

**Los debates, hacia un nuevo modelo de comunicación política en México.**  
*Debating, towards a new model of political communication in México*

**Miriam Guadalupe Gutiérrez Mora<sup>1</sup>**  
**Mario Alberto Ramos González<sup>2</sup>**

El primer ejercicio de debate del que se tiene antecedente en México, fue celebrado durante las elecciones presidenciales de 1994, y televisado por la Cámara de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT). Posteriormente, para la reforma electoral de 2007, se facultó al otrora Instituto Federal Electoral para realizar los debates entre las y los candidatos a la presidencia de la República. Para el año 2012, el organismo electoral federal organizó dos encuentros para dicho cargo de elección popular.

Actualmente, los debates se han convertido en un componente de mayor atención durante los comicios, el Instituto Nacional Electoral organizó tres debates presidenciales. De igual forma, a través de sus juntas locales, celebró una serie de debates entre candidaturas al Senado de la República. Por su parte, los organismos públicos locales, partiendo en su mayoría de una obligación emanada de sus propias legislaciones, programaron una serie de debates entre las y los candidatos contendientes a las respectivas gubernaturas, diputaciones y municipalidades.

Durante las presentes campañas electorales, observamos que los debates, cada vez más buscan el contraste de ideas, propuestas y proyectos de gobierno de cada uno de los participantes, para con ello proporcionar información relevante a la ciudadanía que permita emitir un voto informado.

Sin embargo, este componente informativo logra tener un verdadero impacto en el electorado cuando se cuenta con una estrategia de difusión que permita llegar a un mayor número de votantes. Esto se logra únicamente a través de los medios de comunicación como la radio, televisión e Internet que junto a las redes sociales proveen de información respecto a las propuestas de las y los candidatos.

Recuperar algunas experiencias respecto de las problemáticas que genera la construcción de un formato que propicie el contraste de ideas en igualdad de condiciones y que además llegue a un número importante de ciudadanos será materia de observación en la ponencia que se plantea, para lograrlo, se explorará el modelo de comunicación política en México, actualmente apoyado en la distribución de los tiempos de Estado a partir de spots de treinta segundos, en el que se tendrá que analizar la viabilidad de transitar a un modelo que permita la difusión de cada vez más debates.

En ese orden, la presente ponencia tiene por objeto analizar los debates realizados durante los comicios recientes, en contraste al modelo de comunicación política que frente a una eventual reforma electoral, se transforme en un modelo que permita construir una cultura política proclive al debate, que fomente el contraste de ideas y el pensamiento crítico.

---

<sup>1</sup> Maestra en gobierno y administración pública. Jefa de la Unidad Técnica de Prerrogativas del IEPC Jalisco.

<sup>2</sup> Maestro en comunicación política. Profesor investigador de la Universidad de Guadalajara