



UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE CIENCIA POLÍTICA

Monografía de grado- Licenciatura en Ciencia Política

**Entre la viveza criolla y la democracia deliberativa:
El debate presidencial obligatorio en Uruguay**

Angela Cabrera
Tutor: Adolfo Garcé

2024

Índice:

Introducción.....	3
Capítulo 1. Panorama histórico de los debates	
Los debates antes de la TV.....	6
El primer debate televisado: EEUU.....	7
Los debates televisados en Europa.....	9
Los debates televisados en América.....	10
Capítulo 2. Los debates en las democracias contemporáneas	
2.1 Causas	
Desarrollo tecnológico.....	16
Desarrollo socio-económico.....	18
Desarrollo institucional/democrático.....	19
2.2 Efectos	
Efectos electorales.....	20
Efectos sobre la calidad de la democracia.....	21
Efectos sobre la calidad del gobierno.....	23
Capítulo 3. El caso uruguayo	
Antes de la Ley de 2019.....	25
Lo que se dice sobre el debate: la opinión de los políticos, los expertos y los medios de comunicación.....	
Los políticos.....	28
Los expertos.....	29
Los medios de comunicación.....	30
2019. La ley de debates en balotaje.....	31
Conclusiones.....	37
Bibliografía.....	42
Anexos.....	52

Las campañas «logran que los líderes sean electos [. . .] pero, finalmente, también nos dicen quiénes somos como pueblo, dónde hemos estado y hacia dónde vamos; en su medida y duración ellas separan a nuestra cultura de todas las demás, nos enseñan acerca de la vida política, establecen nuestras prioridades individuales y colectivas, nos entretienen, y proveen bases para la interacción social».

Bruce Gronbeck (1984, p.496)

Introducción

Este trabajo pretende abordar el mecanismo institucional del debate presidencial desde un enfoque de comunicación política y de democracia, manteniendo el foco en lo que implica el uso del mismo en términos de calidad democrática. La pertinencia del trabajo radica en que se trata de eventos de alta relevancia e interés para la democracia uruguaya y que, hasta la fecha, carecen de un abordaje académico detallado en el país.

Desde la década de los 80' se produce un cambio político profundo a nivel global: las divisiones de la sociedad y las preferencias electorales responden cada vez menos a las diferencias ideológicas, de clase y/o religiosas, y pasan a depender más de las estrategias electorales (Manin, 1998). En este contexto, cobra relevancia la discusión acerca de las campañas electorales, la calidad de los mensajes y los vínculos entre candidatos y electores.

Se parte de la premisa de que “el estudio de la política es, por lo tanto, primordialmente, un estudio sobre las formas de comunicación y de intercambio simbólico entre los agentes del sistema político (Flores e Infante en Orletti y Mariottini, p.538), por lo que muchas veces, el acto eleccionario en el que se centran las definiciones acerca de lo que es la democracia, están motivados no solo por los hechos y argumentos de los agentes políticos, sino también por cómo esos hechos y argumentos son comunicados (Tenorio, 2002).

Los debates se han convertido en uno de los formatos centrales de la comunicación política durante las campañas electorales, es un subgénero del discurso político que tipológicamente pertenece al dominio de los discursos conflictuales (Vion 1992, en Blas Arroyo, 1999). Hoy en día se llevan a cabo debates en 85 países (Luengo, 2011), lo que claramente ha llevado a que la academia se

empiece a interesar por este mecanismo. Se los ha empezado a estudiar -más aún en las últimas décadas- desde distintos enfoques: sus efectos, los procesos que llevan a la definición de los formatos de debates y los formatos en sí y, claramente, los contenidos de los debates, ya sea en base a análisis lingüísticos-discursivos o más de estrategia y argumentos. No obstante, no se encuentra tan presente en la literatura el análisis de las posibles causas que llevan a que en algunos países haya debates y en otros no: cómo explicar que sociedades los demanden a quienes pretendan representarlos políticamente y que exista un castigo social a quienes decidan no debatir, mientras otras deben recurrir a mecanismos institucionalizados -como en Uruguay con la ley- porque no existe cultura política al respecto.

Este trabajo se organiza en tres grandes capítulos: (i) el panorama histórico de los debates, (ii) los debates en las democracias contemporáneas y, (iii) el estudio del caso uruguayo. En primera instancia se presenta un recorrido por la historia de los debates antes de la aparición de la televisión, medio de comunicación que cambió la política de raíz a partir de su masificación en los 60`; se aborda brevemente la aparición de los debates en Europa y en América, destacando en un apartado propio el caso de Estados Unidos, por ser un país clave en el proceso de mediatización de la política.

En el segundo capítulo se abordan brevemente tres causas y tres efectos de los debates presidenciales que han estado presentes en la literatura. Sobre las causas se dejan por fuera las que pueden tener que ver con elementos más de coyuntura, de profesionalización de la política o, incluso de “americanización” de la política. En cambio, se presentan como causas la modernización tecnológica a partir de la aparición de la TV, el desarrollo socio-económico y el desarrollo democrático-institucional. En cuanto a los efectos, se profundiza en los efectos sobre el resultado electoral, la calidad democrática y la calidad del gobierno.

Para el caso uruguayo, a partir de la Ley N° 19.827 que sanciona la obligatoriedad de al menos un debate presidencial en caso de que haya balotaje, se propone abordar una práctica que, si bien no es nueva en la historia política del país, ha tenido un uso errático en función de los cálculos electorales de los diferentes candidatos políticos. Se hace un recorrido sobre la historia de los debates en el país, empezando por el conocido debate de 1980 acerca del plebiscito de la reforma constitucional e identificando tres grandes etapas sobre los debates en Uruguay: primer debate e instauración del hábito de debatir durante la transición

democrática (1980-1994); pérdida del hábito de debatir y democracia adversativa -o competitiva- (1995-2018); y, por último, obligatoriedad del debate y nueva puesta en agenda (2019-a la fecha).

Posteriormente, se aborda la opinión de tres grupos de actores al respecto de los debates en Uruguay: los políticos, los expertos y los medios de comunicación; teniendo como perspectiva de análisis la disyuntiva entre la democracia deliberativa y la democracia adversativa (Sánchez, 2013). Para este análisis se recurre principalmente a la revisión sistemática de notas de prensa, no solo para identificar lo que allí se dice -declaraciones de los candidatos en distintas contiendas electorales sobre la posibilidad de debatir- sino también analizar cómo se dice, para poder discernir qué visión de la democracia se está queriendo transmitir desde los principales medios de comunicación.

Se termina constatando que ha primado un enfoque de democracia adversativa tanto en los políticos como en los medios de comunicación; mientras que para el caso de los expertos ha sido menos homogénea y lineal: si bien algunos manifiestan que los debates presidenciales son relevantes en términos de calidad democrática, la mayoría se han centrado en el análisis de coyuntura y del debate en sí, y no en el vínculo entre este acontecimiento y la democracia política del país.

Finalmente, se aborda la Ley N° 19.827, que más que hacer un análisis de su contenido -que es breve y concreto- se analiza el proceso legislativo desde que fue presentada por primera vez en 2015, hasta que fue aprobada en 2019 y los efectos que esta tuvo en pleno año electoral, dando lugar al primer debate presidencial obligatorio de la historia política uruguaya. Llegados a este punto se entiende la importancia del contexto a la hora de aprobar una ley electoral: fue clave encontrarse inmersos en una campaña competitiva, con dos candidatos favoritos y otros nuevos que se disputaban el tercer lugar.

La metodología utilizada es fundamentalmente revisión bibliográfica, pero tiene a su vez un fuerte contenido de análisis de noticias de distintos medios nacionales e internacionales, esto por dos motivos: la dificultad para conseguir datos acerca de los debates presidenciales en otros países que no sea en notas de prensa y, segundo, porque de este tipo de fuentes además del contenido importa la forma en que se presenta. Se carece de literatura uruguaya sobre el tema, por lo que es un trabajo exploratorio sobre una práctica que, si bien no es nueva en el país, sí en su forma institucionalizada.

1. Panorama histórico de los debates

1.1 Los debates antes de la TV

Los modelos predictores del voto que han intentado determinar las causales de este fenómeno complejo, los han dividido en factores individuales y factores contextuales o, en factores estructurales (clivajes sociales) y factores de sociología electoral (Ruíz, 2018). A partir de las últimas décadas del siglo XX, diversos estudios han aportado información y ampliado la agenda de investigación sobre comportamiento electoral¹, en donde las campañas se convierten en un elemento imprescindible dentro de las convocatorias electorales (Agüero-Merino, 2023).

Las campañas electorales son un fenómeno comunicativo, en términos temporales, extenso. Existe un sin fin de momentos que se pueden considerar determinantes, sin embargo, los debates electorales constituyen cada vez de forma más universal —sobre todo en las democracias occidentales— el ingrediente más indispensable de la política actual (Schroeder, 2008).

De acuerdo a la Real Academia Española, el debate es sinónimo de “controversia, contienda, lucha, combate” y, por ende tiene, desde su origen etimológico, un cierto contenido confrontativo. Sin embargo, si aplicamos el término al área que nos compete, es decir, la comunicación política², el debate ha sido definido como “el enfrentamiento dialéctico entre las partes rivales que compiten en la contienda electoral” (Canel, 2005, p.58 en Quintas, 2010)³ y, de forma más general —macrogénero—, forman parte del “talk show”, es decir, de los programas donde el eje está en la palabra y el intercambio de opiniones entre varios candidatos (Cebrián, 1998).

El debate como tal tiene una larga trayectoria histórica. El arte del debate es una realidad tan antigua que se remonta a la práctica de los habitantes de las primeras civilizaciones para convencer y exponer públicamente⁴ empezando a realizarse primero en espacios públicos, plazas y en radios, hasta su posterior

¹ Los primeros estudios fueron sobre todo estadounidenses, mientras que en América Latina y en algunos países europeos —especialmente España— es muy reciente y realizado por un grupo reducido de investigadores (Amparán, 2022).

² Área de investigación que se interesa por “el flujo comunicativo que se establece entre gobernantes y gobernados” (Berrocal, 2003, p.58)

³ No obstante, van a presentarse argumentos en diferentes espacios que vinculen al debate presidencial directamente con el combate y el show, en palabras de Cebrián (1998): “Cuanto más crudo sea el enfrentamiento, más espectáculo se ofrece”. Esta discusión teórica será planteada en el capítulo 2.

⁴ En la Atenas democrática de los siglos V y IV a.C., los principales políticos eran designados como rhetores (Ramírez-Vidal, 2011), palabra de la que se deriva “retórica” (en Morales y Del Mar, 2023).

migración hacia la televisión, que ha sido el medio de comunicación política por excelencia. Por tanto, más allá de que la popularización de los debates presidenciales se da en la década de los 60`, con el debate entre el candidato republicano Richard Nixon y el demócrata John Kennedy, la historia se remonta a principios del siglo XX. En este sentido más amplio de los debates políticos, se identifica como país pionero en su realización a Suecia, que realizó el primero a través de la radio en 1934. Sin embargo, muy poca información se encuentra tanto de éste como de los demás que se han realizado por este medio, lo que deja en evidencia que el interés en los debates político electorales recién apareció a partir de su masificación con la televisión.

No solo la televisión como gran acaparador de la atención, sino también el usual foco en Estados Unidos. El debate de 1960 estadounidense pasaría a ser considerado el primer debate televisado de la historia a pesar de que el primer debate presidencial televisado fue en Suecia (1958) y luego en Brasil el 15 de septiembre de 1960 (11 días antes que el estadounidense). Esto también se explica por la poca repercusión, que no se haya incorporado la tradición de debatir y el hecho de que en Brasil no participará el principal candidato y posterior ganador, Janio Quadros “Jango”. En palabras de Barbieri y Reina (2023), el estadounidense es el primer debate presidencial televisado de la historia con mayúscula, a partir del cual se inaugura este fenómeno mediatizado.

1.2 El primer debate televisado: EEUU

“Sin esos debates a Kennedy le habría sido imposible resultar electo, y para ser más exacto, sin el primer debate porque la mayoría de la población tomó su decisión de elegirlo”, diría Pierre Salinger, su jefe de prensa (Tata Yofre, 2023). De forma de que, para bien o para mal, los debates Kennedy-Nixon cambiaron no solo las vidas políticas de los dos involucrados, sino también a las elecciones presidenciales para siempre, impulsándolas a la era de la televisión.

Pese a los orígenes diversos del debate presidencial, Estados Unidos fue la cuna del debate electoral mediático desde mediados del siglo pasado (Morales y Del Mar, 2023). Se realizó en Estados Unidos en 1960 y consistió en un evento político de gran relevancia, masivo y mediático; visto por más de 60 millones de televidentes, se convirtió en el evento más significativo de la campaña y, según diversos autores, el que definió en gran parte el resultado electoral que tendría lugar unos meses después (Schroeder, 2008). Sólo el 7,2% de la población manifestó no

haber visto el debate presidencial (encuesta de Gallup en Chasqui, 2002), por lo que se constata que el gran interés gravita en torno a su cobertura⁵.

El contexto que enmarca las elecciones estadounidenses de 1960 estuvo ambientado por la Guerra Fría, la Revolución Cubana y la lucha interna por los derechos civiles; los dos candidatos que se disputaban la presidencia, el candidato republicano Richard Nixon y el demócrata John Kennedy, configuraban perfiles marcadamente distintos. Ante la invitación de las grandes cadenas de televisión estadounidenses —CBD, ABC y NBC— ambos candidatos accedieron a debatir, dando lugar a extensas discusiones previas entre los ejecutivos de los canales y los representantes de cada uno, acerca del cuándo, dónde y bajo qué formato se debatiría. Este último se terminó definiendo el 31 de agosto de 1960 y pasaría a llamarse formato Oregon, el que se mantendría en su forma modular para los debates posteriores (Chasqui, 2002).

A partir de entonces, serían más profusas las investigaciones que analizaron el impacto de presentación en cámara de los candidatos en la opinión pública, porque más allá de que los temas tratados fueran conocidos para cualquier estadounidense que siguiera las noticias en 1960 —comunismo, seguridad nacional, problemas agrícolas, acerca de la experiencia de cada uno de los candidatos— como David Halberstam⁶ diría poco después del debate: “En cuestión de horas nadie podía recordar nada de lo que se había dicho, sólo cómo se veían” (Schroeder, 2008, p.5)⁷.

Luego de esta primera experiencia tendrían que pasar 16 años para que los candidatos estadounidenses volvieran a debatir y los debates pasarán a ser parte de la cultura política estadounidense, a pesar de no estar hasta hoy día establecidos por ley⁸. Ya a partir de 1960, el formato habría trascendido las fronteras del país norteamericano, no obstante, más allá de unos pocos estudios de algunos países o regiones puntuales (Coleman, 2000; Juárez-Gámiz, Holtz-Bacha y Schroeder, 2020)

⁵ En 1952 solo el 30% de la población estadounidense consideraba a la televisión el medio más importante de información, en 1956 el porcentaje había subido al 49% y, en 1960, ascendía a 60% (Chasqui, 2002).

⁶ Escritor, periodista e historiador estadounidense.

⁷ El propio Nixon escribiría en un libro más adelante: “Me había concentrado demasiado en sustancia y no lo suficiente en apariencia. Debería haber recordado eso `una imagen vale más que mil palabras` (Six Crises, 1962 en Schroeder, 2008).

⁸ Gran parte de la longevidad de los debates estadounidenses tiene que ver con el trabajo de la Comisión de Debates Presidenciales (CPD, o Commission on Presidential Debates), organización no gubernamental, independiente y no partidista que ha patrocinado todos los debates presidenciales y vicepresidenciales desde 1988 (Alan Schoelder en Rúas y Fontenla, 2021).

no existe información sistematizada respecto a qué países llevan a cabo debates, si los realizan por obligatoriedad o por cultura política, bajo qué formato y demás. Schroeder (2008) menciona que alrededor de 60 países tienen o tuvieron en algún momento debates, pero otros politólogos y académicos se han referido a una cifra incluso mayor.

1.3 Los debates televisados en Europa

En el caso de Europa, no existe hasta la fecha tradición estable, normativas ni formatos uniformes de organización de los debates electorales televisados, más allá de que con el paso de los años se han ido imponiendo en un mayor número de países. Esto se debe tanto a la diversidad de sistemas políticos y partidistas, como a la ausencia de normativas electorales específicas por parte de los estados naciones y la Unión Europea (Rúas, Campos y Lopez, 2020).

El país pionero en la materia en el continente europeo —y en el mundo— fue Suecia, quien realizó el primer debate presidencial televisado en 1958, tomando como antecedentes propios sus debates radiofónicos de los años treinta.

Francia es un país paradigmático en cuanto a la realización de debates y es, visto por algunos autores, como el país donde la práctica está más afianzada. Desde 1974 se realiza entre los dos candidatos que se disputan el ballottage, y este primer debate fue visto por 25 millones de televidentes, una cifra enorme si se tiene en cuenta que en esas elecciones se presentaron 30 millones de votantes (Barbieri y Reina, 2023). Luego del mismo, se realizaron debates en 1981, 1988, 1995, 2007, 2012 y 2019.

Además del caso francés y sueco, se realizaron en Holanda (1963), Alemania (1969)⁹, Portugal (1975)¹⁰, España (1993), Italia (1993), entre otros. El caso español e italiano son casos de países que una vez realizaron este fenómeno mediático luego tuvieron que pasar varios años antes de que se retomara y, además, no tienen una tradición en cuanto al formato; por ejemplo, España luego del primer «cara a cara» entre Felipe González y José María Aznar en 1993, se ha caracterizado por pasarse de formatos entre los dos líderes principales a otros con una presencia de

⁹ Se caracterizaría por el formato de debate presidencial *Elefantenrunde*, o “rueda de elefantes”, que consiste en una especie de rueda conjunta entre el canciller y todos los candidatos, evitando en primer lugar la confrontación directa (Morales y del Mar, 2023).

¹⁰ En las elecciones de 2024 Portugal acaeció lo que en algún que otro medio fue denominado “debatemanía”, realizando en los primeros seis meses del año 31 debates presidenciales. Disponible en: <https://www.infobae.com/america/agencias/2024/02/23/la-debatemanía-se-apodera-del-portugal-electoral>

mayor número de protagonistas. Esto, demuestra que el formato a su vez viene pautado por las características del sistema de partidos, dado que en los últimos años España ha sufrido la aparición de nuevos partidos y el abandono del bipartidismo imperante hasta 2015 (Morales y del Mar, 2023).

Es llamativo el caso de Inglaterra, que pese a ser una de las cunas de la democracia moderna europea, fue de los últimos en llevar a cabo debates presidenciales: recién a partir de 2010 (Rúas, Campos y Lopez, 2020)¹¹. No obstante, son varios los países europeos que recién a partir del siglo XXI han realizado esfuerzos por afianzar la práctica de los debates, como es el caso de Portugal que ha tenido proyectos de ley para volverlos obligatorios, pero todos ellos han fracasado.

De esta forma, vemos que cómo Juárez (2021) afirma “el estudio de los debates electorales no deja mucho lugar para los clichés analíticos” (p.16), dado que así como viejas democracias no tienen tradición de debatir, otras democracias más cercanas al autoritarismo como Taiwán, Filipinas, Nigeria, Irán o Kenia han adoptado la realización de debates, así sean organizados de forma independiente del gobierno.

1.4 Los debates televisados en América.

Los debates presidenciales se han practicado en Latinoamérica de forma intermitente. En gran medida la inestabilidad democrática de la región en la segunda mitad del siglo XX dificultó la realización de esta práctica de forma sostenida, y se vería recién con la última ola democratizadora de los 80´ una tendencia importante de crecimiento. Este proceso se vivió en simultáneo con el pasaje de sociedades mediáticas a mediatizadas, en donde el funcionamiento de las instituciones y las prácticas sociales pasaron estructurarse en relación directa con la existencia de medios masivos de comunicación (Verón, 1997).

En el caso de América Latina, la historia de los debates electorales comienza en Brasil, incluso previamente al debate estadounidense: el 15 de septiembre de 1960. La repercusión del mismo fue mínima porque no se presentó a debatir Janio Quadros “Jango”, quien era entonces el principal candidato y posterior ganador y, a su vez, porque en la década de los 60´ la difusión de la televisión en los hogares era

¹¹ Luego de este primero, se realizaron en 2015 y 2019, estas últimas elecciones tuvieron como novedad que además de los debates de múltiples candidatos que se venían realizando, se llevó a cabo el primer debate “cara a cara” entre dos candidatos, en este caso entre el conservador Boris Johnson y el laborista Corbyn (Morales y del Mar, 2023).

notablemente menor que en el caso estadounidense. Brasil recién lograría niveles similares de cobertura que EEUU en 1998 —si bien estuvo todo el periodo de la dictadura sin que se realicen debates— (Barbieri y Reina, 2023). De todas formas, es Brasil el país latinoamericano que más temprano y con más fuerza adoptó la costumbre de realizar debates presidenciales en televisión (Dagatti y Häntzsch, 2022).

Posteriormente, en Venezuela se celebraron debates en 1963, 1968 y 1983; en 1998 Hugo Chávez antes de acceder al poder mostró interés en participar, sin embargo, una vez en el poder en 1999, se perdería hasta el día de hoy la posibilidad de realizar debates presidenciales (Mancebo, 2016). En el caso del primer debate venezolano, pasó algo similar al primer debate brasileño: no se presentó el candidato favorito y posterior vencedor, Raúl Leoni de Acción Democrática. Ambos casos latinoamericanos, más allá de la pronta aparición del debate, no supieron mantenerse en el tiempo, ya sea por la interrupción de los procesos democráticos o el desinterés de la clase política (Barbieri y Reina, 2023).

Se pueden mencionar tres debates presidenciales televisados que mirados desde el presente tuvieron una gran significación para la política latinoamericana: en Chile, entre los candidatos Hernán Büchi y Patricio Aylwin que definieron la primera elección de la transición a la democracia después del golpe de 1973; en Brasil, hubo debate en primera y en segunda vuelta en 1989, en esta última se enfrentaron Inácio Lula de Silva y Fernando Collor de Mello, en unas elecciones que eran las primeras directas realizadas en el país desde el golpe de 1964; en Perú, en 1990 entre los candidatos Mario Vargas Llosa y Alberto Fujimori (Giordano, 2020).

Según Juárez (2021) se pueden observar tres etapas diferenciadas en la aparición de los debates electorales a nivel internacional: a)- pionera, de 1958 a 1974; b)- transicional, de 1980 a 1997; y c)-adaptativa, de 2001 a 2016. La primera se caracteriza por la falta de referencias internacionales al momento de organizar los debates, en un contexto dominado por el paradigma racional en el votante que reconoce a los debates como un insumo informativo y, del lado de la oferta, condice con los esfuerzos por innovar la presentación de campañas electorales.

La segunda etapa se caracteriza por la búsqueda de legitimidad en gobiernos en transición democrática, por medio de la incorporación de prácticas de comunicación asociadas con democracias funcionales. Por último, en la tercera etapa existe ya una tradición internacional sólida en la práctica de debates y una

amplia difusión de estudios que dan cuenta de sus principales efectos, por lo que los países que se incorporan en esta etapa dan cuenta de la creciente globalización y digitalización de las campañas electorales.

Si se analizan los datos presentados en la Tabla 1, se puede observar cómo la gran parte de los países del continente americano incorporaron los debates presidenciales de forma rudimentaria y sin una legislación que le dé sostén a la práctica, durante lo que sería según la clasificación de Juárez (2021), la segunda etapa de aparición de los debates presidenciales. En cambio, en la etapa pionera (1958-1974) es donde menos países incorporaron los debates presidenciales: Brasil, Estados Unidos, Venezuela y Canadá. Estos se caracterizan, a su vez, por no haber conservado en la mayoría de ellos la práctica de forma sostenida.

Chile, México, Honduras, Panamá, Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú, Paraguay empezaron a realizar debates en el periodo comprendido entre 1980 y casi los 2000, lo que resulta significativo si se considera que este periodo estuvo marcado por los quiebres y las transiciones democráticas.

Otro dato destacable es que los países que empezaron a llevar a cabo debates presidenciales más tardíamente, son los que en su gran mayoría han intentado legislar en torno a los mismos. Ya sea porque ante la falta de una determinada cultura política que garantice que se practiquen debates —más allá de la voluntad política de los candidatos de turno— o porque efectivamente se dio el fenómeno de “difusión de políticas”, se puede observar que gobiernos vecinos en fechas cercanas establece la obligatoriedad de los debates presidenciales —Argentina (2016) y Uruguay (2019)—, diversos países debatieron proyectos de ley acerca de los debates —Bolivia, Guatemala, Paraguay— o, de forma más informal, se crean organismos que trabajan en su promoción - en su momento *Argentina Debate*, *Paraguay Debate*, y ANJE en República Dominicana—.

Si bien son varios los países que a pesar de que los debates no estén institucionalizados mediante una ley los realizan de forma frecuente y organizada, es esperable que una ley pueda garantizar aspectos fundamentales del bien público, como podría ser su televisación en la TV Pública y el carácter abierto de la señal (Charosky, s/f).

Tabla 1- Debates presidenciales en América

País	¿Hay debates político-electorales?	¿Están institucionalizados?
Argentina	Sí, obligatorios desde 2016. Antes se realizó uno en 2015.	Obligatorios mediante la Ley N° 27.337 (modifica la Ley Ley 1945) para los candidatos a la Presidencia luego de las elecciones primarias
Bolivia	Sí, se han realizados debates en 1989 – 1993 1997 – 2002 (último en el que participó Evo Morales)- 2005 y 2014.	No, se celebran por tradición o costumbre política. Existe un proyecto de ley para declararlos obligatorios, presentado por Jeanine Áñez en 2019 ante la negativa de Evo Morales de debatir.
Brasil	Sí, fue el primer país de América Latina en realizar debates preelectorales en 1960. Las elecciones de 1999 son las únicas desde el regreso a la democracia en las que no se llevaron a cabo debates, si bien no siempre han estado presentes los principales candidatos.	Son de carácter obligatorios según lo establece la Ley Electoral No. 9504/97 en su artículo 46.
Canadá	Sí, se llevan a cabo desde 1968.	No, los tribunales entienden que la organización y la cobertura de los debates es una materia de decisión periodística y que a ellos no les corresponde dictar a los operadores lo que tienen que transmitir ni asumir el papel del regulador
Costa Rica	Sí, está establecido en su Código Electoral que se debe garantizar el acceso igualitario de todos los partidos a los debates presidenciales, pero no su obligatoriedad como tal.	Código Electoral en su artículo 12, inciso q, como atribución del Tribunal Supremo de Elecciones,
Colombia	Sí, el primero que se realizó fue en 1998, aunque según otras fuentes el primero televisado fue en 1986 .	Obligatorio desde 2005. Establecido en el artículo 23 de la Ley 996/2005 sobre Garantías Electorales: realizar tres debates, por parte y a petición conjunta de todos los candidatos presidenciales o de algunos de ellos.
Chile	Sí, son una práctica establecida de su cultura política. El primero se realizó en 1989.	No son obligatorios.
Cuba	No.	No.
Estados Unidos	Sí, se realizan de forma televisada desde 1960.	No hay una ley que establezca su obligatoriedad, pero parece probable que la demanda del público y los medios garantice su longevidad (Alan Schoelder, 2008).

Ecuador	Los primeros debates presidenciales se desarrollaron el 27 de mayo de 1978 (uno en primera vuelta y otro previo a la segunda)	No, son las organizaciones, cámaras u otras instituciones de carácter privado que planifican los encuentros
El Salvador	No son obligatorios, si bien se realizaron en 2009, 2013	No.
Guatemala	Sí, se realizaron en 2007, 2012, 2023.	No.
Haití	Sí, se han realizado en 2010, 2015	No.
Honduras	Sí, el primero se realizó en 1993-94, no se realizó en 2005, 2018 y 2021.	No, se realizan por costumbre política.
México	Sí, los primeros se realizaron en 1994.	Obligatoria la realización de al menos dos desde la reforma electoral de 2007-2008, establecidos en el Libro Tercero del Reglamento de Elecciones, cap XIX.
Nicaragua	Sí, pero escasas veces, el primero fue en 2006.	No.
Panamá	Sí, organizados por el Tribunal Electoral, se han realizado en 1994 – 1999 - 2009- 2014- 2019-2024.	No.
Paraguay	Se han realizado de forma voluntaria en distintos años, siendo el primero en 1994.	No, si bien se presentó un proyecto de ley para establecer su obligatoriedad en 2019.
Perú	Sí, desde 1990 a la fecha de forma ininterrumpida.	No son obligatorios mediante ley, se llevan a cabo por tradición o voluntad política.
República Dominicana	No, el primero con los principales candidatos a las elecciones presidenciales se realizó en 2024.	No.
Uruguay	Sí.	Obligatorio desde 2019 entre los dos candidatos que pasen a balotaje en caso de no haber un ganador en las elecciones nacionales. Ley N° 19.827 de fecha 18/09/2019. Previo a la fecha se realizó en ciertos años por acuerdo político.
Venezuela	No, solo se realizaron en 1963, 1968 y 1983.	No.

Fuente: elaboración propia en base a diversas fuentes.

2. Los debates en las democracias contemporáneas

Resulta indiscutible que la celebración de los debates supone un momento crucial en la campaña electoral, dado el impacto mediático acumulando millonarias audiencias, el interés que despiertan en el público, y el exhaustivo seguimiento que se le realiza ex ante, durante y ex post por parte de los medios de comunicación y de los analistas políticos.

Como base, la teoría funcional de Benoit (2003-2005), define cinco axiomas para analizar los debates televisados, y son un importante paso para entenderlos; de esta forma, un debate político televisado implica que: 1. La votación es un acto comparativo; 2. Los candidatos deben distinguirse de sus oponentes; 3. Los mensajes de campaña política permiten que los candidatos se distingan; 4. Los candidatos establecen su preferencia aclamando, atacando y defendiendo; 5. El discurso de campaña gira en torno a dos temas: política y carácter.

Más allá de la teoría elegida, en la literatura se ha discutido con distintos énfasis sobre las causas que llevan a que algunos países realicen debates y legislen en torno a ellos, mientras otros no, y el impacto que estos tienen; por ejemplo, si se asocian o no con una mayor democratización del sistema político electoral del país al que se incorporan.

El siguiente desarrollo va a abordar específicamente las causas internas que en cada país pueden contribuir a la realización de debates políticos electorales; no obstante, la literatura pertinente aborda también dos cuestiones: la posible “americanización” de las políticas y, por otro lado, aspectos propios del desarrollo de la comunicación política.

Respecto al primer aspecto, se refiere a la adopción o transferencia de ciertas prácticas a nivel global/internacional, que ha hecho de los debates presidenciales un importante caso de estudio en clave comparada: se busca explicar la aparición de los mismos mediante una lógica de circulación (o difusión) de un país a otro, de adopción y eventual modificación. “Americanización” (Juárez, 2021), “American style” (Rodríguez, 2012) y “Estadounización” son algunos de los términos que se han utilizado para referirse en cierta medida a distintos fenómenos: convergencia (Castells, 2000), homologación de formatos o, “difusión” (Dolowitz y Marsh, 2000).

El segundo punto, pretende explicar la adopción de debates apelando a otras categorías como lo son la modernización, profesionalización, homogeneización,

personalización de la política, mediatización e infoentretenimiento. Todas ellas tienen en común que remiten a la adopción de prácticas avanzadas de comunicación, a la sofisticación de los procesos de persuasión política, la normalización de estas prácticas entre países, la concentración de la política orientada a la construcción de simbología intermediada por las plataformas de comunicación y una dinámica política cada vez más orientada a la espectacularización (Juárez, 2021).

Aclarado lo anterior, a continuación se identifican someramente tres causas y tres efectos de los debates políticos electorales que han estado presentes en la literatura sobre el tema.

a. Causas

i. Desarrollo tecnológico

La comunicación política no ha sido un fenómeno estático, por el contrario, ha ido mutando con el paso de las décadas. Blumler y Kavanagh (1999) definen tres etapas de la comunicación política que las democracias han ido transitando —a veces superpuestas— desde la segunda posguerra. Esto, si bien ya algo desactualizado, nos permite comprender mejor el fenómeno de los debates presidenciales como parte de los procesos comunicativos.

Las dos primeras décadas luego de la Segunda Guerra Mundial han sido denominadas “la edad de oro de los partidos” (Janda y Colman, 1998); lo que implicaba que los partidos fueran un reflejo bastante fidedigno de la estructura social y la gran mayoría de los votantes se vincularan a la política por medio de afinidades más o menos firmes. Por ende, gran parte de la comunicación política estaba subordinada a las instituciones y creencias relativamente firmes y los votantes reforzaban este sistema y votaban en gran medida basados en lealtades de grupos.

La segunda etapa de la comunicación política identificada por Blumler y Kavanagh (1999) comenzaría a partir de los 60 y estaría marcada por la aparición de la televisión como instrumento político y espacio de disputa en un momento en que las lealtades partidistas estaban menguando. Este canal de comunicación tuvo como gran logro penetrar grandes sectores del electorado menos expuestos a los anteriores flujos de mensajes políticos, si bien fue una socialización más bien de corto plazo, centrada en los acontecimientos que estaban pasando en el momento.

La televisión, a su vez, implicó también importantes cambios en los partidos, que se tuvieron que acomodar a las demandas de un nuevo medio con una

audiencia mucho más amplia y un electorado móvil; en el mediano plazo, se tradujo en un enfoque positivista, cientista y basado en la persuasión de la comunicación política, sobre todo en aquella vinculada a la campaña electoral. La paradoja de esta etapa consiste en que, si bien permitió la conformación de un electorado más abierto y flexible, éste se encontró con mensajes menos “nutritivos” y sustanciales (Blumler y Kavanagh, 1999, p.213). Finalmente, en la tercera etapa identificada por los autores, la comunicación política se complejiza a partir de la proliferación de los canales de comunicación; “el aumento de la competencia entre ellos aumenta la presión sobre todos los involucrados para mantener la historia en movimiento y encontrar nuevos ángulos” (p.213).

Es en la segunda etapa de esta periodización que los debates presidenciales a nivel mundial aparecieron y se afianzaron, de la mano de la difusión de la televisión; la misma ha modificado notablemente las reglas del juego electoral y los participantes en la arena política han sentido el imperativo de adaptarse a las nuevas demandas. Diamond y Bates (1984) identifican entre los principales cambios a partir de la televisión: la conexión más directa con el electorado, el auge de los profesionales consejeros o asesores de los políticos y la concepción de la política como un espectáculo. Al punto tal que Sartori (1998) acuña el término “video-política” o política televisada y resalta el hecho de que este medio tiene la capacidad de concentrar partidos, programas y promesas electorales en una sola persona: el candidato¹².

Ante el declive del voto partidario, y el consiguiente ascenso del voto castigo, voto útil, voto temático -depende del posicionamiento que adopten los candidatos frente a cada uno de los problemas que en el momento que al momento de la elección se consideran como los principales- y voto en base al carácter del candidato, los medios masivos de comunicación aprovechan para imponer de modo creciente su lógica en la construcción de la realidad política (García, D`Adamo, y Slavinsky, 2005)¹³.

La influencia de la televisión en las campañas electorales es incuestionable hasta la actualidad por su carácter masivo y la audiencia-electorado que vive la

¹² También aparecen los términos “teledemocracia”, “democracia visiva” o “telecracia” (Berrocal, 2003).

¹³ “¿Aumenta la volatilidad electoral por la importancia creciente de los medios masivos en la sociedad? O, por el contrario, ¿el ascenso de la importancia de los medios en la decisión electoral es consecuencia de la creciente volatilidad?” (García, D`Adamo, y Slavinsky, 2005, p.26).

campaña electoral a través de la televisión se ve influida a tres niveles: cognitivo, en cuanto al grado de conocimientos o información; afectivo, en cuanto que despierta sentimientos e interés; y a nivel de actuación, que se concretaría en el paso final, la votación (Berrocal, 2003).

ii. Desarrollo socio-económico

Parte de la literatura abocada al estudio comparado de los debates presidenciales, ha abordado el fenómeno como si se tratase de una carrera en donde países del primer mundo han llegado a cierto punto de desarrollo y los demás países, del tercer mundo, intentan alcanzar esos estándares de profesionalización y eficiencia (Juárez, 2021).

La premisa antes mencionada trasciende al debate político presidencial en sí, tiene que ver con la amplia discusión teórica acerca del desarrollo. Básicamente, diversas teorías de la modernización se fundan en el supuesto de que las pautas de los sistemas político, social y económico de los países de Europa occidental y Estados Unidos “anticipan el futuro de las sociedades subdesarrolladas” (Cardoso y Faletto, 1998), de esta forma, la presencia de ciertas prácticas/instituciones en los países desarrollados, aparecen tardíamente en los países en desarrollo.

Refiriéndonos de forma más específica en cuanto al factor económico, algunos autores, como es el caso de Giordano (2020), identifican a los procesos neo liberalizadores de la década de los 90´ como un elemento relevante en cuanto al análisis de la comunicación política y, puntualmente, en la realización de debates políticos. La autora sostiene que el ascenso del neoliberalismo conlleva un cambio en los modelos de comunicación política imperante al tratarse de un nuevo modelo de democracia y que, los debates han sido utilizados para dirimir posiciones en contextos de fuerte crisis institucional, política y/o económica.

En la década de los 90´ en América Latina se desarrolló lo que sería la democracia instrumental que, según Hinkelammert (1988), se caracteriza por, entre otras cosas, el control de los medios de comunicación y una reducción de la democracia al mecanismo electoral. Teniendo en cuenta esto, Giordano (2020) analiza los debates presidenciales realizados entre 1989 y los primeros años de los 90´ y concluye que existe una estrecha relación entre derechas, comunicación política y debates presidenciales televisados en América Latina en el ascenso del

neoliberalismo¹⁴; sin desmerecer el peso de los factores coyunturales y las características nacionales de cada país.

iii. Desarrollo democrático/institucional

Este punto es el que más ha sido tratado por la literatura, se lo ha visto como una variable necesaria para la realización —sostenida en el tiempo— de debates presidenciales; al punto de que son considerados un síntoma de la evolución política de un país con un sistema de gobierno democrático (Mancebo, 2016). La idea de que debate y democracia van de la mano es previa a la noción de debate político en sí, el debate se hizo conocido como la mejor forma para desarrollar las habilidades y el carácter necesarios para los ciudadanos de una república (Jamieson y Birdsell, 1988).

Juárez (2021) identifica como condiciones estructurales para que se lleven a cabo debates presidenciales: 1) las características de un sistema democrático-electoral deliberativo (por lo menos, dos candidaturas que irán a las urnas para decidir una ganadora o un ganador); 2) la lógica de un sistema de comunicación en donde la producción, realización y difusión de estos encuentros de garantía de imparcialidad, eficiencia técnica, cobertura universal y periodística”; y 3) “el sistema de símbolos y prismas culturales que constituyen el marco de significado en el que la política se presenta a través de formatos televisivos, análogos o digitales en un lugar y tiempo determinados” (p.28). La única constancia en el plano internacional para la realización, adopción o adaptación de prácticas, formatos e ideas en el campo de los debates electorales es el compromiso de los principales actores que lideran los tres pilares arriba mencionados (p.58).

Los procesos modernos de democratización han conformado espacios de conversación y debate público, que permiten que estos gestionen el disenso democráticamente (Häntzsch y Dagatti, 2021). Los debates, tal como indica Contreras (1990) constituyen, en esencia, la más fiel transposición del espíritu democrático a la televisión. Es desde este enfoque que se sostienen los argumentos más normativos respecto de los debates, son vistos como deseables y necesarios, y más aún en contextos de creciente desafección y polarización política (Guitierrez en

¹⁴ Esto se refiere en gran medida al concepto acuñado por Hinkelammert (1988) de “utopismo de la democracia dialogante” que refiere a que los actores acceden a debatir porque en gran medida sus intereses ya no chocan. Los debates del periodo se caracterizan por tener coincidencias en ciertos puntos claves como la privatización del mercado, el control de los medios de comunicación y la desvinculación entre democracia y derechos humanos (esto último refiere al caso de Chile sobre todo analizado por Giordano, 2020).

Barbieri y Reina, 2023).

Sí se analizan los países en donde no se realizan debates presidenciales o se realizaron pero la práctica no se conservó, se encuentra otra señal de que el desarrollo democrático de un país influye en la realización de debates presidenciales. Ruíz y Alberro (s/f) identifican que en los países en donde el nivel de polarización ha llegado a niveles extremos, ni siquiera se debate la posibilidad de debatir; la calidad institucional es tan baja que resulta impensable que este se concrete (como es el caso de Cuba y Venezuela).

b. Efectos

i. Efectos electorales

Los debates políticos son leídos generalmente en términos de vencedores y vencidos. Este es el aspecto en el que más énfasis han puesto los especialistas, descuidando según algunos autores los demás efectos de los debates presidenciales. Se han hecho estudios de diversos estilos y en distintos países para poder corroborar si los debates presidenciales efectivamente influyen en el resultado electoral o son, meramente, un momento más de la campaña electoral.

Los estudios de este tipo tienen como dificultad que en muchos lugares no existe una frecuencia suficiente de debates como para realizar estudios longitudinales, y se reducen en su gran mayoría a la siguiente premisa “el único mejor predictor sobre qué candidato cree el televidente que ganó el debate es la intención de voto del mismo televidente previo al debate” (Holbrook, s/f en Barbieri y Reina, 2023).

Colemán (2000) sugiere que hablar en términos de ganadores o perdedores en cierto sentido es erróneo porque todos quienes participan ganan al menos en cobertura; no obstante, sostiene que estos suelen reforzar la imagen del candidato que esté previamente por delante en la campaña. Sin embargo, según algunos autores la cobertura mediática no es necesariamente objetiva; existen importantes críticas alegando que los medios manipulan lo dicho en el debate y terminan siendo más determinantes que el debate en sí¹⁵.

Otro aspecto que puede mitigar el efecto del debate, es que los candidatos pueden participar en más de un debate, dar muchos discursos y tener múltiples

¹⁵ Un estudio de Petterson (1980) posterior al debate Ford-Carter en Estados Unidos constató que para aquellos que lo habían seguido y fueron encuestados inmediatamente al debate, el ganador había sido Ford, mientras que para aquellos encuestados 48 hs después, el ganador había sido Carter.

spots publicitarios, y todos estos, a su vez, transmitidos por diversos medios de comunicación. De esta forma, un ciudadano puede hablar con otros ciudadanos sobre la campaña y tener una información totalmente distinta. Benoit (2006) refiere respecto a este punto que las noticias de distintas fuentes pueden contradecirse o reforzarse.

Más allá del evento del debate, la literatura establece que las campañas electorales en sí tienen más efecto sobre los votantes independientes, es en esa población que los medios tendrán mayor efecto al dibujar el mapa político de los votantes e impulsar su voto (García, D'Adamo, y Slavinsky, 2005). Esto también se comprueba para el debate político electoral en sí, que más que generar adhesiones de cero o generar cambios drásticos en las intenciones de voto de los televidentes, sirven para validar preconcepciones identitarias y para que el candidato o la candidata refrende sus adhesiones con su base electoral; la variación en la intención de voto se da en los márgenes, en el porcentaje de indecisos y de abstencionistas¹⁶ (Perloff, 1998).

Asimismo, en el contexto actual en donde el deslizamiento político es creciente, se ha ido reemplazando el voto ideológico por otros tipos de votos; uno de ellos es el voto temático, este depende del posicionamiento que adopten los candidatos frente a un problema que rodea la elección y que su importancia se refleja en el clima de opinión (García, D'Adamo y Slavinsky, 2005). Los debates presidenciales ponen en el ojo mediático problemas coyunturales claves, por lo que en esta medida también pueden incidir en el electorado.

De esta forma, según las circunstancias de la contienda electoral, el impacto del debate puede variar; en aquellas donde hay un volumen significativo de indecisos, las elecciones se presentan reñidas y los anclajes tradicionales de voto no se encuentran activos, los debates pueden tener un efecto determinante (García-Luengo, 2011).

ii. Efectos sobre la calidad de la democracia

Los debates presidenciales pueden ser vistos como rituales que ofrecen a la opinión pública información y espectáculo (Schroeder, 2000). Algunos autores han

¹⁶ Arceo (2007) denomina «públicos flotantes» a aquellos electores que no tienen una opinión consolidada sobre las opciones políticas, y los clasifica según su tipología en: flotantes indecisos, están informados pero se encuentran dubitativos respecto a qué partido votar; flotantes desinformados, estos tienen una propensión más alta a abstenerse; y, finalmente; flotantes desilusionados que mantienen ese estado actitudinal respecto a la oferta política (en Quintas-Quintas, 2020).

acentuado en el primer aspecto, en que los debates tienen como finalidad proveer de información a los electores y hacer de estos ciudadanos más informados e involucrados en la política (Häntzsch y Dagastti; Vazquez, 2017; Jamieson y Birdsell, 1988¹⁷), mientras que otros los han juzgado como un elemento más del show político.

Coleman (2000) establece que el debate está en el corazón de la democracia y que, incluso, es uno de los prerrequisitos para esta junto con el derecho al voto: el de poder llevar a cabo una conducta informada. Mirar un debate es el resultado de una decisión afirmativa por parte del televidente y no una exposición inesperada como quizás con el resto de la publicidad política; por ende, existe una disposición atencional (Althaus, 2012)¹⁸. De forma que logran estimular el interés por la política en aquellos con niveles más bajos de interés y participación en otros tipos de mensajes políticos (Handbook, 2004).

Tiende a primar en la literatura que estos informan en distintos niveles: ofrecen a los electores una valiosa información sobre el dominio de los temas por parte de los candidatos; permiten extraer mayor cantidad de información que otras fórmulas de mensaje electoral; y, por último, la falta de normativa o costumbre de debates electorales levanta una expectativa en el votante que no se crea con otro tipo de mensaje (Herrero y Benoit, 2009). Asimismo, este formato al informar a un gran número de electores, también agrega un factor de comparación inmediata entre los distintos candidatos y sus propuestas (Mancebo, 2016).

Los debates políticos estimulan la discusión política entre los ciudadanos en mucha mayor medida que cualquier evento concreto de campaña y son concebidos como un ejercicio útil de educación pública; esto incluso a pesar de que se llevan a cabo en un momento relativamente tardío de la campaña electoral cuando ya la información circulante es elevada (Holbrook, 1999). Algunos estudios han constatado que la información es el aspecto que más valoran los televidentes/electores del debate (Costa, 2020).

¹⁷ Estos autores, Jamieson y Birdsell (1988), si bien reconocen el papel clave de los debates políticos educando al electorado, sostienen que por sí mismos son incapaces de elevar al votante mal informado hasta igualarlo con los que sí lo están.

¹⁸ Relativizando este punto, existen importantes teorías de la Ciencia Política que han demostrado que los individuos suelen interpretar la realidad política desde la "óptica" de aquello que les es más cercano a sus creencias, valores e ideas. Sierra-Martinez (2015) afirma que en la exposición a un debate se puede dar la exposición selectiva y una percepción selectiva, esto es, el individuo puede exponerse al discurso de su candidato preferido y prestar más atención a los discursos y mensajes de quien represente los valores por los que se está identificado.

Específicamente refiriéndose a América Latina, Jalfin (2003) entiende que la literatura sobre este aspecto tiende a centrarse en el impacto de los debates en “poliarquías estables”, por lo que deberíamos preguntarnos más específicamente si los debates contribuyen a las democracias de segunda generación que describe O’Donnell¹⁹ y que son las que priman en el continente (en Winokur. 2018).

No obstante, mayoritariamente quienes han analizado el impacto de la televisión en la comunicación política han tomado una postura contraria, argumentando que la televisión desgasta la ciudadanía democrática; que la naturaleza de la cobertura conduce a una falta de confianza entre políticos y ciudadanos; que los requisitos de entretenimiento de la radiodifusión conducen inevitablemente a centrarse en lo sensacionalista y superficial; y que socava las relaciones en el mundo real, llevando a una disminución del capital social (Anstead y O’Loughlin, 2011). Lo mismo con los programas y las noticias que posteriores al debate comentan sobre el mismo, la ciudadanía sabe, según Padilla (2014), que los medios están politizados y es difícil decidir a quién creer y a quién no.

Asimismo, autores que han analizado los debates político electorales desde el punto de vista discursivo y lingüístico, determinan que el desempeño de los actores en su interior es normativamente deficiente. Los debatientes mantienen predominantemente una retórica hueca en vez de remitirse a hechos contrastables, el uso de recursos de degradación, el sarcasmo y la ironía y una definición agresiva de los candidatos antagónicos²⁰ (Valbuena 2007; Flores e Infante, 2010 y Chihu, 2009 en Etcheverría, 2019).

iii. Efectos sobre la calidad del gobierno

En cuanto a los efectos de los debates sobre la calidad del gobierno, Coleman (2000) requiere a que estos son beneficios en términos de accountability; los candidatos se ven obligados a argumentar y contraargumentar con fuerza y

¹⁹ O’Donnell retoma el concepto de poliarquías de Robert Dahl, y se pregunta por los tipos de democracias existentes en América Latina, siendo estos a su entender en su mayoría Estados trunco con zonas que identifica como marrones. Nos encontramos con una democracia en donde la “consagración del ciudadano” es parcial y sesgada, en donde priman los derechos políticos sobre los derechos civiles y sobre la igualdad jurídica. En las palabras del autor, “Es un Estado cuyos componentes de legalidad democrática y, por consiguiente, de su carácter público y de ciudadanía, se desvanecen en las fronteras de varias regiones y de relaciones interclasistas y étnicas (O’Donnell, 1993, p.75).

²⁰ En este sentido, Benoit (2006) sostiene que votar es de por sí un acto comparativo, por ende, reducir mediante el ataque la deseabilidad del oponente, redundando en un beneficio propio. Su teoría funcional reconoce la existencia de tres recursos de los que pueden valerse los candidatos: manifestaciones afirmativas y propuestas, ataques o críticas al oponente y defensas o refutaciones de esos ataques.

sabiendo que esto quedará documentado de manera efectiva. En los debates televisados los candidatos buscan de forma más directa que en otros eventos de campaña, el consentimiento directo de los gobernados (Handbook,2004). No obstante, quienes han analizado los discursos de los candidatos en los debates afirman que estos recurren a estrategias lingüísticas que conducen a la vaguedad, evasión y despersonalización (Tenorio, 2002).

Los debates electorales son una herramienta útil para que los candidatos y las candidatas fijen temas en la agenda noticiosa de la campaña. Los debatientes pueden aspirar al establecimiento de una agenda noticiosa particular conocida comúnmente como el agenda-setting (McCombs, 2004) y, a su vez, aportar un encuadre narrativo que explique el significado de un tema respecto de un diagnóstico del pasado y el presente y un consecuente escenario futuro al que esa candidatura aspira si llegase al poder (Juárez, 2021). No obstante, los bloques de preguntas tratados en los debates son usualmente debatidos previamente por los candidatos y sus respectivos equipos, por lo que surge el cuestionamiento de si la selección de los temas responde a las preocupaciones ciudadanas, ya que, más allá de considerar los temas que la ciudadanía pueda considerar prioritarios, también se refuerza las “coaliciones de agenda” (Rúas, López y Campos, 2020).

Jamieson y Birdsell (1988) destacan también que los debates constituyen escapes de presión, permitiendo a los políticos expresar sus descontentos, sin poner en riesgo al gobierno ni la estabilidad del sistema. Lo ven como positivo en la medida en que reduce la pasión ofreciendo una alternativa institucional a la disrupción, pero advierten puede ser peligroso en la medida en que los debates sustituyen la acción productiva sobre los aspectos apremiantes. No se encuentran antecedentes de estudios que evalúen este posible efecto de los debates político electorales.

El impacto que pueda llegar a tener o no el debate en el posterior gobierno, va a depender de la calidad del debate en sí. Echeverría (2019) sostiene que aún considerando a los debates como una institución democrática, son plausibles de mediatización; lo que implicaría la colonización de la lógica mediática en su interior, en tanto se adaptan o reajustan a las reglas comunicativas de los medios.

3. El caso uruguayo

a. Antes de la ley de 2019.

Los debates en Uruguay se pueden dividir en tres etapas: primer debate e instauración del hábito de debatir durante la transición democrática (1980-1994); pérdida del hábito de debatir y democracia adversativa -o competitiva- (1995-2018); y, por último, obligatoriedad del debate y nueva puesta en agenda (2019-a la fecha). Como primer puntualización, hacer un resumen de los debates es una tarea compleja por dos motivos: primero, no son todos estrictamente debates presidenciales y, segundo, en Uruguay se debatía más como un formato de televisión, que como un episodio buscado y planificado; en palabra de Bottinelli (2019): “El debate era, por excelencia, el formato de la televisión que se producía en Uruguay; lo demás venía enlatado”²¹. Por tanto, a continuación se mencionan únicamente aquellos que fueron de alguna forma más trascendentales.

En la primera etapa, como gran hito de la historia de los debates, se encuentra el realizado en 1980 sobre la reforma constitucional propuesta por la dictadura. Fue transmitido en Canal 4 y participaron por el SÍ los doctores Enrique Viana Reyes y el coronel Néstor Bolentini, y por el NO los doctores Enrique Tarigo y Eduardo Pons; en un formato de debate “sin libreto” y desestructurado. Este es, además, un episodio que se toma como símbolo de la adhesión uruguaya a las instituciones democráticas²².

Posteriormente, las elecciones de 1984 estuvieron profundamente influenciadas también por la realización de debates televisados, que giraron en torno, sobre todo, del Pacto del Club Naval. Quizás el más polémico de ellos fue el realizado en el programa “En vivo y en directo” conducido por Néber Araújo, en donde participaron Julio María Sanguinetti y Enrique Tarigo por el Partido Colorado, y Gonzalo Aguirre, Guillermo García Costa y Alembert Vaz por el Partido Nacional. Otro debate que se realizó ese mismo año fue entre Zumarán por el Partido Nacional²³ y Julio María Sanguinetti por el Partido Colorado, tratándose de un debate mano a mano con escasas intervenciones de los moderadores (Brecha,

²¹ *Fuentes Confiables*, 970 Universal (2019).

²² En conmemoración a los 40 años del debate, en *Perspectiva* (2020) varios expertos invitados opinan en esta línea. Disponible en: <https://enperspectiva.uy/en-perspectiva-programa/la-mesa/40-anos-del-plebiscito-1980-significo-resultado-la-historia-politica-uruguay/>

²³ Zumarán en conjunto con Gonzalo Aguirre fueron la fórmula alternativa del Partido Nacional en vista de que su líder -Wilson Ferreira Aldunate- no podría competir en las elecciones al continuar exiliado (Brecha, 2019).

2019). Dos años más tarde, Wilson Ferreira finalmente protagonizaría un debate, junto con Líber Seregni y Antonio Marchesano, refiriéndose además del Pacto del Club Naval, a la Ley de Caducidad; éste fue desarrollado en el programa “Prioridad” que se emitía en canal 10.

En 1989, el gran debatiente sería Jorge Batlle, en el programa “En vivo y en Directo”, el colorado debatiría en cinco programas con Lacalle Herrera, Carlos Julio Pereira, Alberto Zumarán, Líber Seregni y Hugo Batalla (Bottinelli, 2019). Según Costa Bonino (2019)²⁴ en estos debates los candidatos no podían tener papeles a pedido de Batlle.

Finalmente, en 1994 ocurrirían los últimos debates presidenciales antes de que se reactivará el mecanismo en 2019, y estos serían entre Julio María Sanguinetti y Tabaré Vázquez y, menos recordado, entre Tabaré Vázquez y Juan Andrés Ramírez. A diferencia de los anteriores, en estas ocasiones el formato fue más “cauteloso” y exponiendo por turno bajo la supervisión más atenta del moderador (Brecha, 2019). Luego de estos, iniciaría lo que aquí identificamos como la segunda etapa de la historia de los debates en Uruguay: hasta las elecciones de 2019, los debates dejarían de ser un hecho, para ser de palabra un juego de “*tira y afloja*”, en donde primara el cálculo estratégico.

En 1999, Tabaré Vázquez le propone a Jorge Batlle debatir frente a las cámaras, a lo que éste, siendo el favorito según las encuestas, se niega. Y, a la inversa, Tabaré Vázquez no aceptó debatir con Luis Alberto Lacalle Herrera, quién iba por debajo de él en las encuestas (Montevideo Portal, 2019).

En las siguientes elecciones, las de 2004, ocurre algo similar: Jorge Larrañaga invita a Tabaré Vázquez a debatir, pero nuevamente sin éxito. En estas elecciones se produce un antecedente importante, quizás el primero en donde se coloca en los spots al debate como un derecho colectivo de la ciudadanía de acceso a la información; se lleva a cabo la campaña “Sí al Debate”. Sin embargo, esa campaña provino únicamente del sector de Jorge Larrañaga, en donde se lo muestra parado en un atril y al lado, un atril vacío, haciendo alusión a la negativa por parte del candidato frenteamplista, Tabaré Vázquez, a debatir²⁵.

Si bien con otro protagonista, la respuesta del Frente Amplio a la invitación a

²⁴ El Observador, (2019).

²⁵ Se puede observar en el Episodio 6 de *Crónicas de Campañas* de TV Ciudad, en donde se analizan las elecciones de 2004 con un enfoque de comunicación política. Disponible en: <https://goo.su/DFIf>

debatir en las elecciones de 2009 continuó siendo la misma ante el desafío de Lacalle Herrera a debatir. En esta oportunidad queda aún más claro que a la hora de aceptar debatir, los candidatos uruguayos se guían primero que nada por cálculos estratégicos: José Mujica dijo en campaña electoral “Si me conviene voy a debatir y si no me conviene no voy a debatir” (El Observador, 2014)²⁶.

En 2009 sí se realizó un debate pero no fue entre los principales candidatos a la presidencia, participaron de él: Pedro Bordaberry (PC), Pablo Mieres (PI) y Raúl Rodríguez (Asamblea Popular), que se realizó en el periodístico televisivo *Uruguay Decide*.

En 2014 nuevamente ocurre lo mismo que en 2009 con los principales candidatos, Luis Lacalle Pou invita a Tabaré Vázquez a realizar un debate, pero este se mantiene firme en su decisión de no asistir a estos eventos: “El que va último en las encuestas quiere debatir con todos los que van arriba. El que va penúltimo con todos menos con el que va último (...) y el que va arriba no quiere debatir con nadie, porque no tiene nadie arriba” (El Observador, 2014). Posteriormente Pedro Bordaberry desafió a Lacalle Pou, sin respuesta. De esta forma, nuevamente la posibilidad de tener un debate quedaron truncadas.

No obstante, sí se produce en 2014, por iniciativa de la Asociación Nacional de Broadcasters del Uruguay (Andebu), un ateneo presidenciable. Éste fue realizado en el Ateneo de Montevideo y fue televisado en diversos canales, participaron seis de los siete candidatos a la presidencia de esas elecciones: Luis Lacalle Pou (PN), Pedro Bordaberry (PC), Pablo Mieres (PI), César Vega (PERI), Gonzalo Abella (UP) y Rafael Fernández (PT). Tabaré Vázquez decide no asistir.

De esta forma, llegamos a la tercera etapa de los debates en Uruguay: el retorno a un viejo mecanismo. En 2019, mientras la ley que volvería obligatorios a los debates en balotaje seguía su curso en el Parlamento, se llevaron a cabo varios debates entre candidatos presidenciales: Luis Lacalle Pou-Daniel Martínez, Oscar Andrade-Ernesto Talvi y Carolina Cosse-Jorge Larrañaga. Si bien fueron criticados por tener un formato demasiado rígido, que les permitió a los candidatos

²⁶ Años más tarde reforzaría su argumento: “El que nadie lo conoce o que viene corriendo muy de atrás siempre va a pelear por cualquier cosa que le pueda servir como para pegar un paranganazo y el que las tiene segura va a ver las cosas distinto. Me parece que es parte de la táctica. Puedo decir que no creo mucho en los debates porque en este mundo se ve cara y la cara puede ser tersa y hermosa, pero no se ve el corazón” (El Observador, 2014). Disponible en: <https://www.elobservador.com.uy/nota/los-debates-y-su-cuestion-de-oportunidad-20148291830>

mantenerse cada uno en su libreto sin dialogar con el otro, fueron grandes hitos que enmarcaron lo que fue una elección ríspida.

b. Lo que se dice sobre el debate: la opinión de los políticos, los expertos y los medios de comunicación

Cómo quedó claro en el apartado anterior, se debate sobre el debate aún cuando su presencia es escasa; pero, ¿en qué términos? El debate en sí mismo constituye un elemento central de la democracia deliberativa a la vez que combina elementos de la democracia adversativa (Sánchez, 2013). La primera tiene como exigencia central intercambiar y exhibir razones para justificar un punto de vista con el fin de alcanzar las mejores razones más que el triunfo de unos intereses sobre otros.

La historia del debate lo ha posicionado en el limbo entre lo deliberativo y lo adversativo; para entender qué rol juega en la democracia uruguaya, analizaremos lo que dicen sobre el debate tres grupos de actores claves: los políticos, los expertos y los medios de comunicación.

b.1 Los políticos

Los dirigentes políticos actuales -y los que estuvieron en los comicios anteriores, del 2019-, se han expresado en su gran mayoría a favor del debate presidencial televisado: Luis Lacalle Pou, Daniel Martínez, Ernesto Talvi, Pedro Bordaberry, Pablo Mieres, Jorge Larrañaga, Juan María Sanguinetti, entre otros. No obstante, los políticos uruguayos se han caracterizado por mantener una postura errática, sobre todo cuando al que le toca debatir es a uno de ellos²⁷.

De esta forma, ha terminado primando el cálculo electoral: quien se encuentra por detrás en las encuestas de intención de voto es el que desafía al candidato que va primero, alegando la importancia de debatir para confrontar opiniones, mientras que quien va primero termina eludiendo el acto restándole importancia, declarando tener otros compromisos/prioridades o, directamente, diciendo que si no le conviene no lo hará. La acción política se mueve así por el interés, y el adversario es aquel que hay que derrotar “y no el poseedor de una

²⁷ Es interesante tener en cuenta que las posturas de este tipo pueden trascender al candidato en sí, y tratarse también de los partidos políticos. Tanto para 2004 como para 2009, se encuentran declaraciones al respecto de que el Frente Amplio resolvió que sus candidatos no debatieran. El País. (2004). Disponible en: <https://www.elpais.com.uy/informacion/decision-de-mujica-de-debatir-esta-contrariando-resolucion-del-frente>

perspectiva que se tendría que considerar válida aun cuando no se la comparta” (Sánchez, 2013, p.143).

Las declaraciones en torno al debate la despojan de todo aporte deliberativo y termina girando en torno a posiciones estratégicas o siendo un recurso, como diría Mujica (2009) del tipo “manotazo de abogado”. Las formas en que nos referimos al debate influyen en cómo lo concebimos y viceversa, por lo que la construcción semántica en donde el debate aparece como parte del juego estratégico de los candidatos en desmedro del intercambio dialogal de argumentos de interés general (Sánchez, 2013), contribuyen a como socialmente posicionamos al debate en una contienda electoral.

En 2019 el escenario fue otro, quizás por las características de las elecciones -las más reñidas en los últimos 15 años- llevó a que ningún candidato esquivase la oportunidad de debatir. No obstante, el tono de los idas y vueltas a medida que se organizaron los cuatro debates que tuvo la elección pasada, no fue de parsimonia, por el contrario, la disputa entre quienes debatía y contra quién fue en todo momento priorizando la lógica de posicionamiento de la competencia (salvando el cuarto que fue obligatorio).

b.2 Los expertos

Un repaso por las declaraciones que los expertos han hecho sobre los debates electorales nos permite ver dos claros desbalances: primero, suelen girar en torno a sus efectos electorales y, segundo, suelen concentrarse específicamente en la campaña electoral de 2019. Se mencionan a continuación algunas declaraciones o eventos que dan cuenta de la postura de los expertos.

Es un interesante antecedente el programa de *En perspectiva en movimiento* de 2008, en donde fueron invitados cuatro expertos -dos de la academia y dos vinculados a las campañas electorales- para debatir sobre los debates. De ellos, solo uno introduce en algunas de sus intervenciones referencias a la importancia del debate en términos de calidad democrática (Sánchez, 2013).

Posteriormente, Carlos Demasi (2019) será contundente: “Los ‘debates presidenciales’ son producto de la televisión y no de la democracia”²⁸ y entiende que el combate de las ideas suele quedar a un lado. En el mismo año, Gerardo Caetano (2019) se referiría a su escaso impacto: “La principal función de los

²⁸ Brecha. (2019). Disponible en: <https://brecha.com.uy/debates-o-como-hacer-politica-con-palabras/>

debates es convencer a los convencidos”. Bottinelli (2019) si bien coincide en esto, afirma que en balotaje su impacto es mayor porque hay un “electorado que sufre un vacío” ya que no voto en las nacionales a ninguno de los dos candidatos.

Alvarez, Piñeiro y Queirolo (2019) hacen un análisis del impacto del debate (el primero entre Lacalle-Martínez) aplicando una encuesta pre-debate e inmediatamente posterior al debate; sin embargo, este solo se centra en aspectos electorales con el fin de definir el ganador y un perdedor. Entienden que los debates son siempre riesgosos para los políticos porque no pueden anticipar todo lo que pasará, pero que en cuanto a el cambio de voto, el debate uruguayo fue inocuo.

En otra línea, refiriéndose en su momento al proyecto de ley de que los debates presidenciales fueran obligatorios, Porzecanski (2019) destaca que una de las formas para distinguir la democracia de otros regímenes políticos “es la de concebirla como un sistema que busca garantizar y proteger el disenso a través de un conjunto de reglas y procedimientos”²⁹.

Charosky (2015), cuando analiza el proceso de los debates presidenciales en Argentina refiere a la importancia del rol jugado por las universidades, entienden que estas “remiten al conocimiento y la preparación para el futuro, y los debates son una conversación sobre el futuro” (p.10). En Uruguay, en cambio, la academia como tal no realizó ninguna actividad o iniciativa respecto del tema durante los años pre electorales ni cuando el proyecto de ley que establece la obligatoriedad de los mismos se encontraba siendo estudiada en el Parlamento³⁰.

b.3 Los medios de comunicación

El tema de la campaña se vuelve la campaña misma (Delacoste, 2014)³¹ y el debate ha tendido a ser, incluso cuando no se concreta, un tema central de las campañas electorales; algunos autores, incluso, piensan que la interpretación posterior que hace la prensa del debate puede llegar a ser más determinante que el propio debate (Canel, 2008).

Si se analizan las expresiones y los titulares de los distintos medios de prensa se constata que estos se refieren en términos de confrontación y

²⁹ También se refiere a los resultados de una encuesta realizada por Opción Consultores, en donde 6 de cada 10 encuestados afirmaron estar a favor de los debates, y una mayoría a favor de que estos fueran obligatorios. Radio Perfil, (2019) Disponible en: <https://noticias.perfil.com/noticias/noticias-uruguay/2019-02-06-debates-el-rito-de-disentir.phtml>

³⁰ La Asociación Uruguaya de Ciencia Política (AUCiP) no realizó ninguna actividad en relación a los debates presidenciales.

³¹ La Diaria, (2014) Disponible en: <https://ladiaria.com.uy/articulo/2014/8/se-debate-sobre-el-debate/>

competencia más que desde una perspectiva de democracia deliberativa. Sánchez (2013) entiende que: “La ordenación sintagmática de los hechos a los que refiere el discurso, los titulares, el *frame* [...] en términos de posicionamiento de los actores son constitutivos de un relato adversativo de la política” (p.226).

Asimismo, está claro que los debates son en términos de rating redituables para los medios, como bien se dice en La Diaria (2014): “El debate encaja en esta dinámica de una campaña centrada en sí misma, devenida producto vendido por los medios de comunicación. El debate sería un producto televisivo muy redituable”.

Un repaso por el mundo noticioso uruguayo nos permite encontrarnos con los siguientes términos: “round”³², “batalla”, “cruce”. La descortesía, en relación al género discursivo se convierte en una pieza clave de la superestructura textual de ciertos géneros, entre ellos, de los debates presidenciales (Fernández, 2017). Los medios de comunicación no dejan pasar desapercibido este hecho.

Sin embargo, independientemente del motivo detrás, los medios de comunicación han sido los principales encargados de poner en agenda el debate presidencial, y muchas veces de intentar promoverlo. El primer debate Lacalle-Martínez fue el resultado de la negociación entre los canales privados de televisión 4, 10 y 12, el semanario Búsqueda, Televisión Nacional, Radio Uruguay y TV Ciudad, y la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU), con el apoyo de la agencia de comunicación Signo (Subrayado, 2019)³³. Y más allá de estos episodios concretos, la televisión uruguaya está repleta de programas que tienen como dinámica invitar a referentes para que debatan sobre algún tema político, generalmente alguna ley en discusión.

c. 2019. La ley de debates en balotaje

Le ley N° 19.827 llamada *Declaración de la obligatoriedad de un debate entre candidatos a Presidencia de la República*, establece la obligatoriedad de la celebración de un debate entre los candidatos que no habiendo logrado la mayoría absoluta de votos requeridos para ser electos en las elecciones nacionales, deban comparecer en el balotaje. La organización de este evento es competencia de la

³² Claramente existe un sesgo porque la mayoría de las noticias sobre el tema son de 2019, por lo que se ven inmersas en un determinado contexto.

³³ Mantenían como objetivo hacer llegar a los votantes la mayor cantidad de información de calidad de los candidatos, y argumentando querer realizar “un fuerte aporte a la democracia”. Disponible en: <https://www.subrayado.com.uy/debate-martinez-lacalle-pou-sera-el-martes-1-octubre-la-hora-20-n551648>

Corte Electoral y deberá ser transmitido en vivo y en horario central por cadena nacional de radio y televisión. La ley establece, asimismo, que los candidatos que decidan no debatir no percibirán la contribución del Estado para los gastos de la segunda elección nacional prevista en el artículo 20 de la Ley N° 18.485.

¿Cómo fue la construcción del problema y la puesta en agenda?, ¿Por qué se identificó al debate como una posible solución?, ¿Cómo se desarrolló el proceso político? Respecto a la primera pregunta, la puesta en agenda del debate está dispersa en varios años o, más específicamente, en diversas elecciones a lo largo de los 25 años sin debates presidenciales -no así ateneos o debates con candidatos sin chances reales de ganar-. Existen algunos episodios concretos o datos que dan cuenta de la paulatina formación del problema y puesta en agenda: campaña “Debate sí” de Jorge Larrañaga en 2004; una encuesta de Cifra en 2014 que afirma que el 63% de la población creía que los debates obligatorios eran positivos; en 2018 una encuesta de Opción Consultores constata que al 59% de la población le gustaría que existieran debates televisados entre los candidatos a la presidencia³⁴; el proyecto de ley que propone que los debates presidenciales fueran obligatorios presentados en distintas legislaturas, entre otros.

En 2001 fue la primera vez que en el país se propuso un proyecto de ley referente a los debates presidenciales televisados. El diputado por el Partido Colorado, Walter Vener, presentó un proyecto de ley para establecer que en caso de llegar a la instancia de balotaje los candidatos debían realizar al menos un debate televisivo y radial obligatorio. En este primer proyecto la exposición de motivos fue breve y sin referirse a la democracia, al menos no de forma explícita. Compara la realización del debate obligatorio, con la decisión tomada en un determinado momento de la historia de establecer el voto obligatorio en las elecciones nacionales. A la hora de definir las condiciones del debate, este proyecto establece la duración del debate, la subdivisión en tres tandas, los tiempos entre las exposiciones de los candidatos e incluso la forma de elección y la función del moderador. El proyecto nunca fue considerado por la Cámara (Parlamento, 2001).

Años más tarde, el promotor de una iniciativa de este estilo sería el entonces

³⁴ La demanda de debates tiene variaciones relevantes según las características de los votantes, siendo más marcada en los de mayor edad, mayor nivel educativo y mayor interés en la política, así como por los votantes de partidos de oposición en relación a los votantes del partido oficialista (Opción Consultores, 2018).

diputado Fernando Amado³⁵. A modo de caballito de batalla personal, el diputado presentó el proyecto de ley en 2012, 2015 y finalmente 2019. La exposición de motivos del proyecto de ley toma postura desde la teoría democrática, afirmando que la celebración de debates presidenciales constituye una costumbre democrática saludable, en el sentido de que informan al electorado a fin de que puedan ejercer su derecho a elegir con la mayor de las responsabilidades y conciencia posible y que brindan un formato único de contraposición de ideas de forma directa y transparente (Proyecto de Ley, 2015).

La discusión que finalmente resultó en la aprobación del proyecto de ley se dio en dos terrenos políticos distintos: a nivel más institucionalizado, en el propio Parlamento; y a nivel más de dinámica coyuntural, en plena campaña electoral. Se los analiza de forma diferenciada para simplificar su comprensión.

En el plano parlamentario, en abril de 2019 el proyecto de ley fue defendido por Fernando Amado en la Cámara de Representantes -al igual que en 2015 pero con menos éxito, como él mismo comenta en esa ocasión- y en su exposición remarca dos cuestiones: se debe hacer mediante ley, porque no existe cultura política al respecto y se debe establecer sanción a quien no reconozca esta obligación, dado que en Uruguay -a diferencia de otros países- no existe un “castigo” por parte de la ciudadanía hacia aquellos candidatos que decidieran no debatir.

A partir de su exposición de motivos se inicia el debate parlamentario del proyecto de ley, en el cual predominaron los argumentos referidos a la calidad democrática y no se presentó ninguna oposición marcada al respecto del mismo³⁶; por el contrario, en varias ocasiones se mencionó la necesidad de darle un trato acelerado para que pudiera salir antes de las elecciones de octubre de ese año. En distintas exposiciones se refiere el hecho de que hasta el momento imperaba la regla de que el que va primero en las encuestas de intención de voto no debate, y que esto era un factor que empobrecía la campaña. A continuación, se citan algunas de las palabras de los legisladores.

Pablo Abdala apoyó el proyecto alegando que los debates fueron una

³⁵ Político, escritor, funcionario y político, en ese entonces presidiendo el sector UNIR en el Partido Colorado.

³⁶ Sobre todo en la Cámara de Representantes, mientras que una vez pasó a la de Senadores se cuestionó un poco más la pertinencia de hacer de los debates una obligación y no permitir que sean “fruto de una expresión de la voluntad política y de la coherencia” (García, 2019 durante la Discusión General del proyecto).

tradición saludable que cuando se llevaron a cabo en el país redundaron en un beneficio para la democracia, en la medida en que contribuyeron a “fomentar el involucramiento ciudadano, la participación de la gente, a poner a disposición de la ciudadanía de mejor manera propuestas, ideas y perfiles de los candidatos” (versión taquigráfica, 2019). Lo ve en línea con la obligación que la Carta Orgánica le impone a los partidos de difundir sus principios, propuestas y acciones.

En el mismo sentido, Darcy de Los Santos opinó por parte del Partido Socialista que les parecía una idea muy positiva y enriquecedora para la democracia y Javier Umpierrez apoyó el proyecto como una forma de hacer que la discusión política y la política en sí misma, no quede acotada a discusiones en las redes sociales o en los medios de comunicación. Ope Pasquet también hace referencia a las disputas en redes sociales o en otros eventos públicos, que dan la impresión de existir un alto nivel de crispación y agresión, por lo que la realización de un debate daría lugar a “que los candidatos den la tónica en un tratamiento civilizado y respetuoso [...] que contribuye al fortalecimiento de la cultura cívica en general”

Algunas cuestiones que fueron mencionadas durante la discusión como aspectos a revisar del proyecto fue si el debate debía ser previo a las nacionales entre los candidatos que ganaran las internas o solo de cara al balotaje, si esta propuesta se podría extender a nivel departamental o incluso en las alcaldías o si debía ser la Corte Electoral el órgano responsable de llevar a cabo el debate. En sintonía con estos planteos, se presentaron dos proyectos alternativos, uno por parte del Representante Mahía (FA) en donde el debate se establece como obligatorio para los ganadores de las internas³⁷ y también a nivel departamental, y otro por el Representante Umpiérrez (FA), en donde se deja por fuera los debates entre candidatos a intendentes porque se entiende complejiza la discusión y es un punto que se puede considerar más adelante -teniendo en cuenta los tiempos electorales-.

Se termina votando el proyecto que limita la obligatoriedad del debate en la instancia de balotaje, porque se entiende que en ese caso los participantes son

³⁷ Con una lógica mucho más compleja para la organización: debates mano a mano según el orden de más votados en los comicios inmediatamente anteriores y, para el caso de partidos nuevos que no hayan competido en las elecciones pasadas, estableciendo el orden según los votos obtenidos en las internas. Ope Pasquet se niega a votar este proyecto, entendiendo que este promueve una lógica “boxística” que predetermina la importancia de cada debate y relega a los partidos con menor caudal de votos.

designados por la ciudadanía y no se cae en criterios arbitrarios ni con las cartas vistas para determinar quiénes y de qué forma deberían participar de los debates. La gran mayoría de los legisladores comentan cuando se da la discusión general que no es el proyecto que elegirían votar, pero que “es el mínimo posible para que logre apoyo parlamentario en el día de hoy”³⁸ (Amado, 2019). Finalmente, se aprobó en la Cámara de Representantes y luego en la de Senadores, obteniendo 19 votos de 29.

En su exposición en el Parlamento, Amado refiere al hecho de que las dos veces anteriores el proyecto de ley fue presentado en algún momento alejado de una contienda electoral y, sin embargo, sin tener grandes oposiciones con solo el apoyo de los legisladores no alcanzó para que fuera promulgado. De esta forma llegamos al otro plano del análisis propuesto al principio: no habría sido posible aprobar el proyecto de ley si no fuera porque se encontraba inmerso en un contexto político determinado: la campaña electoral.

El proyecto ya había sido presentado en otras oportunidades pero sin éxito, Fernando Amado entiende que en 2019 las condiciones son distintas. No solo fueron las elecciones más competitivas de los últimos quince años, sino que también se caracterizaron por contar con un nuevo staff político y tener final abierto.

La predominancia de nuevos candidatos es beneficiosa porque se trata de candidatos a los que les interesa la mediatización que un debate les ofrecería, y es menor el riesgo que corren de perder un debate al riesgo que correría un político ya consumado. La postura predispuesta al debate queda en evidencia a través de las declaraciones de los distintos candidatos y viendo lo tan en disputa que estuvo quien debatían y contra quién. Respecto a este punto, Ernesto Talvi quizás fue quien más manifestó su interés en debatir y su descontento por no hacerlo con el candidato principal del Frente Amplio, Daniel Martínez.

Y, en segundo lugar, el no tener de antemano un claro ganador hizo que los candidatos no jugaran con las “cartas vistas” y no supieran a quién podría beneficiar debatir. Tanto el candidato frenteamplista, Daniel Martínez, como el nacionalista, Luis Lacalle Pou, se mostraron dispuestos a debatir.

Por otro lado, mientras el proyecto de ley seguía su curso dentro del legislativo, se llevaron a cabo debates por acuerdo voluntario entre distintos

³⁸ El proyecto inicial presentado por el diputado contemplaba la obligatoriedad del debate también de cara a las nacionales, no solo el balotaje.

candidatos: Lacalle-Martínez, Talvi-Andrade y Cosse-Larrañaga. Estos contribuyeron al clima general en la medida en que los debates como instancias relevantes de la campaña electoral estuvieron presentes en las noticias y la opinión pública, acercando el tema a generaciones que nunca vivenciaron un debate político presidencial.

De esta forma, la campaña hacia la segunda vuelta fue anodina; su ritmo se alteró en función de la realización del primer debate presidencial obligatorio de la historia de Uruguay (Nocetto, Piñeiro y Rosenblatt, 2020). Once días previos al balotaje los candidatos Luis Lacalle Pou y Daniel Martínez; Bottinelli (2019) dirá que este fue trascendental a nivel cualitativo, porque produjo un cambio anímico al dejar en evidencia la separación entre Daniel Martínez y las cúpulas del Frente Amplio.

En 2023, el diputado colorado por el departamento de Salto, Omar Esteves, propone en el Parlamento la modificación de la ley N° 19.827. Presenta como proyecto de ley declarar obligatoria la realización de un debate entre los candidatos a la Presidencia de la República que, habiendo logrado triunfar en la elección interna de sus respectivos partidos políticos, accedan a la primera vuelta electoral. Haciendo mención a nuestra posición superior en los ranking de democracia del continente, fundamenta el proyecto alegando que la ley vigente solo garantiza parcialmente la realización de debates, pero que el país cuenta con las condiciones para realizar un debate ecuaníme de cara a las nacionales que permita que la ciudadanía acceda a un intercambio de ideas de calidad de cara al acto electoral.

Conclusiones

Se puede definir a las campañas electorales como “esfuerzos organizados para informar, persuadir y movilizar” y es la comunicación política “el medio por el cual la campaña comienza, procede y concluye” (García, D’Adamo y Slavinsky, 2005, p.20). Los spots, los singles, las carteleras en espacios públicos, las notas en prensas y los debates, son momentos cruciales que aislados o en su conjunto influyen y construyen la opinión pública.

Los debates presidenciales televisados han pasado a constituirse como uno de los momentos más esperados y álgidos de las campañas electorales. A partir de la emergencia de los medios de comunicación masivos en el siglo XX, analizar los procesos sociales de forma mediatizada ha implicado una reestructuración en los vínculos entre la política y la sociedad (Barbieri y Reina, 2023). En este trabajo abordamos este proceso de mediatización aplicado a los debates presidenciales televisados.

Al analizar la historia de los debates presidenciales, nos encontramos con que fue el debate Nixon-Kennedy el que impulsó a las campañas electorales a la era de la televisión. Desde entonces, los expertos en distintos países y de distintas formas se han encargado de estudiar el impacto que estos tienen en el electorado, sobre todo en cuanto a la decisión final del voto.

En el capítulo 2 se desarrollan las causas y los efectos de los debates presidenciales. Respecto al primer punto, la literatura ahonda en cuestiones de cierta forma más abstractas, como lo son el desarrollo tecnológico, socio-económico y democrático. No se menciona si estas son necesarias y suficientes, suficientes pero no necesarias, o viceversa. Lo que sí está claro es que no son exhaustivas, porque como se mencionó en la introducción del capítulo, también se identifica como una causa de los debates presidenciales la profesionalización e individualización -¿causa y/o consecuencia?- de la política.

En cuanto a los efectos de los debates presidenciales, el favorito por los expertos, los medios y la sociedad, es el electoral. Como se vio en el capítulo 2, la literatura al respecto de los efectos de los debates ha ahondado en distintos aspectos, pero aquí se seleccionaron los tres más mencionados: en el voto, en la calidad de la democracia y en la calidad del gobierno. Si bien son analizados teóricamente, del penúltimo efecto son pocos los estudios cuantitativos existentes y,

del último, nulos. Posiblemente esto se deba no tanto a que no haya interés, sino a las dificultades que habrían para una medición de estos tipos de impactos.

Llegados al caso uruguayo, vemos que hasta 2019, la cultura política y la sociedad ejercían una demanda social débil hacia la clase política al respecto de sus responsabilidades republicanas; el que ganaba las elecciones se volvía conservador y la sociedad no lo cuestionaba. El debate político, que surgió en un principio como una válvula de escape a la tensión socio-político del país inmerso en una dictadura, ¿cómo pudo luego separarse del devenir democrático? Ya sea lo llamemos oportunismo, cálculo político o viveza criolla, el debate político entre candidatos presidenciales en Uruguay dejó de ser un hecho para convertirse en un juego de tira y afloja.

Al no existir previamente obligación, una tradición consolidada o una presión significativa por parte de la sociedad civil organizada, el humor ciudadano proclive a los debates -que constaban en años anteriores las encuestas de Opinión Pública- finalmente terminaba cediendo a las estrategias de los candidatos, y a la opinión de estos de visualizar a los debates como un riesgo electoral demasiado alto (Opción Consultores, 2019).

Samuel Huntington (1968) habla de la “institucionalización política”, como el “proceso por el cual adquieren valor y estabilidad las organizaciones y procedimientos”. Existe una tendencia regional a la realización e institucionalización de los debates presidenciales: Brasil (1997), Colombia (2005), México (2007) y Argentina (2016), y en tantos otros que se han presentado proyectos de ley al respecto. Es recién a partir de la Ley N° 19.827 que la práctica logra institucionalizarse en Uruguay y, como vimos en el capítulo 4, el proceso de esta ley aleja al caso uruguayo de las causas identificadas para la realización de debates presidenciales en el capítulo 2. Si bien pueden estar subyacentes, el proceso de la ley nos demuestra que la clave del éxito de los debates en Uruguay -entendiendo como éxito que estos se realicen, no su contribución al sistema- es en gran medida de índole coyuntural.

Lo anterior no implica decir que las causas identificadas para que los países decidan llevar a cabo debates están obsoletas, sino que hace falta ubicarlas temporalmente: el desarrollo tecnológico, económico y democrático-institucional fueron las causas que sin dudas impulsaron los primeros debates en Uruguay. No habría sido posible sin estas precondiciones para que en 1980, aún en plena

dictadura, se televisase el primer debate de la historia uruguaya. Sin embargo, en la actualidad, hace falta más para que una democracia competitiva decida voluntariamente o por medio de un mecanismo institucional debatir. La pregunta que debe guiar este análisis es bajo qué condiciones los debates sin ley fueron posibles y qué cambió para que luego dejen de serlo.

El proyecto de ley propuesto en un principio establece la realización de debates antes de las elecciones nacionales, por tanto, con la presencia de múltiples candidatos; esta iniciativa se vio truncada por no llegar a un acuerdo entre los diferentes partidos al intentar definir cómo se llevaría a cabo o cómo serían los “cruces”. Viéndolo desde el contexto actual, enfrascados en una nueva campaña electoral competitiva al igual que la de hace unos años, y en donde el comando de uno de los candidatos principales se niega directamente a participar de eventos en donde haya más de un candidato de la coalición porque le parece injusto y que “no es democrático” (Montevideo Portal, 2024)³⁹, nos encontramos con que estamos, quizás, más lejos de debates múltiples de lo que parecía en 2019.

¿Es quizás utópico pensar el debate presidencial en términos que no sean de ganadores y perdedores? Inmersos en la campaña electoral, los debates pasan a formar parte de la tónica competitiva, una instancia para que los candidatos hablen con sus electorados -y los votantes cercanos al mismo- para pedirles su voto de confianza en las urnas y ser al día siguiente, un elemento más de análisis en las preguntas de las consultoras para las encuestas de intención de voto.

En Uruguay el debate presidencial sigue siendo abordado por los medios de comunicación, los expertos y el propio electorado, con una perspectiva de democracia adversativa. Es un hecho constatado que en Uruguay el nivel de interés manifiesto de la población uruguaya en la política ha descendido paulatinamente, es cada vez mayor distanciamiento del público con la política y el descenso del nivel de involucramiento del electorado uruguayo en cuestiones de campaña (Canzani, 2000). Según los datos del Latinobarómetro 2023, el 66% y el 46,8 % de la población tiene poca o ninguna confianza en los partidos políticos y en el Congreso respectivamente (estos datos son claramente superiores si se los compara con los de 10 años atrás).

³⁹ Yamandú Orsi rechaza presentarse en eventos que impliquen encontrarse con más de un candidato de la coalición, porque entiende que esto no es justo. Al depender su presencia de la no asistencia de los demás, los organizadores de los eventos deben ponderar quien creen que es más importante que esté presente a la hora de hacer las invitaciones.

En este contexto, la realización de debates presidenciales cobra más relevancia como eventos que acaparan la atención de amplios públicos, incluso de aquellos que suelen mantenerse apáticos frente a otros hechos políticos. Los debates ofrecen un formato único para, al menos en el plano ideal, el encuentro de formas de pensar y el intercambio de ideas. La institucionalización de este mecanismo nos acerca un poco más al ideal de una democracia deliberativa, fundada en los pilares de la ponderación pública y la disponibilidad de información bajo valores de reciprocidad y racionalidad -no instrumental, sino comunicativa- (Sánchez, 2013).

Hace algunos años, Berrocal (2003) afirmaba que se han producido cambios en los principios de representación, que expresan el tránsito de una “democracia de partidos” a una “democracia de audiencias”. Hoy día, esto es quizás aún más complejo, si bien la televisión sigue jugando un papel clave en la comunicación política, la aparición de nuevos medios de comunicación nos permitiría hablar incluso de “democracia de internautas”. La nueva normalidad invita a pensar cómo se viven las campañas en redes y, específicamente, cómo se viven los debates electorales en la conversación *online*. Twitter aparece como un potente altavoz en términos políticos (Agüero-Merino, 2003).

Poner el foco en las conversaciones en redes sociales, implica observar la campaña electoral desde la perspectiva de los ciudadanos; tras someterse a todas las propuestas y mensajes del candidato durante el debate, el espectador transmite su opinión (Agüero-Merino, 2003). En otros países, ya no se está estudiando el debate presidencial limitado a lo que se dijo por la televisión, sino que también se analiza antes, durante y después, las interacciones que tienen lugar en las redes sociales. Cada día se emplea más la técnica del análisis de sentimiento para el análisis político y de la situación de la opinión de la ciudadanía.

Este trabajo, el primero en Uruguay respecto del tema, es solo introductorio a un área de las ciencias sociales aún poco explorada por la Ciencia Política uruguaya: la comunicación política. El debate presidencial dentro de esta área se presenta como un interesante fenómeno para un abordaje dual: desde la democracia deliberativa y desde la competencia electoral.

Como primer paso, Uruguay cuenta con al menos un debate presidencial asegurado por campaña electoral en caso de llegar a la instancia de balotaje. Queda abierto todo un nuevo panorama para la Ciencia Política uruguaya: sí esta

ley es suficiente, lo que se dice y como se dice, cómo influye el formato, cuáles son sus efectos, qué implica para la democracia, si informan o no informan, si definen la agenda o no, como son cubiertos por los medios de comunicación, entre muchos otros aspectos. Son muchas las preguntas, y de sus respuestas dependerá que el debate presidencial no sea solo un evento mediático dominado por la lógica de carrera de caballos (*horse-race*) (Acosta, 2022), sino también un acontecimiento símbolo del encuentro democrático de las discrepancias políticas.

Bibliografía

- Althaus, Scott. (2012). What's Good and Bad in Political Communication Research? Normative Standards for Evaluating Media and Citizen Performance
- Abdala, Maria Belen; Iparraguirre, Ana; Lacroix, Santiago; de las Mercedes, María; Meyer, Sabastián y Nielsen, Mateo. (2019). *El impacto del primer debate presidencial obligatorio en Argentina. Informe 2019*. CIPPEC-DYNAMIS.
- Acosta, Marina. (2022). *El debate presidencial en Argentina. Twitter, líderes de opinión y discusión polarizada*. Revista Más Poder Local, 48.
- Agüero Merino, Estefanía. (2023). *Espectadores multipantalla. El sentimiento de los mensajes en Twitter durante los debates electorales*. Revista Española de Ciencia Política.
- Anstead, Nick. (2016). *A different beast? Televised election debates in parliamentary democracies*. The International Journal of Press/Politics.
- Bárbaros, Corina. (s/). Exploring Televised Political Debates: Strategies and Issues. University of Iași (Rumania).
- Blumler, Jay y Kavanagh, Dennis. (1999). *The Third Age of Political Communication: Influences and Features*. Political Communication.
- Blas Arroyo, José Luis. (1999). "Diga por que, diga por que": la repetición en el debate político electoral. Revista de investigación lingüística.
- Berrocal, Salomé. (2003). *La personalización de la política*. Comunicación política en televisión y nuevos medios. Ariel España.
- Bennett, Lance; Pickard, Victor; Iozzi, David; Schoelder, Carl; Taso, Lagos y Caswell, Evans. (2004). *Managing the Public Sphere. Journalistic Construction of the great globalization debate*. Journal of Communication.
- Benoit, William y Airne, David. (2005). *A Functional Analysis of American Vice Presidential Debates*. Communication Studies Faculty Publications.
- Benoit, William. (2006). *The functional theory of political campaign discourse*. Journalism and Mass Communication Quarterly.
- Benoit, William y Klyukovski. (2006). *A Functional Analysis of 2004 Ukrainian Presidential Debates*. Springer.
- Barbieri, Daniela y Reina, Augusto. (2019). *¿Cuál es el impacto de los debates presidenciales? Resultados del proyecto PulsarUBA sobre el debate*

- presidencial de Argentina 2019*. Universidad de Buenos Aires.
- Barbieri, Daniela y Reina, Augusto. (2023). *Debatir para presidir*. Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Cebrián Herrero, Mariano. (1999). *Discurso audiovisual. Nuevos campos de investigación semiótica*. Comunicación y estudios universitarios. N°9.
- Canzani, Agustín. (2000). *Tendencias recientes en Uruguay y el contexto latinoamericano. Significados del desencanto político en una "democracia dura"*. Prisma 15.
- Castells, Manuel. (2000). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Coleman, Stephen. (2000). *Televised Election Debates International Perspectives*. Londres, Palgrave Macmillan.
- Cacho Ruiz, Laura y Espinosa Santiago, Orlando. (2014). *Los debates en televisión de las elecciones presidenciales en el contexto de la alternancia en México. Una revisión de la literatura*. Revistas UNAM.
- Charosky, Hernan. (2015). *El camino a los debates presidenciales*. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Derecho. Departamento de Publicaciones.
- Castro Ávila, Mariela y Sáenz Leandro, Ronald. (2019). *Cómo se organiza un debate político-electoral*. Serie para entender. Editorial IFED-TSE.
- Chihu Amparán, Aquiles. (2021). *Frames de la comunicación. Los debates presidenciales en México 2018*. Interdisciplina, UNAM. Comunicaciones independientes.
- Diamond, Edwin y Bates, Stephen. (1984). *The Spot. The Rise of Political Advertising on Television*. The MIT Press. Cambridge, Massachusetts.
- Dolowitz, David y Marsh, David. (2000). *Learning From Abroad: The Role of Policy Transfer in Contemporary Policy-Making*. Governance.
- Del Castillo, Mercedes y Bastidas, Gabriel. (2012). *Análisis de los debates entre los candidatos a las primarias presidenciales de la unidad 2012*. Comunicaciones Publicitarias y Periodismo Trabajo de Grado. Universidad Católica Andrés Bello.
- Di Stefano, Mariana. (2020). *El debate presidencial obligatorio como intervención glotopolítica*. Anuario de Glotopolítica (AGlo). N°3.
- Etcheverría, Martín. (2019). *La lógica mediática contra la deliberación mediada. El caso de los debates presidenciales*. SciELO.

- Fein, Steve; Goethals, George y Kugler, Matthew. (2007). *Social influence on Political Judgments: The case of Presidential Debates*. Political Psychology.
- Fernandez Garcia, Francisco. (2017). La descortesía en el debate electoral cara a cara. Editorial Universidad de Sevilla.
- Fontenla-Pedreira, Julia; Rúas-Araújo, José; Puentes-Rivera, Iván (2020). *El debate electoral de las elecciones generales del 10N de 2019 en las redes sociales de RTVE*. Profesional de la información, v. 29, n. 6.
- Franco Häntzsch, Carolina y Dagatti, Mariano. (2021). *Los debates presidenciales: historia, interlocución, escenario*. Brasil e Argentina: estudios discursivos comparados. Repositorio latinoamericano.
- Franco Häntzsch, Carolina y Dagatti, Mariano. (2022). *El rol del periodismo en los debates presidenciales en la Argentina y Brasil*. Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas, núm. 36.
- Gutierrez Lozano, Juan Francisco. (2005). *La presencia del debate en televisión su utilidad en la calidad de las programaciones*. Comunicar, N°25.
- García Bordeaux, Virginia; D'Adamo, Orlando y Slavinsky, Gabriel. (2005). *Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales*. Gedisa Editorial.
- Garcia Aviles, José Alberto. (2009). *La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades*. Proyecto coordinado de I+D Convergencia digital en los medios de comunicación.
- Greenberg, David. (2009). *Desfiles de antorchas para la era de la televisión: los debates presidenciales como ritual político*. Daedalus, Vol. 138, No.
- Giordano, Veronica. (2020). *Derechas, comunicación política y debates presidenciales televisados en América Latina en el ascenso del neoliberalismo*. Cuaderno 112. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación
- Gonzalez, Lucía; Sandoya, Cesar; Villegas, Alejandro; Quito, Mercedes y Aponte Anny. (2023). *Debate presidencial Ecuador: Una mirada desde la red social Twitter y la Media Literacy*. Ciencias Sociales y Políticas. Polo de Conocimiento.
- Hinkelammert, Franz. (1988). *Democracia y nueva derecha en América Latina*. Nueva Sociedad. N°98.
- Herrero, Julio Cesar y Benoit, William. (2008). *Análisis funcional de los debates en las elecciones generales de 2008*.

- Holdbook, Thomas. (1998). *Political Learning from Presidential Debates*.
Artículo en *Political Behavior*.
- Jamieson, Kathleen y Birdsell, David. (1988). *Presidential Debates. The Challenge of creating an informed electorate*. Universidad de Oxford.
- Janda, Kenneth y Colman, Tyler. (1998). *Effects of Party Organization on Performance during the 'Golden Age' of Parties*. *Political Studies*.
- Juarez Gamiz, Julio; Holtz-Bacha, Christina y Schroeder, Alan. (2020). Image, Deliberation, and Symbolic Power—Why Do Electoral Debates Matter?. En *Routledge International Handbook on Electoral Debates*.
- Juárez Gámiz, Julio. (2021). *La presencia del debate en televisión y su utilidad en la calidad de las programaciones*. Instituto Nacional Electoral. Cuadernos de divulgación de la cultura democrática.
- Luengo, Oscar. (2011). *Debates electorales en televisión: una aproximación preliminar a sus efectos inmediatos*. *Revista Española de Ciencia Política*. N°25.
- Lema, Rose y Abascal, Rocío. (2012). *Tuit Tuit, Chabacanerías y @mlovers*. Razón y palabra. Primera Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación.
- Manin, Bernard. (1998). *Los principios del gobierno representativo*. Editorial Alianza.
- Mancebo, Karina. (2016). *El Si o No de los debates electorales. Análisis y argumentos para la realización de debates electorales presidenciales, municipales y congresuales en la República Dominicana*. Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios (ANJE).
- Mckinney, Mitchell y Holbert, Roberto. (2001). *Más allá del aprendizaje y la personalidad: ampliando el alcance de los efectos del debate presidencial*. Artículo en *Monografías de Comunicación*.
- McKinney, Mitchell y Carlin, Diana. (2004). *Political Campaign Debates* en *Handboof of Political Communication Research*. Linda Lee Kaid.
- Morales Cumplido, Rafael y Del Mar Garcia, Maria. (2023). *Entre el "cara a cara" y la multiplicidad de candidatos: el debate electoral televisado en Europa 2019-2022*. *ÁMBITOS, Revista Internacional de Comunicación*.
- O'Donnel, Guillermo. (1993). *Estado, democratización y ciudadanía*. Nueva Sociedad. Nro 128.

- Orletti, Franca y Mariottini, Laura. (2010). *(Des)cortesía en español. Espacios teóricos y metodológicos para su estudio*. Universidad de Estocolmo.
- Perloff, Richard. (1998). *Political Communication. Politics, Press, and Public in América*. Routledge.
- Proaño, Luis Eladio. (2002). *Comunicación Política: Debate presidencial en la TV, ¿Ayuda a ganar una elección?*. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación. N°79.
- Padilla Castillo, Graciela. (2014). *La espectacularización del debate electoral: estudio del caso de Estados Unidos*. Revista de Comunicación Vivat Academia.
- Porath, William; Ortega Gunkler, Constanza y Rojas Soto, Ana. (2019). *La evolución de los formatos de debates presidenciales en la televisión chilena: 1989-2017: Un caso de especiación*. Comunicación y Sociedad.
- Puentes Rivera, Ivan; Fernandez Souto, Ana Belén y Vázquez Gestal, Montse. (Coords.) (2020). *Debate sobre los debates electorales y nuevas formas de comunicación política*. Cuadernos Artesanos de Comunicación. La Laguna (Tenerife): Latina.
- Quintas Froufe, Natalia y Quintas Froufe, Eva. (2010). *Cara a cara electoral televisado: análisis audiovisual de los debates presidenciales*. Creative Commons.
- Rodriguez, Roberto. (2012). *Los efectos de la "americanización" de las campañas electorales en el mundo*. Instituto Universitario de Investigación en Estudios Norteamericanos "Benjamin Franklin". Tribuna Norteamericana, N°8.
- Rúas Araújo, José; Campos Freire, Francisco y López López Paulo. (2020). *Historia, evolución, audiencia y agenda temática de los debates electorales televisados en España dentro del contexto europeo*. Estudios sobre el mensaje periodístico.
- Rúas Araújo, José y Fontenla Pedreira, Julia (s/f). *Comunicación Social Ediciones y publicaciones*.
- Ruiz, Fernando y Alberro, Hernán. (s/f). *Ola de debates electorales en América Latina. Luces y sombras de un avance democrático*. Universidad Austral, CADAL, Medios Latinos, Konrad Adenauer Stiftung.
- Rizoiu, Marian; Graham, Timothy; Zhang, Rui; Zhang, Yifei; Ackland, Robert y Xie, Lexing. (2018). *Debate night: The Role and Influence of Socialbots on During*

- the First 2016 U.S. Presidential Debate*. Australian National University.
- Schroeder, Alan. (2000). *Debates presidenciales*. Prensa de la Universidad de Columbia Nueva York.
- Schroeder, Alan. (2008). *Presidential Debate. Fifty Years of High-Risk TV*. Universidad de Columbia.
- Selios, Lucía. (2006). *Los últimos diez años de la cultura política uruguaya: entre la participación y el desencanto*. América Latina hoy.
- Sanchez Vilela, Rosario. (2013). *¿Cómo hablamos de la democracia?. Narrativas mediáticas de la política en el Uruguay*. Universidad Católica del Uruguay.
- Tenorio, Encarnación Hidalgo. (2002). *I want to be a prime minister, or what linguistic choice can do for campaigning politicians*. *Language and Literature*. Universidad de Granada.
- Toribio, Dori. (2015). *Un buen debate electoral*. Tribuna Norteamericana, N°19.
- Turkenburg, Emma. (2022). *Televised Election Debates in a Deliberative System The Role of Framing and Emotions*. Democratic Theory, Volumen 19.
- Verón, Eliseo. (1997) . *Esquemas para el análisis de la mediatización*. Revista Diálogos para la Comunicación.
- Vasquez Muñoz, Tania. (2017). *El debate electoral como insumo necesario para la construcción de un modelo de comunicación política deliberativa*. Justicia Electoral, núm. 19.
- Winokur, Pablo Ezequiel. (2018). *Debates presidenciales televisivos en la Argentina ¿Por qué no fueron posibles?*. Universidad de San Andrés. Departamento de Ciencias Sociales. Maestría en Periodismo.

Webgrafía:

- Arriba Gente. (2019). *Entrevista- Dip. Amado relanza proyecto de Ley de Debates en campaña electoral*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=0rYdv6oEtVA>
- Alvarez, Eliana; Piñeiro, Rafael y Queirolo, Rosario. (2019). *Debates presidenciales: ¿inocuos o riesgosos?. Razones y personas*. Disponible en: <https://www.razonesypersonas.com/2019/11/debates-presidenciales-inocuos-o.html>
- Arriba Gente. (2019). *Entrevista-Fernando Amado, líder del sector Unir*. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?si=Dy-sgBwlRRUHsvnT&v=UbHzJOPvzHE&feature=youtu.be>

Ámbito. (2023). *Proponen debates presidenciales obligatorios antes de las elecciones generales*. Disponible en:

<https://www.ambito.com/uruguay/proponen-debates-presidenciales-obligatorios-antes-las-elecciones-generales-n5849962>

Canal 180. (2019). *Amado pedirá que proyecto de ley de debates no incluya a elecciones de octubre*. Disponible en:

https://www.180.com.uy/articulo/80322_amado-pedira-que-ley-de-debates-no-incluy

Cybel, Yair. Primer round de un Uruguay polarizado. CELAG data. Disponible en:

<https://www.celag.org/primer-round-de-un-uruguay-polarizado/>

CIPPEC. (2020). *El impacto del primer debate presidencial obligatorio en Argentina*.

Disponible en:

<https://www.cippec.org/publicacion/el-impacto-del-primer-debate-presidencial-obligatorio-en-argentina/>

Buen día Uruguay. (2019). *Amado Presentó proyecto para establecer la obligatoriedad de debates*. Canal 4. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=wkPrCpaYQGk>

Bottinelli, Oscar. (2019). El renacimiento de los debates presidenciales en Uruguay.

Entrevista realizada en 970-Universal, Fuentes Confiables. Disponible en:

<https://portal.factum.uy/analisis/2019/ana190927.php>

Demassi, Carlos. (2019). *Debates, o cómo hacer política con palabras*. Brecha.

Disponible en:

<https://brecha.com.uy/debates-o-como-hacer-politica-con-palabras/>

El Observador. (2014). *Los debates y su cuestión de oportunidad*. Disponible:

<https://www.elobservador.com.uy/nota/los-debates-y-su-cuestion-de-oportunidad-20>

En Perspectiva. (2018). *Amado busca aprobación para ley de obligatoriedad de debates*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=hNHGjQVbmKY>

En Perspectiva. (2020). A 40 años del plebiscito de 1980: ¿qué significó el resultado para la historia política uruguaya?. Disponible en:

<https://enperspectiva.uy/en-perspectiva-programa/la-mesa/40-anos-del-plebiscito-1980-significo-resultado-la-historia-politica-uruguaya/>

- El Espectador. (2018). *Bolsonaro busca robarse la atención de cara al último debate presidencial en Brasil*. Disponible en:
<https://www.elespectador.com/mundo/mas-paises/bolsonaro-busca-robarse-la-atencion-de-cara-al-ultimo-debate-presidencial-en-brasil-article-816226/>
- El País. (2019). *Situaciones idénticas del debate de Uruguay y Argentina: el “dedito” y un cruce fuera de cámaras por corrupción*. Disponible en:
<https://www.elpais.com.uy/informacion/politica/situaciones-identicas-del-debate-de-uruguay-y-argentina-el-dedito-y-un-cruce-fuera-de-camaras-por-corrupcion>
- El País. (2019). *Corte no tiene presupuesto para el debate y no preve llegar con organización al miércoles*. Disponible en:
<https://www.elpais.com.uy/informacion/politica/corte-no-tiene-presupuesto-para-el-debate-y-no-preve-llegar-con-organizacion-al-miercoles>
- Factum. (2019). *Debate fue decisivo porque separó a las cúpulas del FA de Daniel Martínez*. Disponible en:
<https://portal.factum.uy/entrevistas/2019/ent191119.php>
- Infobae. (2023). *El día que la política se metió en la televisión: la historia secreta del debate presidencial entre Kennedy y Nixon*. Escrito por Tata Yofre. Disponible en:
<https://www.infobae.com/historias/2023/10/01/el-dia-que-la-politica-se-metio-en-la-television-la-historia-secreta-del-debate-presidencial-entre-kennedy-y-nixon/>
- Infobae. (2024). *La “debatemanía” se apodera de Portugal*. Disponible en:
<https://www.infobae.com/america/agencias/2024/02/23/la-debatemanía-se-apodera-del-portugal-electoral/>
- Montevideo Portal. (2019). *La pelea de Gallos. Crece la chance de que haya debate entre candidatos: comenzó a tratarse el proyecto de ley*. Disponible en:
<https://acortar.link/pQyTd>
- Montevideo Portal. (2019). *Debate que bate. Tabaré Vázquez: “Nadie, salvo Batlle, tuvo tantos debates políticos como yo”*. Disponible en:
<https://www.montevideo.com.uy/Noticias/Tabare-Vazquez--Nadie-salvo-Batlle-tuvo-tantos-debates-politicos-como-yo--uc720852>
- Montevideo Portal. (2019). *Ley de debates: proponen obligatoriedad en balotaje, pero no en las nacionales de este año*. Disponible en:

<https://www.montevideo.com.uy/Noticias/Ley-de-debates-proponen-obligatoriedad-en-balotaje-pero-no-en-las-nacionales-de-este-ano-uc724906>

Montevideo Portal. (2023). *La trinchera retórica. Debate obligatorio en Uruguay:*

¿Qué tan lejos estamos de lo que se vio en Argentina?. Disponible en:

<https://acortar.link/DIGKdD>

Montevideo Portal. (2024). *Orsi rechazará eventos que lo enfrenten a varios candidatos oficialistas, según su comando.* Disponible en:

<https://acortar.link/qeVSo5>

Narancio, Federica. (2009) *En Uruguay hay poco debate político.* Voz de América. Disponible en:

<https://www.vozdeamerica.com/a/en-uruguay-hay-poco-debate-politico-69172892/85263.html>

Nodal. (2019: *Martínez y Lacalle Pou cortan sequía de 9023 días sin debates presidenciales.* Disponible en:

<https://www.nodal.am/2019/10/elecciones-en-uruguay-martinez-y-lacalle-pou-protagonizan-el-primer-debate-presidencial-en-25-anos/>

Opción Consultores. (2019). *Debates Presidenciales Televisados.* Opinión Pública. Disponible en:

<https://www.opcion.com.uy/opinion-publica/debates-presidenciales-televisivos/>

Radio Mundo 1170am. 2020. *A 40 años del plebiscito de 1980: ¿Qué significó el resultado para la historia política uruguaya?.* En perspectiva. Disponible en:<https://enperspectiva.uy/en-perspectiva-programa/la-mesa/40-anos-del-plebiscito-1980-significo-resultado-la-historia-politica-uruguaya/>

Radio Perfil. (2019). *Debates: el rito de disentir.* Disponible en:

<https://noticias.perfil.com/noticias/noticias-uruguay/2019-02-06-debates-el-rito-de-disentir.phtml>

Subrayado. (2019). *El 16% de la población dice que el debate puede modificar su voto.* Disponible en:

<https://www.subrayado.com.uy/el-16-los-uruguayos-dice-que-el-debate-presidencial-puede-modificar-su-voto-n555781>

Subrayado. (2019). *Debate Martínez-Lacalle Pou será el martes 1 de octubre a la hora 20.* Disponible en:

<https://www.subrayado.com.uy/debate-martinez-lacalle-pou-sera-el-martes-1->

[octubre-la-hora-20-n551648](#)

La Diaria. (2014). *Se debate sobre el Debate*. Disponible en:

<https://ladiaria.com.uy/articulo/2014/8/se-debate-sobre-el-debate/>

Telemundo. (2019). *El último debate presidencial fue en 1994 entre Julio María Sanguinetti y Tabaré Vázquez*. Disponible en:

<https://www.teledoce.com/telemundo/nacionales/el-ultimo-debate-presidencial-fue-en-1994-entre-julio-maria-sanguinetti-y-tabare-vazquez/>

TV Ciudad. (2019). *Crónicas de campaña. Elecciones de 2004*. Episodio N°6.

Disponible en: <https://goo.su/DFIf>

VTV Noticias. (2019). *Fernando Amado defendió la obligatoriedad de los debates*.

Disponible en:

<https://vtv.com.uy/fernando-amado-defendio-la-obligatoriedad-de-los-debates/>

Fuentes:

Debates internacional. Disponible en:

<https://www.debatesinternacional.org/countries>

Latinobarómetro, Opinión Pública Latinoamericana. Disponible en:

<https://www.latinobarometro.org/latContents.jsp>

Parlamento, Uruguay. Disponible en: <https://parlamento.gub.uy/>