OTORGAMIENTO DE RAZONES									
Orientación de la unidad	Imagen de candidato	200	36,4	25,521	0,152	84,444	0,375	17,137	0,125*
	Tema	195	35,5						
	Propuesta	154	28,1						
Presencia de tema	Presente	302	55	‡	‡	‡	‡	‡	‡
	Ausente	247	45						
Base de la descripción	Hechos	129	42,9	31,683	0,324***	23,029	0,277*	9,509	0,178*
	Opiniones	172	57,1						
Profundidad de la descripción	Mención	150	49,8	35,781	0,244***	59,128	0,313***	23,367	0,197***
	Descripción	101	33,6						
	Explicación	50	16,6						
ENTREGA DE PROPUESTAS									
Presencia de propuesta	Presente	188	34,4	11,196	0,143	24,522	0,286*	8,225	0,123
	Ausente	359	65,6						
Bases de la propuesta	Hechos	35	18,7	8,088	0,208*	15,554	0,411*	16,086	0,293***
	Opiniones	152	81,3						
Detalle de la propuesta	Mención	103	55,1	5,911	0,126	28,859	0,396*	10,337	0,166*
	Descripción	52	27,8						
	Explicación	32	17,1						
RESPONSIVIDAD	Sí	110	20	12,307	0,150***	19,652	0,256*	11,746	0,146***
	No	439	80						
CIVILIDAD									
Expresiones despectivas	Sí	27	4,9	3,952	0,085	24,156	0,283*	7,291	0,115*
	No	522	95,1						
Función dominante	Aclamación	53	9,5	29,289	0,133***	64,21	0,267***	19,519	0,135
	Ataque	140	25,2						
	Defensa	27	4,9						
	No aplica	336	60,4						

Tabla 2. Criterios y variables de deliberación mediada

Nota: N = 556, * p>0,05, *** p>0,001.

‡ Estas asociaciones no fueron obtenidas al no ser teórica y empíricamente pertinentes a este ejercicio.

Fuente: Elaboración propia.

con la variable de tema, en particular las de bases de la propuesta (hechos, opiniones), $\chi^2(9, N=556) = 15,55$, $p=0,077$, nivel de detalle de la propuesta (mención, descripción, explicación), $\chi^2(18, N=556) = 28,85$, $p=0,050$, y expresiones despectivas, $\chi^2(9, N=556) = 24,15$, $p=0,004$, con valores V de Cramer de 0,411, 0,396 y 0,283, respectivamente. Así, se registran contrastes agudos en la manera en que se deliberan diversos temas. Por ejemplo, el de grupos vulnerables se describe con hechos en 19% de las unidades, mientras que el de

crecimiento económico, pobreza y desigualdad lo hace en 82% de las unidades. De igual forma, los ataques son relevantes en el espacio de los temas de corrupción (37%) y democracia y pluralismo (28%), se presentan muy poco en el tema de salud, desarrollo sustentable y cambio climático (5%), y no se suscitan en el marco del tema derechos de los migrantes.

Finalmente, los rasgos de deliberación se vinculan poco con el orden de los debates. Solamente un par de variables expresaron asociaciones estadísticamente

significativas y además relevantes respecto de esta condición: la profundidad de la descripción (mención, descripción, explicación), $\chi^2(8, N=556) = 23,36$, $p=0,000$, V de Cramer=0,197, y las bases de la propuesta (hechos, opiniones), $\chi^2(6, N=556) = 16,08$, $p=0,000$, V de Cramer=0,293. Las otras variables, si bien alcanzan significatividad estadística, no presentan un estadístico V de Cramer sobresaliente. Así, el primer debate es el más pobre de los tres, pues, por ejemplo, los *issues* se explican poco (9%), se describen moderadamente (26%) y en buena medida tan solo se mencionan (65%), a diferencia del segundo (25%, 37% y 37%, respectivamente) y tercer ejercicio (21%, 40% y 39%, respectivamente), que resultaron más ricos. Algo similar ocurre con las propuestas presentadas en los debates, mejor sustentadas, sobre datos y hechos verificables, en el tercer debate (32%) que en el segundo (18%) y el primero (6%). El supuesto de una mayor incivilidad conforme se celebran los debates no se sostiene. De hecho, los ataques disminuyen del primer (31%) al segundo (23%) y tercer debate (19%), mientras las expresiones despectivas experimentan un ligero decremento del primer (6,7%) al segundo (6,5%) y tercer debate (1,2%).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Considerando a los debates presidenciales como instituciones democráticas y foros propicios para la deliberación mediada, quisimos constatar en qué medida los efectuados en México en 2018 se comportaron como tales o bien se habían mediatizado, esto es, habían sido colonizados por una lógica mediática que privilegia mensajes efectistas, simplificadores o dramáticos por encima de la deliberación.

Los hallazgos nos permiten dibujar un panorama mixto respecto de estos problemas. Basados en el criterio fundamental de la civilidad, expresado en ataques y expresiones agresivas o despectivas, o el de la base de información, manifestado por la presencia predominante de temas de política pública y propuestas, antes que alusiones personales, podemos afirmar que los debates tienen un componente importante de deliberación. Ambos indicadores confirman los hallazgos de estudios previos en el ámbito mexicano (Echeverría, 2008; Echeverría & Chong, 2013; Téllez et al., 2010), e internacional (Benoit & Klyukovski, 2006; Kim et al., 2008; Choi & Benoit, 2013), que destacan también la baja presencia de ataques y contenido personalizado.

No obstante, otros hallazgos van en sentido contrario a esta conclusión, puesto que las variables que indican

una argumentación profunda están lejos de manifestar un desempeño deseable. Por ejemplo, tan solo la mitad de las unidades de los debates aborda temas de política pública, y la mitad de ellas, a su vez, está basada en opiniones. La explicación de los temas es marginal (16%), y la mitad de las veces estos tan solo se mencionan, no se describen. Si bien se enuncian propuestas en la tercera parte de las unidades, sus bases son superficiales, pues 80% se sustenta en opiniones y solo una quinta parte está explicada; la mayoría solo se menciona, a la manera de los *entregables* del *marketing* político. La responsividad en específico, entendida como la medida en que existe un intercambio de ideas entre los debatientes, es particularmente débil. En ese sentido, tampoco se descartan del todo los trabajos cualitativos que observan una retórica hueca en los debates, sin recurso a datos verificables (Valbuena, 2007).

Uno de los posibles factores que explica este desempeño mixto pudieran ser las adecuaciones realizadas al formato del debate en la campaña de 2018, que preservaron la exposición y confrontación de propuestas de los candidatos, pero imprimieron un mayor dinamismo audiovisual e intervención asertiva de parte de los periodistas. Ello resulta en un espacio de suyo híbrido, que al parecer intenta apelar lo mismo al rol cívico que al de espectador de las audiencias.

Por otro lado, cabe recalcar que encontramos un desempeño heterogéneo en el debate, más o menos deliberativo dependiendo de los actores o temas de que se trate, apoyando, de esta manera, las hipótesis 2 y 3 enunciadas. Por el contrario, no se verifican diferencias significativas de desempeño entre los debates de la primera, segunda y tercera emisión, con lo que se descarta la hipótesis 1. En consecuencia, es posible afirmar que no se manifiesta una colonización abarcadora de la lógica mediática, sino una presencia parcial: ciertos actores se auto mediatizaron con más frecuencia, adoptando los códigos simplificadores, efectistas y conflictivos de los medios, mientras otros se mantuvieron bajo un registro homogéneo de deliberación, probablemente con relación a su posición en las encuestas, ya sea rezagada, para los primeros, o bien aventajada, para los segundos. A su vez, ciertos temas fueron más mediatizados que otros, sobre todo aquellos con mayor interés en la agenda mediática o pública, como el de la corrupción o la democracia, y otros fueron más deliberados, como el de crecimiento económico, posiblemente a raíz de su mayor complejidad técnica.

Los hallazgos, en su conjunto, permiten concluir que la lógica mediática, entendida sobre todo como

simplificación y fragmentación del discurso político, tiene una presencia relevante en los debates, al tiempo que las bondades de la deliberación mediada de cara a las audiencias, en términos de complejidad de las posiciones, comprensión de los temas en juego e intercambio razonado de argumentos, no se verifican del todo, lo mismo como insumos de comprensión ilustrada que elementos para el modelaje ciudadano.

Finalmente, es conveniente recalcar que, a pesar de que el formato cambió, la simplificación manifiesta en 2012 (Echeverría & Chong, 2013) se prolongó en 2018. En ese sentido, una limitación de este estudio y propuesta de investigación futura sería

realizar análisis longitudinales entre los distintos debates mexicanos, e incluso de otros países, que exploren la manera en que los diversos formatos, así como las condiciones incrementales de mediatización en los últimos lustros, afectan el desempeño de los participantes. Esto es clave en la actuación de los periodistas-moderadores, unas veces tímida y otras, dominante. Una opción adicional sería constatar esta tensión en otros formatos mediáticos, como las noticias políticas, que puedan dar una idea más completa del grado de penetración de la lógica mediática en espacios que potencialmente pudieran efectuar un buen ejercicio de deliberación mediada.

NOTAS

1. Los debates se realizaron en el contexto de la campaña presidencial que se efectuó del 30 de marzo al 27 de junio de 2018, para el periodo sexenal de 2018-2024. Los contendientes fueron el derechista Partido Acción Nacional (PAN), con el candidato Ricardo Anaya Cortés (22% de la votación), el centro izquierda y entonces gobernante Partido Revolucionario Institucional (PRI), con José Antonio Meade Curiubreña (16%), el independiente Jaime Rodríguez Calderón (5%), y el izquierdista Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), con el vencedor Andrés Manuel López Obrador (53%). Favorito en las encuestas durante toda la campaña, dicho candidato fue el rival a vencer en cada uno de los debates, por parte de sus adversarios.

2. La fiabilidad de cada variable se desglosa como sigue: Orientación de la unidad, 0,88; Presencia de tema, 0,67; Tema específico, 0,89; Bases de la descripción, 0,67; Profundidad de la información, 0,54; Presencia de una propuesta, 0,84; Tema al que se refiere la propuesta, 0,84; Bases de la descripción de la propuesta, 0,60; Nivel de detalle de la propuesta, 0,57; Palabras o expresiones despectivas, 0,70; Referencia a las ideas previamente vertidas de los opositores, 0,63; Función (ataque, defensa), 0,76.

REFERENCIAS

- Althaus, S. L. (2012). What's good and bad in political communication research? Normative standards for evaluating media and citizen performance. In H. A. Semetko & M. Scammell (Eds.), *The SAGE handbook of political communication* (pp. 97-112). London: SAGE.
- Altheide, D. (2004). Media Logic and Political Communication. *Political Communication*, 21(3), 293-296. <https://doi.org/10.1080/10584600490481307>
- Altheide, D. (2013). Media Logic, Social Control, and Fear. *Communication Theory*, 23(3), 223-238. <https://doi.org/10.1111/comt.12017>
- Bandura, A. (2009). Social Cognitive Theory of Mass Communication. In J. Bryant & M. Beth (Eds.), *Media effects: advances in theory and research* (3rd ed.) (pp. 110-140). New York: Taylor & Francis.
- Baran, S. & Davis, D. (2015). *Mass communication theory. Foundations, Ferment and Future*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.

- Barbaros, C. (2012). Exploring Televised Political Debates: Strategies and Issues. *Argumentum: Journal the Seminar of Discursive Logic*, 10(1), 140-149. Retrieved from, <https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/Argumentum%20No%2010%20issue%201.htm>
- Bélangier, A. (1998). La comunicación política, o el juego del teatro y de las arenas. In G. Gauthier, A. Gosselin & J. Mouchon (Eds.), *Comunicación y Política*. Barcelona: Gedisa.
- Bennett, W. L., Pickard, V. W., Iozzi, D. P., Schroeder, C. L., Lagos, T., & Caswell, C. E. (2004). Managing the public sphere: Journalistic construction of the great globalization debate. *Journal of Communication*, 54(3), 437-455. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02638.x>
- Benoit, W. & Brazeal, L. (2002). A functional analysis of the 1988 Bush-Dukakis presidential debates. *Argumentation and Advocacy*, 38(4), 219-233. <https://doi.org/10.1080/00028533.2002.11821569>
- Benoit, W. & Klyukovski, A. (2006). A functional analysis of 2004 Ukrainian presidential debates. *Argumentation*, 20(2), 209-225. <https://doi.org/10.1007/s10503-006-9007-x>
- Benoit, W. & Sheafer, T. (2006). Functional theory and political discourse: televised debates in Israel and the United States. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 83(2), 281-297. <https://doi.org/10.1177/107769900608300204>
- Benoit, W., Stein, K., & Hansen, G. (2005). New York Times Coverage of Presidential Campaigns. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 82(2), 356-376. <https://doi.org/10.1177/107769900508200208>
- Benoit, W., Webber, D., & Berman, J. (1998). Effects of Presidential Debate Watching and Ideology on Attitudes and Knowledge. *Argumentation and Advocacy*, 34(4), 163-172.
- Chihu, A. (2009). La construcción del antagonista en los debates presidenciales del 2006 en México (The construction of antagonist in 2006 Presidential debates in Mexico). *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, 5(1), 91-114. Retrieved from <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/polis/issue/view/1027>
- Chihu, A. (2014). El framing del antagonista en los debates presidenciales: México 2012 (Antagonist's framing in presidential debates: Mexico 2012). *Polis*, 10(1), 109-132. Retrieved from <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/polis/issue/view/1037>
- Cho, J. (2009). Disentangling Media Effects from Debate Effects: The Presentation Mode of Televised Debates and Viewer Decision Making. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 86(2), 383-400. <https://doi.org/10.1177/107769900908600208>
- Choi, Y. S. & Benoit, W. L. (2013). A Functional Analysis of the 2007 and 2012 French Presidential Debates. *Journal of Intercultural Communication Research*, 42(3), 215-227. <https://doi.org/10.1080/17475759.2013.827584>
- Dader, J. L. (1998). *Tratado de comunicación política* (Political communication treatise). Madrid: Cersa.
- Dahl, R. (1992). *La democracia y sus críticos* (Democracy and its critics). Barcelona: Paidós.
- Dayan, D. & Katz, E. (1994). *Media Events*. Harvard: Harvard University Press.
- Domínguez, R. (2011). La aplicación del análisis textual a los debates político-electorales televisados en México (The application of textual analysis to televised political-electoral debates in Mexico). In N. Pareja & S. Molina (Coords.), *La comunicación política en México* (Political communication in Mexico) (pp. 87-95). Zamora: Comunicación Social Editores.
- Echeverría, M. (2008). Debates presidenciales y democracia en México. Desempeño de los candidatos en los debates presidenciales de 2006 (Presidential debates and democracy in Mexico. Candidates' performance in the 2006 presidential debates). *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 50(202), 33-49. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2008.202.42598>
- Echeverría, M. (2017). Infoentretenimiento periodístico en la cobertura de las elecciones. El caso de los debates presidenciales (Journalistic infotainment in election coverage. The case of presidential debates). *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 24(74), 113-136. <https://doi.org/10.29101/crcs.v0i74.4384>

- Echeverría, M. & Chong, B. (2013). Debates presidenciales y calidad de la democracia. Análisis empírico normativo de los debates mexicanos de 2012 (Presidential Debates and the Quality of Democracy. An Empirical Analysis of Standards in the Mexican Debates of 2012). *Palabra Clave*, 16(2), 341-365. <https://doi.org/10.5294/pacla.2013.16.2.3>
- Esser, F. (2013). Mediatization as a Challenge: Media Logic Versus Political Logic. In H. Kriesi, S. Lavenex, F. Esser, J. Matthes, M. Bühlmann, & D. Boschler, *Democracy in the Age of Globalization and Mediatization* (pp. 155-176). London: Palgrave Macmillan UK.
- Esser, F. & Matthes, J. (2013). Mediatization Effects on Political News, Political Actors, Political Decisions, and Political Audiences. In H. Kriesi, S. Lavenex, F. Esser, J. Matthes, M. Bühlmann, & D. Boschler, *Democracy in the Age of Globalization and Mediatization* (pp. 177-201). London: Palgrave Macmillan UK.
- Flores Treviño, M. E. & Infante, J. M. (2010). Polifonía y descortesía en el debate político (Polyphony and discourtesy in the political debate). In F. Orletti & L. Mariottini (Eds.), *Descortesía en español. Espacios teóricos y metodológicos para su estudio* (Discourtesy in Spanish. Theoretical and methodological spaces for study) (pp. 537-552). Rome: Edice.
- Gallego, M. (2016). Nuevos formatos de debate para la nueva política española: elecciones generales 2015 y 2016 (New debate formats for the new Spanish policy: 2015 and 2016 general elections). In E. Camarero & J. Rodríguez (Eds.), *Estrategias en comunicación y su evolución en los discursos* (Communication strategies and their evolution in discourses). Madrid: McGraw-Hill.
- Gastil, J. (2008). *Political Communication and Deliberation*. Thousand Oaks: Sage.
- Habermas, J. (1999). *La inclusión del otro: estudios de teoría política* (The Inclusion of the Other: Studies in Political Theory). Barcelona: Paidós Ibérica.
- Hepp, A. (2013). The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the 'mediation of everything'. *European Journal of Communication*, 28(6), 615-629. <https://doi.org/10.1177/0267323113501148>
- Hepp, A. & Krotz, F. (2014). Mediatized Worlds — Understanding Everyday Mediatization. In A. Hepp & F. Krotz (Eds.), *Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age* (pp. 1-15). London: Palgrave Macmillan UK.
- Hjarvard, S. (2016). Mediatización: La lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social (The logics of the media and the mediatization of social interaction). *La Trama de la Comunicación*, 20(1), 235-252. Retrieved from <https://latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/572>
- INE. (2018). Informe Final. Comisión Temporal encargada de coordinar la realización de debates en la elección presidencial (Final report. Temporary Commission responsible for coordinating the conduct of debates in the presidential election). Mexico: Instituto Nacional Electoral.
- Jamieson, K. (1990). *Presidential Debates: The Challenge of Creating an Informed Electorate*. Cary: Oxford University Press.
- Jarman, J. (2005). Political Affiliation and Presidential Debates. A Real-Time Analysis of the Effect of the Arguments Used in the Presidential Debates. *American Behavioral Scientist*, 49(2), 229-242. <https://doi.org/10.1177/0002764205280921>
- Kanashiro, L. (2014). *Debates electorales televisados: el puritanismo político audiovisual peruano* (Televised electoral debates: Peruvian audiovisual political puritanism). Paper presented at the XXII Latin American Congress of Communication Researchers, Lima.
- Kim, C., Khang, H., & Lee, Y. (2008). Functional analysis of televised political spots and debates in Korean presidential elections, 1992-2007. *Korea Observer*, 39(2), 235-258. Retrieved from <http://koreobserver.or.kr/html/?pmode=subpage&smode=archive>
- Kraus, S. & Davis, D. (1981). Political Debates. In D. Nimmo & K. Sanders (Eds.), *Handbook of Political Communication* (pp. 273-296). London: Sage.

- López, G., Llorca, G., Valera, L., & Peris, A. (2018). Los debates electorales, ¿el último reducto frente la mediatización? Un estudio de caso de las elecciones generales españolas de 2015 (Electoral Debates. The Last Stronghold Against Mediatization? A Case Study of the 2015). *Palabra Clave*, 21(3), 772-793. Retrieved from <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/7794>
- Maia, R. C. (2009). Mediated deliberation: The 2005 referendum for banning firearm sales in Brazil. *The International Journal of Press/Politics*, 14(3), 313-334. <https://doi.org/10.1177/1940161209337090>
- Matsaganis, M. & Weingarten, C. (2001). The 2000 U.S. Presidential Debate Versus the 2000 Greek Prime Minister Debate: A Comparative Analysis. *American Behavioral Scientist*, 44(12), 2398-2409. <https://doi.org/10.1177/00027640121958393>
- McKinney, M. & Chattopadhyay, S. (2007). Political Engagement Through Debates. Young Citizens' Reactions to the 2004 Presidential Debates. *American Behavioral Scientist*, 50(9), 1169-1182. <https://doi.org/10.1177/0002764207300050>
- Mercado, A., Hellweg, S., Dozier, D. M., & Hofstetter, C. R. (2003). *A Study of Agenda-Setting Theory in Presidential Debates in Mexico's 2000 Presidential Campaign*. Paper presented at the International Communication Association, San Diego, CA.
- Morlino, L. (2007). Explicar la calidad democrática: ¿Qué tan relevantes son las tradiciones autoritarias? (Explaining Democratic Quality: How Relevant is the Authoritarian Legacy?). *Revista de Ciencia Política*, 27(2), 3-22. <https://doi.org/10.4067/S0718-090X2007000300001>
- Muñiz, C., Saldierna, A. R., & Marañón, F. (2018). Framing de los procesos electorales: las etapas de la campaña como factor moderador de la presencia de los encuadres políticos en las noticias (Framing of Electoral Processes: The Stages of the Campaign as a Moderator of the Presence of Political Frames in the News). *Palabra Clave*, 21(3), 740-771. Retrieved from <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/7880>
- Perloff, R. (2014). *The Dynamics of Political Communication. Media and Politics in a Digital Age*. New York: Routledge.
- Rawls, J. (2001). El derecho de gentes y "Una revisión de la idea de razón pública" (The Law of Peoples: with "The Idea of Public Reason Revisited"). Barcelona: Paidós.
- Rinke, E. M., Wessler, H., Löb, C., & Weinmann, C. (2013). Deliberative qualities of generic news frames: Assessing the democratic value of strategic game and contestation framing in election campaign coverage. *Political Communication*, 30(3), 474-494. <https://doi.org/10.1080/10584609.2012.737432>
- Rohlinger, D. A. (2007). American media and deliberative democratic processes. *Sociological Theory*, 25(2), 122-148. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2007.00301.x>
- Ryfe, D. M. (2005). Does deliberative democracy work? *Annual Review of Political Science*, 8(1), 49-71. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.8.032904.154633>
- Strömbäck, J. (2005). In Search of a Standard: four models of democracy and their normative implications for journalism. *Journalism Studies*, 6(3), 331-345. <https://doi.org/10.1080/14616700500131950>
- Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228-246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>
- Strömbäck, J. & Esser, F. (2009). Shaping Politics: Mediatization and Media Interventionism. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization. Concept, Changes, Consequences* (pp. 205-223). New York: Peter Lang.
- Strömbäck, J. & Esser, F. (2014). Introduction. Making sense of the mediatization of politics. *Journalism Studies*, 15(3), 243-255. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.897412>
- Téllez, N., Muñiz, C., & Ramírez, J. (2010). Función discursiva en los debates televisados. Un estudio transcultural de los debates políticos en México, España y Estados Unidos (The Discourse Function in Televised Debates. A Cross-cultural Study of Political Debates in Mexico, Spain and the United States). *Palabra Clave*, 13(2), 251-270. <https://doi.org/10.5294/pacla.2010.13.2.2>
- Tsfati, Y. (2003). The Impact of Exposure to Debate News Coverage and Its Interaction with Exposure to the Actual Debate. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 8(3), 70-86. <https://doi.org/10.1177/1081180X03008003005>

- Valbuena, F. (2007). Estudio retórico-comunicativo de los debates presidenciales mexicanos (2006) (Rhetoric-communicative study of Mexican presidential debates (2006)). *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 49(201), 111-144. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2007.201.42593>
- Wessler, H. (2008). Investigating Deliberativeness Comparatively. *Political Communication*, 25(1), 1-22. <https://doi.org/10.1080/10584600701807752>
- Wessler, H. & Rinke, E. M. (2014). Deliberative Performance of Television News in Three Types of Democracy: Insights from the United States, Germany, and Russia. *Journal of Communication*, 64(5), 827-851. <https://doi.org/10.1111/jcom.12115>
- Wicks, R. (2007). Does Presentation Style of Presidential Debates Influence Young Voters' Perceptions of Candidates? *American Behavioral Scientist*, 50(9), 1247-1254. <https://doi.org/10.1177/0002764207300054>

SOBRE EL AUTOR

Martín Echeverría, profesor investigador del Centro de Estudios en Comunicación Política, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. Comunicólogo, doctor en Comunicación y Cultura (Universidad de Sevilla), máster en Comunicación Política y Opinión Pública (Universitat Pompeu Fabra, Barcelona). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel 1. Sus líneas de investigación son los formatos audiovisuales de la comunicación política, los estudios de periodismo político y la relación entre consumo mediático, jóvenes y política. Dirección electrónica, https://www.researchgate.net/profile/Martin_Echeverria.