

Debates presidenciales en México, 30 años de evoluciones

Presidential debates in Mexico, 30 years of evolutions

Darío Emmanuel Ramos Cauich

Universidad Autónoma de Nuevo León

Orcid <https://orcid.org/0009-0008-4987-5357>

deramosc81@gmail.com

Resumen: Los debates presidenciales en México se han convertido en un escenario para el intercambio de plataformas políticas que contribuyen a garantizar el principio de equidad. En estos eventos todas las candidaturas reciben el mismo tiempo y espacio para dirigirse de forma directa a los electores. En México, a partir de 1994 en que se desarrolló el primer debate presidencial se ha tenido una notable evolución en cuanto a contenidos, formatos y especialmente alcances. En el presente trabajo, se reseñan tres objetivos: el primero es realizar una revisión literaria de la información científica de los debates presidenciales de México en el periodo 1994-2024; el segundo es abordar una revisión bibliográfica de medios de comunicación y especialistas de información política sobre los debates presidenciales de México en el periodo 1994-2024; el tercero es identificar elementos del discurso político y comunicación política exclusivamente en los tres debates presidenciales del periodo electoral del 2024. Las conclusiones de esta revisión se refieren a cómo los debates presidenciales en México se insertaron en la cultura política, sin olvidar que consolidan y validan el sistema democrático del país.

Palabras clave: Campañas electorales, comunicación política, debates presidenciales, democracia, discurso político

Abstract: Presidential debates in Mexico have become a stage for the exchange of political platforms that contribute to guaranteeing the principle of equity. In these events, all candidates receive the same time and space to directly address voters. In Mexico, since 1994, when the first presidential debate took place, there has been a notable evolution in terms of content, formats and especially scope. In this work, there are 3 objectives outlined: the first one is to carry out a literary review of the scientific information on the presidential debates in Mexico period 1994-2024; second one is to address a bibliographic review of media and political information specialists on the presidential debates in Mexico in the period 1994-2024; The third is to identify elements of political discourse and political communication exclusively in the three presidential debates of the 2024 electoral period. Conclusions of this review refer to the fact that the presidential debates in Mexico were inserted into the political culture, without forgetting that they consolidate and validate the country's democratic system.

Keywords: Election campaigns, political communication, presidential debates, democracy, political speech

Fecha de recepción: 13/06/2024

Fecha de aprobación: 16/10/2024

Fecha de publicación: 22/10/2024

Cómo citar este artículo / How to cite this paper: Ramos Cauich, D. E. (2024). Debates presidenciales en México, 30 años de evoluciones. *Revista de Comunicación Política*, 6, e240603. <https://doi.org/10.29105/rcp.v6i1.54>

Introducción

Un primer trazado de la importancia de los debates en lapsos de elecciones presidenciales estriba en los potenciales beneficios que estos ejercicios podrían aportar a la política de una nación. En las democracias contemporáneas, la libre discusión de ideas y plataformas políticas abonan a la toma de decisiones razonadas y conscientes de los ciudadanos. Se cumplen con preceptos fundamentales en el sistema sociopolítico donde la primacía de la formación del gobierno reside en la voluntad del pueblo. En este contexto, los debates son un patrimonio irrestricto e innegociable en los periodos de comicios.

Una aportación importante es la realizada por Meyenberg y Aguilar (2015), en el sentido de que hay tres formas en la que se comunicará un proyecto de gobierno: en primer orden las fases en que se desarrollará, el segundo es analizar la propia construcción del discurso y la aplicación que realizan los políticos de los medios de comunicación para explicar sus decisiones y tercero las acciones que se legitiman con la enunciación de los contenidos discursivos que adquieren una respuesta de la sociedad. Es ahí donde los debates presidenciales adquieren ese valor colectivo.

De acuerdo con Jurado (2019) la necesidad de analizar el discurso político radica en el hecho de que tiene todavía un papel importante en el armado de las sociedades contemporáneas, porque la información transmitida por los medios de comunicación, y ahora por las redes sociales, son recursos y fuentes que sirven a los ciudadanos para configurar la realidad del Estado. Son base para la presencia de los debates en la esfera pública. Para ahondar este postulado se puede revisar lo señalado por Rúas y Casero (2018), quienes confirman que la información de los medios de comunicación y ahora de las redes sociales son arquetipos de representaciones simbólicas del ejercicio del poder político, colabora los significados de las estrategias de gobierno y la implicación de la sociedad. En la misma idea Cortés (2017) menciona un rasgo distintivo del discurso político respecto a otras unidades y es vocativo, lo que se enlaza a la construcción de relaciones con reglas como órdenes, coherencias, relaciones informativas, performativas y capacidad de mantener un equilibrio entre discernimiento y convencimiento.

Una aportación interesante es la de Motulsky-Falardeau (2018), quien menciona que el discurso político ligado a la retórica entendida como el arte de tomar la palabra en público tiene un formato en el que se puede analizar su construcción. En este sentido, Villevicencio (2016) señala que el discurso político permite fortalecer el equilibrio, lo que se llama el *establishment* que se apoya de verdades absolutas: lo que es bueno, lo que es malo, lo justo, lo injusto, lo moral y lo inmoral. Para Méndez (2012) el discurso político afecta la vida pública de las sociedades porque funciona como un sistema que interpreta la realidad con el uso de lenguaje, con estructuras establecidas como la cultura, la estética, el arte, las ideologías, la moral y las normas de comportamiento.

Desde la posición de Álvarez (2013) el discurso político en los debates electorales afecta a la colectividad con exposición de ideas y creencias para alcanzar el poder, mantenerse, desafiarlo, o bien, llegar a la conciencia que se conecta a las audiencias emocionalmente, se utilizan herramientas complementadas con la retórica. En esto coincide Ogaz (2008) al señalar que el discurso con fines

políticos no es solamente una actividad que arroja datos inmutables, sino que está orientada a una motivación sensible porque otorga espacio a la acción para analizar con propuestas ya sean críticas o interpretativas.

Para Torres (2020) el discurso político tiene un principio de equidad, en cuanto recursos y la forma en cómo se manifiestan. Esto permite la garantía de establecer beneficios para consolidar los principios democráticos con la pluralidad y capacidad de la sociedad de enunciar principios y temas de orden público para la representación y solución de problemáticas.

En su concepción, Aboy (2001) afirma que hay un elemento ontológico que parte de inicio el discurso político reflejado en debates, es un mediador entre los antagonismos que hay en una sociedad. Se debe partir de las cuestiones básicas y es lo que retoma Pujante (2010) con la tradición aristotélica remitida en la obra *La Retórica*, señalando que se clasifican los discursos de tres componentes: el emisor que es la persona que habla, el asunto del que habla el emisor y las personas a quienes habla del asunto. Con esta propuesta, el discurso político es entonces la presencia de la clase gobernante o aspirantes a un cargo público, las propuestas de campaña o las relaciones de poder y, en tercera vertiente, los ciudadanos que se conoce como el pueblo, una idea expresada por Anderson (2016). En su concepción Fernández (2007) expresa que los discursos en debates electorales, en el presente caso presidenciales, pertenecen a la casta del deliberativo porque se toman decisiones sobre sucesos futuros. Las arengas y peroratas sobre una construcción de gobierno que no será inmediata sino a mediano plazo.

Tomando todo ello en consideración, el objetivo del presente trabajo es analizar las variaciones de formatos, contenidos y alcances de los debates presidenciales suscitados en México durante 30 años de campañas electorales.

Cultura política

Un inicio de este apartado lo relaciona Geertz (2023) en el sentido que la política de un país refleja el sentido de su cultura. Por este motivo los acontecimientos de la vida política y las creencias que integran una cultura no tienen término medio. Puede tener un andamiaje entre serie de sucesos inadvertidos o un inmenso cúmulo de juicios que se articulan minuciosamente. Anderson (2016) señala la relación de política y cultura como una concepción con menos expectativa y menos estética entre una y otra. En su propuesta, González y Pérez (2017) abordan la cultura política desde la pauta de los conocimientos acumulados, mientras que Merton (2010) comenta desde las relaciones de poder. En ambos casos, la cultura política se sustenta en estructuras de significación que moldean la experiencia.

Una apreciación similar expone Austin (2000) en la relación de los fundamentos de la cultura de un estado, que se remite indisolublemente a la cultura política que tiene tres nociones etnográficas: el establecimiento de entidades como la doctrina del centro, el status menguante y la conexión que los principales instrumentos de gobierno son medios de técnicas de administración. Por su parte,

Laclau (2019) expone que la génesis de la cultura política son los procedimientos, accionar democrático y la historia, mientras que Arteta (2019) en su percepción indica que la cultura política es antecedente, imitación y reproducción de capitales intelectuales y comunicativos que ayudan a fortalecer esa correlación entre los integrantes de los estratos poblacionales de una campaña electoral. D'Andrade y Strauss (2012) señalan que la cultura es identificar las ideologías, discursos y símbolos dominantes de una sociedad y entender por qué se vuelven convincentes para los ciudadanos.

Geertz (2023) menciona que las colectividades crean su identidad cultural con valores y símbolos. Con esta percepción concuerda Sánchez (2011), quien expresa en concreto que la cultura política inserta valores de jerarquías que orientan la acción de la vida social y las regulaciones de ciudadanos con el Estado. Para Bovero (2013) es una cuestión natural las luchas de poder y su característica es que al asumir los gobernantes los puestos públicos, ellos buscarán la asignación de cuáles son los lineamientos a proseguir. Por su parte, Sánchez (2011) asegura que:

La cultura política es creada en la práctica al interior de los grupos organizados en torno a intereses políticos. Esta cultura puede ser contraria a la democracia. Se concentran en los intereses de los individuos o en los intereses de los grupos con poder, pero alejados de los intereses de la sociedad en general. (p. 35)

Con esta definición el autor relaciona la cultura política como las condiciones que se establecen en una colectividad establecida.

Comunicación política

Con el objetivo de establecer un lineamiento de lo que es una comunicación política, Gutiérrez-Rubí (2015) comenta que se refiere a la serie de pensamientos que imponen reglas y ayudan a sistematizar las estructuras de una sociedad. En su definición Correa y Dimaté (2011) comentan que la información es una interacción entre la significación, un proceso significativo, la comprensión que tienen las personas de su papel en la sociedad, cómo se transmiten, la apertura de conocer las actualidades y sistemas de convivencia en estructuras institucionales.

La comunicación política es la encargada de las relaciones de poder público, sus depositarios y la aplicación en la edificación del Estado según Mazzuchino (2018). En sus postulados, Vázquez (2019) define que es el intercambio entre la autoridad y la forma en cómo se transparenta la legitimidad. Es trascendental marcar como parteaguas de este apartado la reflexión compartida por Bourdieu (2021), en el sentido que la política es por antonomasia sede de la eficacia simbólica, puesto que se desarrollan signos con producciones de interrelaciones sociales, amalgamar grupos, unificar la colectividad en pos de ideologías compartidas, discutidas, pero concéntricas en encontrar soluciones a problemas comunes.

Por su parte, Aguirre (2021) establece el primer acercamiento de la comunicación política es saber qué permite a un gobernante detentar el poder político y los mecanismos legales para informar los alcances de su labor al resto de la población. García (2021), refrenda que tiene las funciones de informar y persuadir, incidiendo en cómo se construye el discurso político, mientras que Esteinou

(2005) comenta que se trata del proceso de intercambio de información de los temas de interés público, de los asuntos que deben abordarse para encontrar las soluciones con la retroalimentación de los gobernantes y gobernados.

Para la comprensión de los componentes de la comunicación política, Martínez et al. (2022) expresan que es necesario contar con actores políticos, en referencia a los gobernantes, los periodistas y la opinión pública, y señalan que es la suma de las ideas y la ideología inserta en las poblaciones. Para Díaz y Muñiz (2017) es necesario entender las interposiciones de los emisarios del poder político con los medios de comunicación que analizan y orientan a la opinión pública del quehacer de los gobernantes.

Un segundo componente para la definición de la comunicación políticas son las arenas en que se desarrolla. En este caso Giamportone (2015) se remite a los formatos donde se replican los mensajes de gobernantes y gobernados. Las acciones, normas, mecanismos para evaluar y difundir las acciones de los emisarios del poder político. En este componente de las arenas es donde se sitúan los debates presidenciales, que es el epicentro del presente artículo.

Con respecto a las estrategias y formas de interacción de los actores políticos, Meyenberg (2018) expresa que se trata del grado de influencia que tiene el flujo de información entre gobernantes y gobernados, el cual puede ser local, regional, nacional, continental o internacional. En la apreciación de Acosta (2022), se trata de la información de los gobernantes y gobernados, plantear conflictos que deben resolverse, ofrecer la visión de tener protagonistas y antagonistas para contrastar los mensajes y fortalecer la cultura democrática.

En su postura Canel (2019) expresa en su acepción que es la actividad en la que se informan las decisiones para el beneficio de la comunidad, mientras que García-Negroni (2016) menciona que la comunicación política orienta al análisis de las ideologías, perspectivas de la realidad matizadas por los medios de comunicación, y en la actualidad las redes sociales, la declaración de las funciones de gobierno y los gobernados.

Para ratificar estos postulados, Haidar (2013) comenta que hay otras cuestiones que ayudan a evaluar los alcances de la comunicación política y se remite a la segmentación de los mensajes para que sean decodificados por los electores conforme a sus propias necesidades. En el plano electoral pueden identificarse y unificarse las respuestas para votar por determinado candidato. Filinich (2018) expresa que se concatena a esta premisa la proactividad de los candidatos para incentivar a los electores a responder a los mensajes y actuar en consecuencia que es sufragar por su propuesta.

Para Pérez (2009) la comunicación política es la disciplina de estudio que se encarga de la comprensión de la relación introyectada entre los ciudadanos, los medios de comunicación y la democracia. En adición a esta premisa, Gómez (2023) otorga a la comunicación política funciones de representación de la realidad al servicio del poder, cómo establecer agendas mediáticas y humanas para las interacciones de ciudadanos con gobernantes.

De la misma forma, Tirado-García (2021) enfatiza que la comunicación política selecciona los medios y los canales para reforzar la candidatura o estrategia que se desea potenciar. Estas actividades ayudan a la medición de la eficacia del mensaje orquestado. Reyerer y Cordero (2020) agregan que existen características psico-sociológicas y psico-fisiológicas que los medios de comunicación transmiten.

De acuerdo con Gutiérrez-Rubí (2015), se tiene una selectividad de la exposición de los medios y receptores de la comunicación política que se escogen en función de la afinidad con las ideas propias. Es conocer la realidad de los acontecimientos políticos cotidianos. Para Maarek (2014) esta selectividad de la percepción de la comunicación se produce de forma inconsciente, contrario a la exposición que difiere mucho a las ideas propias que el receptor tiene de forma inconsciente, sin premeditación la selectividad de decodificación, de la memorización y la abstracción que cada interpretador de los flujos comunicativos le construye basado en su propia experiencia y de sus vivencias.

De acuerdo con D'Adamo et al. (2015) en esta visión la comunicación política hay visos de un marketing político porque se considera como un producto televisivo que se maneja por encuestas en periodo electoral. Para Castells (2019) los problemas del Estado se pueden reseñar en el objeto del discurso, las técnicas y la fascinación que ejercen tanto los políticos como publicaciones en medios de comunicación y redes sociales. Para complementar esta apreciación de la comunicación política, Hernández (2022) expresa que son relaciones entre gobernantes, información y los electores. Se adscribe a los postulados que se enarbolan entre los componentes del Estado. Las comparencias que tienen los actores políticos, en el presente trabajo, aspirantes presidenciales ante los votantes para presentar sus propuestas de cómo organizar el gobierno.

Discurso político en debates presidenciales

A los debates presidenciales se otorga la condición de ser un espacio de libre intercambio de ideas, aunque mediados por elementos como la definición de temas, la restricción de tiempo para cada intervención y la presencia de un moderador que regularmente es un periodista según Juárez (2021). En este sentido, la primera característica es que los debates adquirieron nueva dimensión porque eran televisados, es decir, los medios de comunicación dentro de su agenda eran los encargados en antaño de organizarlos como una pauta alterna a su programación habitual (Gutiérrez, 2015).

Garzón (2020) enfatiza que el discurso político no se relaciona exclusivamente al trabajo de gobernantes, incluye además el debate de políticas públicas en medios de comunicación, los ámbitos académicos y los diferentes estratos de la sociedad. En el inicio de las exposiciones de las particularidades inherentes al debate político, es un símil de un duelo de esgrima dialéctica en la que se intercambian puntos de vista, ataques y defensas en pos de sumar puntos periódicamente en ese enfrentamiento y ulteriormente alcanzar el triunfo electoral). Habermas (1998) en su teoría de la acción razonada enfatiza que, en el discurso, la argumentación es convencer con propiedades intrínsecas para desempeñar o rechazar pretensiones de validez. Se pueden lograr reconocimientos para transformar cuestiones intersubjetivas, el intercambio de opiniones para la construcción de saberes. Para

Westen (2015) un debate electoral se realiza para que cada candidato exponga sus ideas con el uso correcto y eficaz de estrategias comunicativas, que tienen espacios de monólogos y diálogos y en donde se tienen opiniones basadas en el razonamiento y exposiciones basadas en la emotividad, veraces o inefables, pero sirven todas para escudar la postura ideológica. Salgado (2019) expone que el discurso político tiene naturaleza empírica de la disputa del poder público. Se resuelve en procesos con la participación individual, grupal, institucional, en los partidos y en la construcción del Estado.

De acuerdo con Mendoza (2024), los debates tienen la misión de informar sobre las expectativas de gobierno y los proyectos que se plantean para la construcción del Estado. Entre sus características destacan el enfrentamiento de las plataformas políticas, incluso se matizan con disconformidades que incluyen el ataque personal. Por su parte, Juárez (2021) expone que la utilidad del debate electoral estriba en que ayuda a cumplir con las expectativas de dar a conocer la ideología de los aspirantes a un cargo de elección popular de viva voz, sin intermediarios ni ruidos en el proceso de comunicación política.

Khalil (2013) establece que hay formatos diferentes en los debates presidenciales. Hay algunos donde los participantes no se ven frente a frente, sino que miran al auditorio y solamente se miran cuando están dirigiendo su mensaje hacia ellos o respondiendo una acusación. En ocasiones hay otros formatos donde se tiene un frente a frente, en los cuales los candidatos se hacen preguntas y se responden directamente.

Como lo expresa Hilsenrad (2020) el debate ayuda al fortalecimiento de la democracia como sistema de gobierno porque ayuda a la deliberación del espacio público. Incrementa la oportunidad que tienen los ciudadanos de escuchar directamente a los candidatos. De dar a conocer sus cualidades, su plataforma política, ver su capacidad para desenvolverse en escenarios de intercambio libre de ideas. Esta forma de comunicación política colabora a tener una fuente de información que impacta de manera certera en el ideario de los votantes.

Para Juárez (2021), el debate representa también una manera multidireccional porque los observadores del debate tienen la posibilidad de conocer información relevante del candidato, situación que le permite fortalecer las preferencias o reservas que los electores tienen del personaje político en cuestión. Como expresan Díaz y Muñiz (2017), el debate en ocasiones tiene matices indirectos, debido a que las personas que no lo visualizan en vivo, se enteran de las formas y los detalles a través de los medios de comunicación. En la actualidad, se debe agregar que las redes sociales son los principales canales donde se replican mediante clips y pequeños fragmentos de videos las ideas más importantes que se dicen en el debate (Juárez, 2021).

Entre las características que menciona Vázquez (2019) se señala que el debate tiene formatos dinámicos, así como interactivos. Se controla el proceso con la existencia de un moderador con la función de regular que ninguno de los candidatos exceda el tiempo de sus intervenciones. McKinney y Carlin (2004) expresan que es un ejercicio ciudadano donde el tratamiento de los temas no posee influencia externa, en gran medida porque los candidatos hablan sobre los temas que previamente ya se decidieron. Por este motivo, tiene un carácter de control.

De acuerdo con Córdova (2019), este fortalecimiento de la democracia para promover el libre intercambio ideas y propuestas ayudan a establecer canales de diálogos directos entre los candidatos y los votantes. El debate es generador de atención y notoriedad porque se permite ver el impacto que genera en las preferencias y posterior votación electoral.

Alacio-García (2023) enfatiza otras particularidades como ser público y la dualidad sincrónica-asincrónica, puesto que hay audiencia presente en el lugar y con los medios de comunicación y redes sociales, ese auditorio es partícipe del evento de manera indirecta. Sánchez (2019) menciona que hay un posicionamiento político y roles interpretados. El candidato del grupo en el poder se asume un personaje y un posicionamiento. En el caso de los candidatos que son integrantes del grupo político contrario al poder se asume otro personaje y posicionamiento. Echeverría (2008) adiciona que la gestión del tiempo, cómo se diseña y la medición de la repercusión son atributos del debate electoral porque en la puesta en acción de este evento planificado, se gestionan directrices de los mensajes que requiere neutralidad para que los participantes estén cómodos y seguros que su mensaje no será distorsionado.

Una de las teorías que distingue la consistencia lógica del debate político es la teoría funcional de discurso político en campaña desarrollada por Benoit (2016) en el que se fundamenta la capacidad de explicar el sustento discursivo en contexto distinto al que fue creado en determinado momento. Se complementa con el hecho que los moderadores definen características puesto que no es lo mismo un debate donde el moderador tiene un rol activo en la discusión, en detrimento de uno donde la única responsabilidad del moderador es afinar el tiempo y participación de los candidatos. La diversidad de formatos ayuda a comprender las divergencias discursivas.

De acuerdo con Juárez (2021), la celebración de debates presidenciales ayuda mucho a la salud de la democracia, por eso los principales estudios de los medios de comunicación se realizan desde esta óptica. No se desestiman las artimañas de los candidatos para formatear la comunicación institucional de los gobiernos. Dentro de esta postura se adhieren Esquivel y Panke (2020) en el sentido que justifican las disputas electorales con el enfoque de los efectos y las visiones encantadoras en pos de las preferencias de los votos.

Con el objetivo de establecer mecanismos para la abstracción de los discursos políticos y que son utilitarias para el estudio de debates presidenciales del presente trabajo, se remiten dos estructuras de análisis. La primera de ellas es la planteada por Giménez (2008), quien formula cinco condiciones para propiamente el análisis de un discurso político. La condición inicial es la presentación que se refiere a mencionar las características principales de las plataformas electorales, las promesas de mejoras y consolidación de bienestar en la población. La segunda condición es la argumentación, que se trata de promover, enfatizar los datos sustentados, presentar las pruebas de la información dicha, para conseguir que esos datos sirvan como esquemas de evaluaciones y la mejor toma de decisiones de los electores.

En la tercera condición, que se basa en la estrategia, se hace un uso de los propósitos, los medios y el convencimiento de los detractores, contrastar por qué una propuesta de gobierno es mejor

que las presentadas por los opositores. En la cuarta condición, de las performances, se patentizan informaciones de convicciones, se fortalece la credibilidad de las enunciaciones y en la quinta condición, es la confirmación. En este apartado se reconoce, distingue y aseguran los pensamientos afines, identificar las voluntades y adhesiones.

La segunda estructura de análisis es la planteada por Grize (2009), quien establece cinco unidades de operaciones en el análisis de un discurso político. La primera de ellas es la operación de objeto, en la que se indican el número de las intervenciones; en el segundo rubro la operación de apropiación, que es un mecanismo para decir enunciados irrefutables ante posibles contradicciones; la operación de composición, es la coherencia de los temas abordados; las operaciones de localización es la definición del horario y sede del evento; se concluye con las operaciones de proyección valorativa, el agregado que se le brinda a los componentes del discurso.

Metodología

La metodología planteada para este trabajo es de tipo cualitativo con enfoques fenomenológicos, puesto que el interés es la comprensión de las perspectivas que diversos actores otorgan a un mismo suceso como plantean Vizcaino et al. (2023). Se empleó la técnica de la revisión literaria de orden descriptivo y evaluativo. En este sentido, Niglas (2004) comenta que las revisiones literarias estudian los sucesos con la referencia de la naturaleza, característica y propiedad de los fenómenos de manera sistemática. En esta situación, se examinan los hechos, se revisan estudios previos, se observan y clasifican los registros históricos. Hernández y Mendoza (2020) expresan que las revisiones literarias analizan los datos para lograr una interpretación del suceso. Se encuentran patrones y diferencias en las experiencias y los significados que se otorgan a los fenómenos desarrollados.

Por consiguiente, se establece la revisión literaria como la herramienta para describir e interpretar la evolución de los debates presidenciales en México. Se revisaron 12 artículos que aplicaron estudios de comunicación política en los debates presidenciales mexicanos del periodo 1994-2018, con el objetivo de establecer los parámetros y el acervo científico relativo a estos eventos discursivos en las campañas electorales. Se revisaron además capítulos de tres libros que centran sus estudios en debates presidenciales mexicanos.

El criterio de inclusión para la revisión de los artículos fue su publicación en revistas arbitradas y que reseñaran los formatos, así como los alcances de los análisis realizados respecto a cada uno de los debates desde 1994 hasta el 2018. Otro de los criterios fue que indicaran en cada uno de ellos elementos de la evolución de los debates, desde un solo evento en 1994 hasta los tres eventos reglamentarios suscitados en la campaña electoral del 2018. En retrospectiva, es la consignación de trabajos en los que se expusieron las características de los debates mexicanos.

Se sustentó la revisión bibliográfica del periodo 1994-2018 con el artículo *Los debates presidenciales en México: Dos paradigmas* publicado por Lorenzo Córdova Vianello (2019), ex Consejero Presidente del Instituto Nacional Electoral (INE), quien consigna las características fundamentales que originaron y permitieron el desarrollo de los debates presidenciales mexicanos. Su autoridad

como experto en materia electoral fue el parteaguas de la revisión de publicaciones del sitio de Internet Central INE del Instituto Nacional Electoral, en especial la información referida a la celebración de los tres debates presidenciales del proceso electoral de 2024. Se realizó además la revisión bibliográfica con publicaciones de los medios de comunicación de alcance nacional *Televisa* a través de su sitio de Internet *NMÁS* (2024a), *NMÁS* (2024b) y *NMÁS* (2024c), así como *Televisión Azteca* y su sitio de Internet *Azteca Noticias* (2024a), *Azteca Noticias* (2024b) y *Azteca Noticias* (2024c). El criterio de inclusión para la observación de estas publicaciones en línea fue que la información se basara en fuentes informativas primarias y oficiales. En este caso, que la noticia presentada fuera la transcripción de personas o instituciones formales y no la opinión de los conductores, reporteros o del propio medio de comunicación y garantizar el carácter de objetividad e imparcialidad. En la Tabla 1 se presentan las obras consignadas para la revisión literaria de presente trabajo.

Tabla 1. Publicaciones que sustentaron la revisión literaria.

Título	Autor (es)	Formato
Evaluación ciudadana de los debates políticos presidenciales en México. Evaluación de los eventos televisados en 2018	Bilham Caleb Tena Medrano. Mirna Leticia Santoyo Caamal.	Artículo
Debates electorales presidenciales bajo la mirada deliberativa. Caso México, 2012 y 2018	Iván Islas Flores	Artículo
Debates presidenciales y democracia en México. Desempeño de los candidatos en los debates presidenciales de 2006	Martín Echeverría Victoria	Artículo
Los debates presidenciales de 2012 y su contribución a la cultura política democrática	Rebeca Domínguez Cortina	Artículo
Los debates político-electorales televisados en México en la voz de dos generaciones y votantes	Rebeca Domínguez Cortina	Artículo
Hacia nuevos debates presidenciales	Benito Nacif Hernández	Capítulo de libro
Análisis Funcional de los Debates Presidenciales en México. Elecciones 2018: Una primera mirada.	Ulises Cruz Valencia	Capítulo de libro
Debates presidenciales y democracia en México. Desempeño de los candidatos en los debates presidenciales de 2006	Martín Echeverría Victoria	Artículo
Aclamaciones, ataques y defensas en los debates presidenciales. Estudio del caso mexicano en 2018	Ulises Cruz Valencia	Artículo
Debates presidenciales y su ámbito de oportunidad	María Luisa Flores Huerta	Artículo
Debates presidenciales: la elección del formato y sus implicaciones	Perla Gris Legorreta	Artículo
Debates políticos y medios de comunicación	Janine Madeline Otálora Mallassis	Capítulo de libro
Debates presidenciales y calidad de la democracia. Análisis empírico normativo de los debates mexicanos de 2012	Martín Echeverría Victoria	Artículo

Nota: Fuente elaboración propia

Con respecto a la revisión bibliográfica de los debates presidenciales del 2024, se revisaron versiones estenográficas en el sitio oficial de Internet y videos disponibles en la cuenta de YouTube del Instituto Nacional Electoral (INE) referida como INE TV (2024a), INE TV (2024b) e INE TV (2024c). Las variables por revisar fueron las modalidades del debate, participaciones de los protagonistas, las temáticas de administración públicas abordadas y especialmente los formatos que rigieron la producción de estos encuentros dialécticos de la comunicación política.

Resultados

Revisión literaria de debates presidenciales mexicanos 1994-2024

Un trabajo que marca un preámbulo interesante es el realizado por Vázquez (2019), quien reseña el inicio de los debates presidenciales mexicanos a partir de 1994 y analizó las deixis, es decir, si los candidatos intercambiaron directamente puntos de vista y el uso de los pronombres “tú”, “usted”, “yo” o “nosotros”. Los resultados señalan que el pronombre “él”, es el que más énfasis se tuvo en los debates del periodo de 1994 hasta 2012.

Echeverría (2008) realiza una investigación exclusiva en los debates presidenciales de la campaña electoral del año 2006. Sus mediciones se fundamentaron en elementos como la espectacularización, la personalización, la fragmentación y la simplicidad. Se estudiaron las aclamaciones, los ataques, las defensas en los intercambios discursivos, aunado a los hechos pasados, los planes futuros, las metas generales. Otros tópicos analizados las cualidades personales, las habilidades de liderazgo, los ideales, los principios y valores de los candidatos. Los temas específicos para la descripción de las propuestas, las especificidades, las generalidades y las vaguedades. Sus conclusiones más importantes fueron los atributos de imagen con menor proyección que las propuestas y la poca personalización para promover electorados racionales.

Un enfoque interesante es el abordado por Chihu (2008) quien describe los debates presidenciales de las elecciones de 1994, 2000 y 2006 con el uso de los marcos discursivos, es decir, si se asumieron como protagonistas como una autodefinition de sus propias aspiraciones y propuestas; la presencia del antagonista que es la identificación de las diferencias con respecto a los contrincantes y el marco de diagnóstico para inferir las problemáticas que se necesitan atender por parte de las percepciones de la candidatura propia.

En su análisis Regalado (1994) define las características de los procesos electorales y el contexto en el que se desarrolló el primer debate presidencial; la apertura del otrora Instituto Federal Electoral (IFE) –hoy INE– para otorgar a todas las candidaturas de partidos opositores al hegemónico del Partido Revolucionario Institucional (PRI) opciones de presentar en igualdad de circunstancias, las plataformas electorales y los ciudadanos tuvieran un voto más razonado.

Por su parte, Otálora (2014) en su libro *Debates políticos y medios de comunicación*, realiza una reseña de las condiciones que originaron la celebración del primer debate presidencial de 1994 y

comenta las bondades de la programación de estos encuentros electorales, los candidatos y los partidos participantes. Su revisión se desarrolla en los procesos del 2000, 2006 y concluye con el 2012, señalando los formatos que se adaptan a las necesidades de la sociedad.

Nacif (2014) en su investigación describe los formatos, los alcances y especialmente el desarrollo de los dos debates presidenciales del proceso presidencial del 2012, los tiempos, los mecanismos de difusión, los hechos, pero especialmente los alcances que se tuvieron con sus celebraciones y también los desaciertos que se presentaron, así como las áreas de oportunidad para calibrar y mejorar los subsecuentes debates.

Echeverría-Victoria y Chong-López (2013) se enfocaron en su investigación en un análisis empírico normativo de los debates presidenciales del proceso del 2012. Sus conclusiones fueron que se basaron en la presentación de temas, propuestas y en potencias las habilidades de liderazgo. Se revisaron las frases que denotan credibilidad de las propuestas de los candidatos. Otros tópicos abordados fueron las ofensas, defensas y las soluciones planteadas por los participantes en los debates.

Con respecto a la campaña presidencial del 2018, Cruz (2021) analizó los tres debates de ese proceso electoral con el objetivo de inferir la aplicación de la Teoría Funcional del Discurso Político de Benoit (2016). Sus resultados indicaron que el 59.6 por ciento de la totalidad de las intervenciones se centraron en aclamaciones, el 38.1 por ciento en proferir ataques y nada más el 2.3 por ciento de los contenidos discursivos se rigieron por las defensas de las plataformas políticas propias o responder las acusaciones de otros contendientes, así como los hechos pasados que se renuevan para la mejora en la enunciación de las plataformas políticas y sus soluciones para las problemáticas presentadas.

Una investigación trascendental es la realizada por Islas (2019), puesto que ayuda para la comprensión de los componentes de un discurso político y sus implicaciones en los debates presidentes de México en el marco de los procesos electorales del 2012 y 2018. En este caso, se aplicó la metodología DQI (*Discourse Quality Index*) que integra las categorías de participación, nivel de justificación, el bien común, el respeto y la política constructiva. Sus hallazgos más recurrentes señalan las responsabilidades de los candidatos en no desviarse de los temas centrales de los debates y justificación de propuestas. Las réplicas ayudaron a profundizar plataformas y contrarrestar acusaciones.

En el estudio realizado por el Instituto Belisario Domínguez del Senado de la República (2018) se analizaron las relevancias de los debates presidenciales en la construcción de los procesos democráticos. Las categorías centrales del estudio fueron los papeles de los moderadores y los niveles de participación de los candidatos, la flexibilización de las programaciones, las dinámicas que ayuden los contenidos discursivos, así como las características de la ciudadanía como receptora de las plataformas políticas y la toma de decisiones para las elecciones.

En la investigación de Tena y Santoyo (2019) se definieron categorías como la percepción ciudadana sobre los tres debates electorales que se celebraron en las elecciones presidenciales del 2018. Entre los tópicos principales destacan las formalidades inherentes al intercambio de propuestas entre los candidatos. Los formatos se construyeron para la igualdad en cuanto al tiempo otorgado a

todos los participantes y cómo se incrementaron las frecuencias desde un único intercambio de ideas de 1994 hasta la consolidación de tres encuentros en el 2018.

Una de las aportaciones más representativas fue la de Córdova (2019), ex Consejero Presidente del INE, quien refirió en su trabajo los antecedentes, los motivos que originaron la primera celebración de estos eventos y la transición en las modalidades celebradas en los procesos electorales de los años 2000, 2006, 2012 y 2018. En sus apreciaciones establece la importancia de masificar y otorgar preponderancia no sólo en las celebraciones, también en la difusión y consolidación de la democracia.

Una de las investigaciones que abordaron el desarrollo de los debates de tres elecciones presidenciales fue la realizada por Domínguez (2011) en el sentido de ahondar en las dimensiones del análisis individual, dimensión social-institucional y la dimensión mediática. Las unidades de observación de los mensajes y las instituciones. Sus conclusiones más importantes son la concepción de la comunicación política como objeto de las campañas y que los electores son sujetos que no tuvieron una participación activa. El análisis de recepción establece que los ataques y acusaciones tienen lugar en el intercambio de propuestas y deja interrogantes como cuáles son los elementos que se necesitan para la emisión del voto razonado, la influencia de las mediaciones de la recepción, de la evaluación y la participación de los electores en los procesos comiciales y las reformas para los contenidos discursivos de los debates televisados.

Revisión Bibliográfica debates presidenciales de México 1994-2024

Con respecto a México, el primer debate presidencial se desarrolló en 1994 con la participación de los candidatos Ernesto Zedillo Ponce De León, del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, del Partido de la Revolución Democrática (PRD), y Diego Fernández de Cevallos Ramos, del Partido Acción Nacional (PAN). El formato fue un intercambio de propuestas de temáticas libres, se caracterizó por las acusaciones expresadas especialmente por los candidatos del PRD y el PAN (INE, 2024a).

En el año 2000 se organizaron dos debates, en los que participaron en el primero los candidatos Francisco Labastida Ochoa, del PRI, Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, del PRD, el Partido del Trabajo (PT) y Convergencia por la Democracia, Vicente Fox Quesada del PAN y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM), Porfirio Muñoz Ledo, del Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM), Gilberto Rincón Gallardo, del Partido Democracia Social (PDS), y Manuel Camacho Solís, del Partido del Centro Democrático (PCD). El formato implicó que no hubiera interacción directa entre participantes pese a las acusaciones que se cernían en las intervenciones (Córdova, 2019).

El segundo de los debates de 2000 se gestó con la participación de los tres candidatos punteros y se desestimó al resto de los aspirantes. De este modo acudieron a este evento Vicente Fox Quesada, del PAN y PVEM, Francisco Labastida Ochoa, del PRI, y Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, del PRD, el PT y Convergencia. El cambio principal fue que los candidatos no estuvieron de pie detrás del

atril, sino sentados en una mesa redonda con el moderador, el periodista Ricardo Rocha. Las intervenciones se registraron con tiempos predefinidos y se contó con espacio de réplicas y contrarréplicas en los ejes temáticos previamente pactados (Córdova, 2019).

Posteriormente, para la elección presidencial del año 2006 se continuó con esta tradición de celebrar dos debates. En este periodo electoral la principal característica es que Andrés Manuel López Obrador, de la Coalición por el Bien de Todos integrada por el PRD, el Partido del Trabajo (PT) y Movimiento Ciudadano (MC), estuvo presente solamente en el segundo. Los candidatos que sí asistieron a ambas comparecencias dialécticas fueron Felipe Calderón Hinojosa, del PAN, Roberto Campa Cifrián, del Partido del Centro Democrático (PCD), Patricia Mercado Castro, del Partido Socialdemócrata (PSD), y Roberto Madrazo Pintado, del PRI (Córdova, 2019).

Las características de los dos debates del año 2006 fueron la presencia de todos los candidatos en atriles y un formato acartonado con los temas previamente designados. No se tuvieron intercambios directos entre candidatos y se inició con la estrategia de utilizar cartulinas e imágenes para refrendar y matizar los argumentos expuestos en las plataformas electorales de los candidatos (Córdova, 2019).

Para el proceso electoral del 2012, los participantes fueron Andrés Manuel López Obrador, del PRD, PT y MC, Josefina Vázquez Mota, del PAN, Enrique Peña Nieto, del PRI y PVEM, así como Gabriel Quadri, del Partido Nueva Alianza. El primero los debates de la elección presidencial del 2012 se realizó en el *World Trade Center* de la Ciudad de México y el segundo en Guadalajara, Jalisco. Los candidatos mostraron en ambos ejercicios dialécticos, cartulinas y apoyo visual para matizar sus argumentos, así como las acusaciones a sus contendientes. Los formatos no tuvieron diferencias, los candidatos aparecieron en atriles y sin interacción directa entre participantes y los moderadores controlaron los flujos discursivos (Córdova, 2019).

Para el proceso electoral del 2018 la principal novedad es que no fueron dos, sino tres los debates presidenciales realizados. Aunado a este hecho, se sumó que por vez primera cada uno de estos encuentros comunicativos tuvo diferentes formatos y se rompió la monotonía que caracterizaron estos ejercicios desde la campaña de 1994 al 2012. Los participantes de los tres debates presidenciales del 2018 fueron Ricardo Anaya Cortés, del PAN, Andrés Manuel López Obrador, de la Coalición Juntos Haremos Historia formada por Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), el PT y el PVEM, José Antonio Meade Kuribreña, del PRI y Nueva Alianza y Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón como independiente; los cuatro candidatos sí participaron en las tres ediciones de estas comparecencias dialécticas. Como acotación Margarita Zavala Gómez del Campo, como candidata independiente, estuvo presente en el primero de los debates y al poco tiempo declinó su candidatura (INE, 2018a).

El primer debate del proceso electoral del 2018 se celebró en el Palacio de Minería de la Ciudad de México, el segundo debate fue en el Gimnasio de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) en Tijuana y el tercero se desarrolló en Mérida Yucatán. Con ello se cumplió el lineamiento del INE de garantizar una representación de las tres zonas del país, norte, centro y sur. En el primer

y segundo debate los candidatos estuvieron de pie en podios, mientras que en el tercero el formato fue una mesa redonda, donde participaron los políticos estuvieron sentados y los moderadores estuvieron en el centro (Córdova, 2019).

En lo relativo a los formatos, en el primero de la Ciudad de México los candidatos respondieron preguntas que los moderadores formularon directamente y se regularon tiempos de presentación y bolsa de minutos para profundizar o responder indirectamente planteamientos ajenos. Se recibieron preguntas a través de las redes sociales del INE para los aspirantes presidenciales. En el segundo debate la innovación fue que se contó con la presencia de público en vivo y mediante sorteo los ciudadanos en un bloque preguntaron directamente a los candidatos, que podían pasar al centro del escenario y dirigirse a los ciudadanos. En el tercer debate, los moderadores controlaron el tiempo y las interacciones (INE, 2018a).

Una de las bondades de los tres debates del proceso electoral del 2018 fue que asincrónicamente los ciudadanos participaron con las preguntas a través de redes sociales, aunado a los canales de televisión y estaciones de radio. Las redes sociales YouTube y Facebook transmitieron en vivo los tres encuentros dialécticos, donde los electores pudieron comentar en tiempo real sobre el performance y los discursos de los candidatos. En este periodo, las redes sociales fueron instrumentos que contribuyeron a maximizar y lograr la integración de la ciudadanía. Se tuvieron audiencias superiores a los 11 millones de personas en medios como radio y televisión mientras que en redes sociales la cobertura fue observada por más de 5 millones de personas (Córdova, 2019).

Cronología de los debates presidenciales mexicanos de 2024

Para la campaña electoral del 2024 nuevamente el INE organizó tres debates y los formatos se decidieron de común acuerdo con las candidaturas registradas. Participaron en estas ediciones Bertha Xóchitl Gálvez Ruiz, de la Coalición “Fuerza y Corazón por México” integrada por el PAN, el PRI y el PRD, Claudia Sheinbaum Pardo, por la Coalición “Sigamos Haciendo Historia” formada por Morena, el PT y el PVEM, y Jorge Álvarez Máynez, de MC. La campaña en pos del voto inició el primero de marzo y concluyó el 28 de mayo de 2024 (INE, 2024b). Conforme a lo estipulado por el INE, se realizaron las sesiones de trabajo para la organización y producción de los tres debates. Se erigió una comisión especial para la construcción de los formatos y las temáticas que se abordarían para difundir estos acuerdos a la opinión pública y una cobertura notoria de los medios de comunicación (INE, 2024b).

El primer debate se celebró el 7 de abril en las instalaciones del INE, en la Ciudad de México. Conforme a lo estipulado por el INE, este primer encuentro se realizó con el formato A, que era otorgar la ciudadanía la oportunidad de enviar sus preguntas a través de redes sociales y para ello, se dividieron las interrogantes planteadas a los candidatos en regiones norte, centro y sur para dar a toda la población mexicana una igualdad en representación de las inquietudes en los temas pactados que eran educación, salud, transparencia, combate a la corrupción, discriminación, grupos vulnerables y violencia contra las mujeres (INE, 2024c).

Los moderadores del primer debate electoral del 2024 fueron Denisse Maerker y Manuel López San Martín; el formato fue que los tres candidatos estuvieron sentados sin intercambiar miradas ni interacción entre ellos. Se dividieron bloques con las bolsas de tiempo de cinco minutos y ninguno de los aspirantes pudo exponer más de minuto y medio en sus intervenciones. Los apoyos visuales en las que se enunciaban descalificaciones y promesas como tarjetas bancarias caracterizaron este primer ejercicio dialéctico. En total, cada candidatura tuvo un promedio de 25 minutos en sus participaciones (INE, 2024c).

Se debe recalcar que en el primer debate la argumentación sirvió para validar las propuestas propias, aunado a las funciones de desacreditar las plataformas políticas contrarias. No obstante, una de las candidatas utilizó la mayor parte de su bolsa de tiempo en atacar y depreciar el nivel argumentativo en pos de impactar con enunciaciones que posteriormente los medios de comunicación en las mesas de debates refutaron. Con la verificación de las fuentes, los periodistas y analistas contrastaron esas afirmaciones (Azteca Noticias, 2024a; INE, 2024c; NMÁS, 2024a).

El segundo debate se desarrolló en los Estudios Churubusco de la Ciudad de México. Se abordaron los temas de crecimiento económico, empleo-inflación, infraestructura, desarrollo social, pobreza, desigualdad, cambio climático y desarrollo sustentable. Se utilizó el formato B en el que se formularon preguntas realizadas por los ciudadanos que previamente acudieron a stands del INE donde fueron grabados en video bajo su consentimiento y realizaron las interrogantes que se plantearon y se reprodujeron en el desarrollo del evento (INE, 2024d). Se logró la participación de los ciudadanos de todas las regiones del país (Azteca Noticias, 2024b; INE, 2024d; NMÁS, 2024b). En ambos casos los formatos salvo las acotaciones comentadas fueron controlados por los moderadores, no se tuvieron replicas ni contrarréplicas directas entre las candidatas y el candidato. No obstante que el formato era controlado por el moderador, Xóchitl Gálvez, representante del PRI, PAN y PRD, increpó a Claudia Sheinbaum, de Morena, PVEM y PT, a que le respondiera directamente preguntas y acusaciones realizadas. Ese intercambio de imputaciones que buscó Gálvez no fructificó por la rigidez de los formatos ya establecidos del primero y segundo debate (Azteca Noticias, 2024b; INE, 2024d; NMÁS, 2024b).

En lo que se refiere a este segundo debate, de nueva cuenta una de las candidatas con el apoyo visual, diseños de cartulinas utilizó la mayor parte de la bolsa de su tiempo en atacar y cuestionar, en detrimento de proponer. Se abocó a acusar sobre temas que no eran preponderantes, ni estaban consensuados en el evento. Uno de los gestos más referidos para marcar una personificación disruptiva fue que en esta ocasión, la moderadora le solicitó a esta candidata ajustarse a los formatos. En síntesis, no utilizar apoyo visual cuando no era su turno para exponer sus propuestas y exhortó a respetar y no emitir gestos en las participaciones de los otros aspirantes presidenciales (Azteca Noticias, 2024b; INE, 2024d; NMÁS, 2024b).

El segundo debate fue el más álgido, cuando se anunciaron acusaciones que rompen el protocolo de la corrección política al acusarse mutuamente las dos mujeres aspirantes como “narcocan-

didata" y "señora corrupta". Conforme a la queja de la Coalición "Juntos Haremos historia", se eliminó de la versión estenográfica y, por ende, de las grabaciones de YouTube, el fragmento donde se pronunció la palabra "narcocandidata" (INE, 2024e, 2024f).

Esa situación cambió en el tercer debate, celebrado en el Centro Cultura Tlatelolco de la Ciudad de México. Este encuentro se produjo con el formato C, que era básicamente en bloques ya definidos se desarrollaron preguntas cara a cara donde los candidatos preguntaron y replicaron las respuestas de sus contendientes. Esta fue la primera ocasión que se introdujo en México este formato de imputar y obligar a los otros aspirantes presidenciales el intercambio de soluciones a preguntas planteadas por los contendientes (INE, 2024f). Este sistema se ha desarrollado en elecciones de otros países como Argentina en el 2023 (La Nación, 2023). Los temas del tercer debate fueron política social, inseguridad, crimen organizado, migración y política exterior (Azteca Noticias, 2024c; NMÁS, 2024c).

En lo que respecta al tercer debate, se desarrollaron más propuestas y menos acusaciones. Se basó en exposición de argumentos para el convencimiento de los electores. Se dejaron pocos espacios para los ataques puesto que, en este formato, los candidatos previamente habían articulado preguntas a sus contendientes. En el tercer bloque esperaron la respuesta de los otros aspirantes y posteriormente cerraron con argumentos y exposiciones propias las temáticas planteadas (Azteca Noticias, 2024c; INE, 2024f; NMÁS, 2024c).

Con respecto a las audiencias, en el primer debate se estima lo sintonizaron más de 13 millones de personas conforme a las cifras publicadas por el INE (2024g). En el desglose, en Facebook se tuvieron más de 7.4 millones de reproducciones, en la red social X (antes Twitter) más de 536 mil vistas y más de 344 mil espectadores y en YouTube siguieron la transmisión en vivo más de 823 mil personas (INE, 2024g); en el segundo debate se tuvo una audiencia superior a los 16 millones de personas, con más de 9 millones de reproducciones en Facebook y más de 650 mil vistas en X; en el tercer debate la audiencia fue de fue visto por 11.6 millones de personas mayores de 18 años en televisión, y 13.9 millones (INE, 2024g).

En breve cierre de este apartado, en este proceso electoral de 2024 cada uno de los debates tuvo una duración entre una hora con 45 minutos y dos horas. En los tres encuentros, la presentación y exordio duraron dos minutos. Las bolsas de tiempo para exponer, réplicas y contrarréplicas fueron de 5 minutos en los bloques temáticos. Estos lineamientos ayudaron a la fluidez, debido a que se evitó a que una candidatura hablara más de un minuto y 30 segundos seguidos. Para la finalización de sus intervenciones en los tres debates los aspirantes emplearon también dos minutos (INE, 2024g).

Discurso político y comunicación política en debates presidenciales mexicanos 2024

Con respecto a los hallazgos de la revisión bibliográfica de los debates presidenciales del proceso electoral de 2024, se comprueba en primer lugar las acepciones expresadas por Meyenberg

(2018) en el sentido que un discurso político inserto en la comunicación política se basa en tres órdenes que se pudieron ejemplificar en los debates. En la primera fase se establecieron los preceptos como se organizará un gobierno futuro, cómo será la operación del Estado, en temas como proyectos económicos, la inversión en sistemas estratégicos, la mejora de la infraestructura pública, los servicios de salud, cómo administrar el presupuesto público.

La segunda de las órdenes apuntaladas por Meyenberg (2018) que es la construcción del discurso, los candidatos emplearon enunciaciones con hechos, cifras, datos y realidades de cómo se encuentra se encontraba la administración pública en el periodo de la campaña electoral. Se realizaron participaciones con elementos del discurso apegados a la persuasión, la argumentación, la seducción y el convencimiento con frases afines que fueran llamativas para la acción de votar por una u otra candidatura. El tercer orden se cumplió con la explicación de las decisiones que presentan para la resolución de las problemáticas en los temas de interés público.

Se adiciona con la tercera orden de Meyenberg (2018) con la aplicación que realizan los políticos de los medios de comunicación para la producción y la transmisión de los mensajes para la formación del gobierno y la administración del Estado. Se adujeron por los candidatos la enunciación de contenidos discursivos para integrar a la sociedad a la deliberación de las acciones gubernamentales y como aspirantes al poder público la respuesta de los ciudadanos con la definición de su voto.

Con respecto a lo que establece Jurado (2019) sobre la necesidad de analizar el discurso político, los tres debates presidenciales mexicanos permitieron la meditación para la organización de las sociedades contemporáneas. Se replican acepciones expresadas por Aguirre (2021) en el sentido que la información en los debates presidenciales ayuda a los ciudadanos a configurar la realidad del Estado y la organización de la estructura política y gubernamental.

Los debates presidenciales son arquetipos de representaciones simbólicas del ejercicio del poder político y en este caso los candidatos con los significados que otorgaron en las estrategias de gobierno. Con este simbolismo se refrenda lo expuesto por Barrientos et al. (2019) en los componentes de los discursos políticos como mediadores de los temas de administración pública y su resolución para beneficio colectivo, en específico, con la edificación de una sociedad plural y participativa.

En las apreciaciones de Juárez (2021) se refrendan los componentes vocativos distintivos del discurso político y presentes en los debates presidenciales mexicanos como los enlaces de relaciones entre el poder y ciudadanos. Mendoza (2024) se remite a la capacidad de mantener discernimientos y convencimientos con explicaciones de calidad en temas como finanzas públicas, orden gubernamental y la persuasión de votar por un proyecto político enarbolado por los candidatos.

Con respecto a las representaciones de la comunicación política, se identificaron preceptos de Mazzuchino (2018) entre los intercambios de la autoridad en el trabajo presente entre los aspirantes a la presidencia de la república. En la comparecencia de los candidatos en los debates, se transparentó la legitimidad, con la exposición de las propuestas de gobierno y legitimar las ideas con las perspectivas sobre cómo afrontar las problemáticas existentes en la colectividad.

En lo relativo a lo que plantea Gómez (2023) la comunicación pública permite a los ciudadanos conocer la ideología y formas de organizar el gobierno, aspectos que se delinearon en los tres debates presidenciales. En este sentido, se cumplió con el mecanismo legal para informar los alcances de la futura labor al frente del gobierno con el resto de la población.

Los componentes de la comunicación política de Meyenberg y Aguilar (2015) se identificaron con los actores, en este caso los candidatos, las arenas en específico fueron los tres debates presidenciales en las tres sedes, las instalaciones del INE, Estudios Churubusco y Tlatelolco, aunado a las emisiones televisivas y redes sociales donde se transmitieron y reprodujeron los tres encuentros discursivos. Se cumplió también con lo que establece Cruz (2021) desde la teoría funcional del discurso político relativo a los alcances de las plataformas electorales para presentar elementos argumentativos y persuasivos para el convencimiento de las estrategias gubernamentales presentadas a los ciudadanos.

En la identificación de elementos presentes en el modelo de análisis de discurso político, en los tres debates presidenciales mexicanos se abordan similitudes de Giménez (2008). Para exponer los alcances de los contenidos de los debates presidenciales, se mencionan ejemplos de cada una de las condiciones presentadas por este autor. En la cuestión de presentación, se encontraron frases como las siguientes: “Se trata de fortalecer el sistema de salud pública en la Constitución. Está establecido en el cuarto constitucional el Sistema Nacional de Salud Pública, para el bienestar que está constituido por el IMSS por el ISSSTE” (INE TV, 2024a), “Sí, la verdad es que es increíble porque vamos a hablar de las Afores se aprobó una ley que lo que hace es aquellas pensiones que no han sido reclamadas durante 10 años pasan a un fondo de pensiones. ¿Para qué sirve ese fondo de pensiones? ¿Para qué las leyes de pensiones del 97?” (INE TV, 2024b) o “La vieja política nos acostumbró a la desigualdad y a la pobreza, por eso somos el noveno país con más pobres en el mundo y uno de los más desiguales, sólo Mozambique y la República del Centro Africana concentran el ingreso en el uno por ciento de la población de manera más desigual que México” (INE TV, 2024c).

Con respecto a la argumentación se hallaron frases como las siguientes: “Esta es una gráfica de la encuesta Nacional de calidad e impacto gubernamental del INEGI tomada en 2015 y en 2023 la pregunta es a la ciudadanía ¿Qué tan satisfecho te sientes con los servicios de salud en el caso del Seguro Popular? Solamente el 47 por se sentía satisfecho en el caso del IMS bienestar, el 59 y el 57 9 por ciento se siente satisfecho” (INE TV, 2024a), “Sí no habrá visto bien los números porque en efecto hubo aumento del empleo en la Ciudad de México fíjense con el gobierno de la transformación cuáles han sido los logros crecimiento económico de 3.2 por encima del 2 por ciento de todo el neoliberalismo más empleo histórico 1.8 millones más que en el sexenio anterior” (INE TV, 2024b) o “estamos hablando de una disminución muy importante de la pobreza 5.1 millones de mexicanos por primera vez en la historia estamos o por primera vez desde 1982 estamos por debajo del 40 por ciento de población pobre y al mismo tiempo disminuyó la desigualdad” (INE TV, 2024c).

En lo relativo a la tercera de las condiciones que es la argumentación, se identificaron fragmentos como los siguientes: “Lo primero que quiero decir al candidato (Jorge) Máynez, pues él perteneció a ese sistema que tanto critica. Es que le baje un poquito eh de alguna manera la tarjeta Mi Salud, es una tarjeta inteligente. Hoy existe el blockchain que te permite realmente garantizar la transparencia y el combate a la corrupción” (INE TV, 2024a), “Como ingeniera lo que está bien se queda lo que está más o menos se arregla y lo que está mal se quita aquí lo que yo le preguntaría a la candidata de las mentiras es si ante la evidencia de la corrupción de Rocío Nahle, propone que se investigue” (INE TV, 2024b) o “Solamente decir que nosotros somos los únicos que podemos mantener los programas sociales, fuimos los únicos que los hemos hecho y además, lo hacemos por convicción, no por conveniencia” (INE TV, 2024c).

La cuarta de las condiciones, la performación, se expresaron con los ejemplos presentados a continuación: “Yo creo que valdría la pena que se en el caso de los tres aquí lo tenemos en orden siempre he estado del lado de las víctimas y en la justicia durante toda mi vida. Los he aclarado, inclusive ha habido justicia, es deleznable lucrar con el dolor de las personas nunca seremos así siempre hemos defendido la educación y la salud pública” (INE TV, 2024a), “Sí a ver vamos a explicarlo nuevamente la transformación representa por el bien de todos primero los pobres acabar con la corrupción acabar con los privilegios gracias a eso hoy hay billones de pesos destinados a programas del bien estar convertidos en derechos Como la pensión universal a los adultos mayores y además ha aumentado el salario” (INE TV, 2024b) o “Pero lo más grave, los verdaderos científicos, hace unos días, acaban de hablar del pésimo manejo de la pandemia, de los 800 mil muertos, se pudo haber evitado la muerte de 300 mil personas, 300 mil personas que perdieron un ser querido por la ineptitud e incapacidad de este gobierno” (INE TV, 2024c).

En lo relativo a las confirmaciones, la quinta de las condiciones de Giménez (2019) se presentaron de la siguiente manera: “Este 2 de junio México elegirá a la primera mujer presidenta, pero no será cualquier mujer será una mujer mexicana de raíces indígenas. Quiero ser la primera presidenta de México, para construir un país próspero donde salida adelante sea un derecho no un privilegio en mí vas a tener una presidenta con carácter y capacidad que siempre te va a decir la verdad” (INE TV, 2024a), “Hemos ganado el debate porque hemos presentado propuestas y hemos presentado un plan de desarrollo para los próximos 6 años el modelo neoliberal fracasó el modelo del PRIAN fracasó estamos hablando de la cuarta transformación de la vida pública que ha dado bienestar al pueblo de México” (INE TV, 2024b) o “Yo estoy segura que tú que me estás viendo en tu casa, sabes que te da miedo salir a la calle, sabes que el dinero no te alcanza, sabes que este gobierno te abandonó en el campo, las madres buscadoras, los que más sufren fueron abandonados por este gobierno” (INE TV, 2024c).

En lo relativo a la segunda estructura de análisis del discurso política planteada por Grize (2009) de las cinco unidades de operaciones, se remiten los hallazgos observados. En la primera de las operaciones basadas en el objeto, se clarificaron el número de intervenciones que tuvo cada aspirante presidencial en cada uno de los debates. En este sentido, en el primero Xóchitl Gálvez Ruiz

registró 40 participaciones, Jorge Álvarez Máynez 35 alocuciones y Claudia Sheinbaum 32 intervenciones. En el segundo debate Xóchitl Gálvez Ruiz tuvo 41 participaciones, Jorge Álvarez Máynez 31 alocuciones y Claudia Sheinbaum Pardo 28 intervenciones. En el tercer debate, Xóchitl Gálvez Ruiz registró 44 participaciones, Claudia Sheinbaum Pardo 40 alocuciones y Jorge Álvarez Máynez 34 intervenciones (INE TV, 2024a, 2024b, 2024c).

En las representaciones de las apropiaciones se presentaron de la siguiente forma: “Sí, recientemente se puso en marcha la nueva escuela mexicana con los nuevos libros de texto. Es muy interesante este modelo porque no es un modelo que esté basado en la memorización y en que independientemente del lugar donde se viva es el mismo tipo de educación” (INE TV, 2024a), “Con el gobierno de la transformación Cuáles han sido los logros crecimiento económico de 3.2 por ciento por encima del 2 por ciento de todo el neoliberalismo más empleo histórico 1.8 millones más que en el sexenio anterior y eso que hubo pandemia salario mínimo aumento en 113 por y en la frontera en 300 por ciento” (INE TV, 2024b) o “Nosotros vamos a demandar un programa de regularización para los migrantes en Estados Unidos, vamos a ampliar el programa de trabajadores con los Estados Unidos, dotar de recursos a los consulados, es increíble, lo dicen pero no lo hacen, pero sobre todo, lo que digo, dar visas de trabajo a quien se les tengan que dar y fortalecer la frontera sur” (INE TV, 2024c).

En relación con la operación de composición, el primer debate presidencial se centró en los temas de salud, educación, combate a la corrupción, transparencia, no discriminación y grupos vulnerables (INE TV, 2024a), mientras en el segundo debate se abordaron los temas de crecimiento económico, inflación, empleo, infraestructura, desarrollo social, pobreza, desigualdad, cambio climático y desarrollo sustentable (INE TV, 2024b). En lo correspondiente al tercer debate se sustentaron las plataformas electorales de las candidatas y el candidato en inseguridad y crimen organizado, migración, política exterior, política social, democracia, pluralismo y división de poderes (INE TV, 2024c).

Por su parte, en las operaciones de localización los debates tuvieron diversidad de formatos: en el primero intercambios dialécticos mediados por las preguntas de los moderadores; en el segundo de los debates los aspirantes presidenciales respondieron preguntas formuladas por los ciudadanos realizadas mediante grabaciones de video y en el tercer debate se contestaron preguntas realizadas por los propios candidatos y fue una interacción más directa (INE, 2024g).

Con esas apreciaciones, se cierra la exposición de los componentes del discurso político y comunicación política identificadas en los debates presidenciales del proceso electoral del 2024 y refrenda que los postulados teóricos, se replican en la edificación de las plataformas electorales y son elementos inherentes a las deliberaciones de los temas de la administración pública que se relacionan con el funcionamiento del Estado y la ciudadanía.

Conclusiones

Las arenas políticas en las campañas sufren modificaciones importantes que otorgan grado de imperativo analizar cómo moldean los flujos de la opinión pública con la masificación y reiteración de mensajes electorales. En el desarrollo de este trabajo se plasmaron datos históricos sobre el primero

de los debates presidenciales suscitados en México en 1994 y la variación de 30 años de realizarse estos encuentros discursivos. Se debe recordar los cambios de frecuencias, del unigénito debate de 1994, las dos producciones del 2000, así como el incremento a tres debates reglamentarios en el 2018 y 2024, los últimos periodos reglamentados y coordinados por el Instituto Nacional Electoral (INE).

Con el desarrollo de esta visión del intercambio de ideas se marca la pauta para la democratización de los espacios públicos y la cobertura de las diferentes plataformas de los partidos políticos y no exclusivamente las del grupo hegemónico del poder en funciones. Con la organización de ese primer debate presidencial de 1994 se logró la apertura para la sociedad mexicana. Se cumplió con el principio de otorgar la misma oportunidad a todos los candidatos de exponer sus plataformas políticas.

El papel de los medios de comunicación es importante porque en esta recapitulación se ha reseñado que son enlaces en la difusión y promoción de estos intercambios discursivos entre candidatos a la presidencia de México. Los medios de comunicación difunden y se encargan de analizar los contenidos de los debates presidenciales. La ciudadanía puede contrastar las ideas y las plataformas políticas de los diferentes aspirantes a la presidencia de la República. El objetivo del presente trabajo era describir y exponer la evolución de los debates presidenciales durante 30 años, no la incidencia que tienen en la votación ulterior de los comicios, una cuestión que requiere estudios alternos.

En la posterioridad de cada uno de los tres debates electorales del proceso presidencial del 2024 se realizaron mesas de análisis en las principales cadenas televisivas del país, acudieron los representantes de los diferentes candidatos y cada de uno de ellos expuso sus argumentos, intercambios de ideas, acusaciones, réplicas y contrarréplicas porque su candidato es el triunfador. En estas conclusiones se extrapola que la cultura política de México se fortalece con estos programas porque permite a los ciudadanos una apertura de información para el razonamiento de su voto (Azteca Noticias, 2024a, 2024b, 2024c; NMÁS, 2024a, 2024b, 2024c). La difusión de los tres debates se consolidó con los registros de audiencias anunciados por el INE y consignados por los medios de comunicación que son enlaces propiamente de la comunicación política entre los gobernantes, aspirantes al poder político y el resto de la población (INE, 2024g).

En esta perspectiva, la utilidad de los debates estriba en que pueden ayudar a los electores para tener un razonamiento más completo con respecto a sus intenciones de voto. Los debates pueden contribuir para que las decisiones de los ciudadanos sean más informadas. Es necesaria la reflexión, imperativa la aclaración que los debates permiten a los votantes tener mayores argumentos para la definición de los sufragios (Córdova, 2019).

Los debates cumplieron con la equidad entre los candidatos a la presidencia de la república. En la cultura política de México, los debates presidenciales contribuyen para fortalecer y consolidar los principios de la democracia entre las que se encuentra la libre discusión y el intercambio de las ideas (INE, 2024g).

En el aspecto de garantizar el principio de equidad, se cumplen estos preceptos debido a que en las campañas electorales hay partidos y coaliciones que reciben mayor financiamiento público respecto a otros. Por consiguiente, las candidaturas con recursos superiores pueden realizar mayor cobertura y estrategias de comunicación en plataformas tradicionales y redes sociales. En este sentido, las candidaturas que tienen mayores recursos logran promover su marketing político con más ahínco. El debate se convierte en una herramienta importante porque los partidos con menor presupuesto tengan acceso a igualdad de condiciones.

De esta forma, los tres debates presidenciales permitieron a Álvarez Máynez exponer en igualdad de condiciones sus plataformas de forma directa a los electores. Estas características son las bondades de los debates presidenciales del 2024, es decir, otorgar a todos los participantes el mismo espacio, el mismo tiempo, la misma oportunidad de intercambiar sus plataformas políticas y argumentar directamente a los potenciales electores sus contenidos discursivos para su objetivo de captar y dar a conocer sus propuestas.

Vázquez (2019) refrenda que cada debate se transforma en el principio de equidad, igualdad de oportunidades a todos los candidatos presidenciales. El intercambio de los puntos de vista con la moderación de los periodistas que regula el flujo de mensajes en estos ejercicios discursivos consolidan la democracia mexicana y fortalece la cultura política.

En las postrimerías de este apartado, los 30 años de debates presidenciales en México se refrendaron las inherencias de los discursos políticos con las argumentaciones, exposiciones, convencimientos y especialmente las persuasiones que es el elemento vocativo de las enunciaciones político-electorales, con la premisa que, en tiempo de comicios, hay una búsqueda del voto como actividad central. El papel del INE es de utilidad y abona a la democracia. Su función como organismo que promueve la celebración de estos encuentros discursivo en conjunción con los medios de comunicación ayuda a fortalecer también los componentes de la comunicación política y garantizar los principios de equidad y pluralidad para la cultura política mexicana.

Declaración de conflicto de intereses

El autor no informó ningún posible conflicto de intereses.

Referencias

- Aboy, C. (2001). *Las dos fronteras de la democracia argentina: la reformulación de las identidades políticas de Alfonsín a Menem*. Homo Sapiens Ediciones.
- Acosta, M. (2022). El debate presidencial en Argentina. Twitter, líderes de opinión y discusión polarizada. *Revista Más Poder Local*, 2(48), 114–134.
- Aguirre, J. F. (2021). *¿Qué es la democracia electrónica? La transición política por la transformación digital de la democracia*. Tirant lo Blanch.

- Alacio-García, R. (2023). Comunicación, información, participación: los debates en la Ciudad de México en pandemia durante el proceso electoral 2020-2021. *Revista Más Poder Local*, 4(52), 84–112. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.155>
- Álvarez, A. (2013). El discurso político cotidiano: análisis de entrevistas del corpus del habla de Mérida. *Revista Lengua y Habla*, 17(1), 1–13.
- Anderson, B. (2016). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Editorial Varso.
- Arteta, B. (2019). Guillermo Prieto. En J. A. Ortega y Medina, R. Camelo, y A. Pi-Suñer Llorens (Coords.), *Historiografía mexicana. Volumen IV. En busca de un discurso integrador de la nación, 1848-1884* (pp. 35–54). UNAM.
- Austin, T. (2000). Para comprender el concepto de cultura. *Revista UNAP Educación y Desarrollo*, 1(1), 1–13.
- Azteca Noticias. (2024a, 8 de abril). Los candidatos Claudia Sheinbaum Pardo, Jorge Álvarez Máynez y Xóchitl Gálvez Ruiz, ofrecen sus propuestas rumbo a las votaciones el próximo 2 de junio. <https://x.com/AztecaNoticias/status/1777153606061277548>
- Azteca Noticias. (2024b, 9 de mayo). Segundo Debate Presidencial 2024 rompe récord, ahora es el más visto en la historia del país. <https://www.tvazteca.com/aztecanoticias/segundo-debate-presidencial-2024-rompe-record-y-es-el-mas-visto-en-la-historia-del-pais>
- Azteca Noticias. (2024c, 20 de mayo). ¡Último debate candente! Propuestas y contrastes entre Sheinbaum, Gálvez y Álvarez Máynez rumbo al 2 de junio. <https://www.tvazteca.com/aztecanoticias/tercer-debate-presidencial-en-vivo-minuto-a-minuto-propuestas-sheinbaum-maynez-galvez-elecciones-2024>
- Benoit, W. L. (2016). Political Election Debates. En G. Mazzoleni (Ed.), *The International Encyclopedia of Political Communication*. <https://doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc127>
- Bordieu, P. (2021). *Las estrategias de la reproducción social*. Siglo XXI Editores.
- Bovero, M. (2013). *Los adjetivos de la democracia*. IFE.
- Canel, J. (2019). *Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica*. Tecnos.
- Castells, M. (2019). *Poder y comunicación*. Siglo XXI.
- Chihu, A. (2008). *El framing de los debates presidenciales en México (1994-2006)*. Universidad Autónoma Metropolitana (UAM).
- Córdova, L. (2019). *Los debates presidenciales en México: dos paradigmas*. Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM.
- Correa, J. I., & Dimaté, C. (2011). El análisis político del discurso: Diálogo entre Ciencias del lenguaje y Ciencia Política. *Folios*, (33), 91–102. <https://doi.org/10.17227/01234870.33folios91.102>
- Cortés, L. (2017). *Cómo conocer mejor los discursos políticos*. Editorial Síntesis.
- Cruz, U. (2021). *Análisis funcional de los debates presidenciales en México. Elecciones 2018: Una primera mirada*. Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales

- D'Adamo, O., García, V., & Kievsky, T. (2015). Comunicación política y redes sociales. Análisis de las campañas para las elecciones legislativas de 2013 en la Ciudad de Buenos Aires. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (19), 107–125. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2015.19.50206>
- D'Andrade, R. & Strauss, C. (2012). *Human motives y cultural models*. Cambridge University.
- Díaz, O., & Muñiz, C. (2017). Los efectos de la comunicación política en el compromiso político de los jóvenes en la elección presidencial mexicana de 2012. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 62(229), 181–221. [https://doi.org/10.1016/S0185-1918\(17\)30008-9](https://doi.org/10.1016/S0185-1918(17)30008-9)
- Domínguez, R. (2011) Los debates político-electorales televisados en México en la voz de dos generaciones y votantes: un estudio de recepción en el ámbito de la comunicación política. *Global Media Journal México*, 8(15), 98–122.
- Echeverría, V. (2008). Debates presidenciales y democracia en México. Desempeño de los candidatos en los debates presidenciales de 2006. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, (20), 33–49. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2008.202.42598>
- Echeverría-Victoria, M., & Chong-López, B. (2013). Debates presidenciales y calidad de la democracia. Análisis empírico normativo de los debates mexicanos de 2012. *Palabra Clave*, 16(2), 341–365. <https://doi.org/10.5294/pacla.2013.16.2.3>
- Esquivel, E. & Panke, L. (2020). *Comunicación política e internet –debates sobre la participación ciudadana en Campañas electorales y comunicación política de la gestión estratégica al posicionamiento mediático*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla BUAP.
- Esteinou, J. (2005). Hacia un nuevo modelo de comunicación de servicio público en México. *Revista Ámbitos*, 2(13-14), 265–286. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2005.i13-14.16>
- Fernández, P. (2007). Materia de España. Cultura política e identidad en la España moderna. *Revista Recensiones*, 18(1), 327-357.
- Filinich, M. (2018). *Enunciación*. Eudeba
- García, D. (2021). *Manual de gestión municipal argentina*. Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes.
- García-Negrón, M. (2016). Discurso político, contradestinyación indirecta y puntos de vista evidentes. La multidestryación en el discurso político. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 16(1), 37–59.
- Garzón, V. (2020). *Análisis del discurso del Presidente de la República, Iván Duque Márquez y los miembros de la oposición en el inicio de la pandemia* [Tesis de Maestría, Universidad Externado de Colombia]. Biblioteca digital. <https://doi.org/10.57998/bdigital.handle.001.5380>
- Geertz, C. (2023). *La interpretación de las culturas*. Gedisa.
- Giamportone, T. (2015). Transformaciones políticas e institucionales en la provincia de Mendoza a comienzos del siglo XIX: alteraciones, cambios y permanencias. *Historia* 396, 2(2), 221–248.
- Giménez, G. (2008). *El debate político en México hacia finales del siglo XX. Ensayo de análisis del discurso*. UNAM.

- Giménez, G. (2019). *El análisis del discurso político-jurídico. Poder, estado y discurso*. UNAM.
- Gómez, E. (2023). Comunicación política a través de Telegram: El caso de revolución identitaria. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, (9), 159–181. <https://doi.org/10.7203/drdcd.voi9.257>
- González, O., & Pérez, R. (2017). *La cultura del México contemporáneo*. Fondo de Cultura Económica.
- Grize, J. (2009). *Lógica natural y representaciones sociales*. Papers.
- Gutiérrez-Rubí, A. (2015). *La transformación digital y móvil de la comunicación política*. Ariel.
- Habermas, J. (1998). *Teoría de la acción comunicativa. Racionalidad de acción y racionalización social*. Editorial Taurus.
- Haidar, J. (2013). *De la argumentación verbal a la visual: lo emocional y la refutación*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Hernández, E. (2022). Comunicación política en elecciones y pandemia en México, 2021. *Revista Más Poder Local*, 1(47), 7–25.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill.
- Hilsenrad, M. (2020). Chile: Presidential Debates from Dictatorship to Democracy. En J. Juárez-Gámiz, C. HoltzBacha, & A. Schroeder (Eds.), *Routledge International Handbook on Electoral Debates* (pp. 83–92). Routledge.
- INE TV. (2024a). *Primer Debate Presidencial - México 2024*. <https://www.youtube.com/live/kZaucITWvoo?si=HhsRw-r1KkWMBWwZ>
- INE TV. (2024b). *Segundo Debate Presidencial - México 2024*. https://youtu.be/j84eADW_L5k?si=olKqSbkM54AJJofB
- INE TV. (2024c). *Tercer Debate Presidencial - México 2024*. https://youtu.be/Pg91uJQMilg?si=x_kHCo5ywaaINep2
- INE. (2018a). *Debates presidenciales*. <https://ine.mx/debates-presidenciales-2018/>
- INE. (2024a). Debate del día 12 de mayo de 1994. partidos: PRI/PAN / PRD/ Canal 13. <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/handle/123456789/109011>
- INE. (2024b). *Reportes de monitoreo de la transmisión de debates 2024*. <https://centralectoral.ine.mx>
- INE. (2024c, 7 de abril). *Celebra INE Primer Debate Presidencial del PEF 2023-2024*. Instituto Nacional Electoral. <https://centralectoral.ine.mx>
- INE. (2024d, 29 de abril). *Realiza INE Segundo Debate Presidencial 2024 en Estudios Churubusco*. Instituto Nacional electoral. <https://centralectoral.ine.mx>
- INE. (2024e, 13 de mayo). *Ordena INE suprimir del Segundo Debate Presidencial manifestaciones en contra de Claudia Sheinbaum*. <https://centralectoral.ine.mx/2024/05/13/ordena-ine-suprimir-del-segundo-debate-presidencial-manifestaciones-en-contra-de-claudia-sheinbaum>
- INE. (2024f, 20 de mayo). *INE Realiza Tercer Debate Presidencial en el Centro Cultural Tlatelolco*. Instituto Nacional electoral <https://centralectoral.ine.mx>

- INE. (2024g, 21 de mayo). *Reportes finales de audiencias de los Debates Presidenciales 2024*. <https://centralelectoral.ine.mx/debates-2024>
- Islas, I. (2019). Debates electorales presidenciales bajo la mirada deliberativa. Caso México, 2012 y 2018. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 1(28), 57–74. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2020.28.69492>
- Juárez, J. (2021). *Los debates electorales en la democracia contemporánea. Apuntes para analizar su presencia, función y evolución en las campañas*. INE.
- Jurado, (2019). *La Censura de libros y folletos de contenido político en las últimas décadas del Siglo XVIII y las primeras del XIX*. Editorial Dykinson.
- Khalil, H. (2013). El sistema de turnos de palabra en los debates presidenciales estadounidenses. *Revista de Educación Superior para Mujeres*, 24(1), 1–27.
- La Nación. (2023, 1 de octubre). *Debate presidencial hoy: hora, TV y todo lo que hay que saber*. <https://www.lanacion.com.ar/politica/debate-presidencial-hoy-hora-tv-y-todo-lo-que-hay-que-saber-nido1102023>
- Laclau, E. (2019). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica
- Maarek, P. (2014). Politics 2.0: New forms of digital political marketing and political communication. *Revista Trípodos*, 34(1), 13–22.
- Martínez, J., Saldierna, A., & Marañón, F. (2022). El consumo de información y de conversación política interactiva en las actitudes y la participación política de los jóvenes en la zona metropolitana de Monterrey, Nuevo León, México. Escenario preelectoral 2018. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, 13(24), 2–16. <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a13n24.757>
- Mazzuchino, M. G. (2018). Entre agresión y reivindicación: ironía, parodia y sátira en comentarios en la página de Facebook del presidente mexicano. *Revista Olomucensia*, 30(2), 191–216.
- McKinney, M., & Carlin, D. (2004). Debates en campañas electorales. En L. L. Kaid (Coord.), *Manual de investigaciones de comunicación política* (pp. 203–237). Erlbaum.
- Méndez, C. (2012). *Discurso, poder y subjetividad. Una reflexión filosófica en torno a la racionalidad política moderna*. Editorial Bonaventuriana
- Mendoza, D. (2024). Aproximación a la comunicación política. Escenarios, praxis y modelos híbridos para su enseñanza en la educación superior. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(1), 2297–2317.
- Merton, R. (2010). *Teoría y estructuras sociales*. Fondo de Cultura Económica.
- Meyenberg, Y. (2018). *Comunicación política y sus expresiones en la ciudad*. Instituto Electoral de la Ciudad de México.
- Meyenberg, Y., & Aguilar, R. (2015). *La comunicación presidencial en México (1988-2012)*. Instituto de Investigaciones Sociales.
- Motulsky-Falardeau, A. (2018). *La retórica hoy*. Editorial Prensa Universitaria.
- Nacif, B. (2014). *Hacia nuevos debates presidenciales*. MRTU.

- Niglas, K. (2004). The Combined Use of Qualitative and Quantitative Methods in Educational Research. *Revista Estadounidense de Investigación Educativa*, 1(1), 1–39.
- NMÁS. (2024a, 8 de abril). *Elecciones Mx 2024: ¿Quién Ganó el Primer Debate Presidencial? El Análisis de N+*. <https://www.nmas.com.mx/nacional/politica/elecciones-mx-2024-quien-gano-el-primer-debate-presidencial-el-analisis-de-n+>
- NMÁS. (2024b, 9 de mayo). Los candidatos Claudia Sheinbaum, Xóchitl Gálvez y Jorge Álvarez Máynez fueron los protagonistas del Segundo Debate Presidencial rumbo a las elecciones del 2 de junio. <https://www.nmas.com.mx/noticieros/programas/producciones-nmas/episodios/elecciones-2024-segundo-debate-presidencial-completo>
- NMÁS. (2024c, 20 de mayo). En el Centro Cultural Tlatelolco se llevó a cabo el tercer y último debate presidencial
- Ogaz, L. (2008). *Pensamiento Dialectico*. Universitaria.
- Otálora, J. (2014). *Debates políticos y medios de comunicación*. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- Pérez, M. (2009). La comunicación política en perspectiva. *Comunicación y Ciudadanía*, (1), 6–15.
- Pujante, D. (2010). *El discurso político como discurso retórico. Estado de la cuestión*. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- Regalado, J. (1994). La oposición y las elecciones presidenciales de 1994 en México. *Espiral*, 1(1), 79–104.
- Reyero, S., & Cordero, R. (2020). *Marketing político 3.0. Cómo Podemos, Ciudadanos y Vox han cambiado las reglas del juego*. Tecnos.
- Rúas, X., & Casero, A. (2018). Comunicación política en la época de las redes sociales: lo viejo y lo nuevo, y más allá. *AdComunica*, (16), 21–24. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2018.16>
- Salgado, E. (2009). Los estudios del discurso en las ciencias sociales. UNAM.
- Sánchez, F. (2011). *El orden de la cultura. Ensayo sobre identidad, política y subjetividad*. Publifadecs.
- Sánchez, J. (2019). Internet y elecciones políticas: análisis de los instrumentos regulatorios de Brasil y Colombia (2014-2018). [Tesis de Maestría, Universidad de Brasilia]. <https://www.realp.unb.br/jspui/handle/10482/35352>
- Senado de la República. (2018). *Debates presidenciales: la elección del formato y sus implicaciones*. Instituto Belisario Domínguez.
- Tena, B., & Santoyo, M. (2019). Evaluación ciudadana de los debates políticos presidenciales en México. Evaluación de los eventos televisados en 2018. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 10903–10922. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1143
- Tirado-García, A. (2022). Telegram como canal de autopromoción política en campaña. El caso de las elecciones a la Comunidad de Madrid de 2021. *Revista Prisma Social*, (39), 25–47.
- Torres, A. (2020). Bolívar Echeverría: el discurso crítico y la política de la forma natural. *Valenciana. Estudios de Filosofía y Letras*, (25), 261–282. <https://doi.org/10.15174/rv.vi25.485>

- Vásquez, T. (2017). El debate electoral como insumo necesario para la construcción de un modelo de comunicación política deliberativa. *Revista Justicia Electoral*, 1(19), 59–86.
- Vázquez, M. (2019). *Tú y yo en los debates de candidatos a la Presidencia de México (1994-2012). Un estudio de deixis política*. Colegio de México.
- Villavicencio, F. (2016). *Análisis del discurso político en medios de comunicación*. [Tesis de licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana]. DSpace de la Universidad Politécnica Salesiana. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/13373>
- Vizcaíno, P., Cedeño, R. & Maldonado, I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723–9762. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658
- Westen, D. (2015). *El cerebro político*. Asuntos Públicos.