

Doble triunfo de la sociedad civil: debates presidenciales Argentina 2015

—» **MARISA RAMOS
MENEGHETTI**

Licenciada en Ciencia Política
(Univ. Católica de Córdoba).
Magíster en Comunicación
Periodística, Institucional
y Empresarial (Univ.
Complutense de Madrid).
Asesora gubernamental, en
consultoras y *think tanks*,
en América Latina y España.
Miembro de OCPLA.

Propósito y alcance¹

Un texto que reseñe la organización y emisión por televisión de uno o más debates entre candidatos presidenciales en cualquier país del continente americano o europeo podría tan solo significar un análisis coyuntural de escaso interés para quienes no se dedican profesional o académicamente a la comunicación política. Sin embargo, como es un

1 Agradezco a Hernán Charosky, coordinador general de Argentina Debate, quien me concedió una entrevista y aportó valiosa información e imágenes de ambos debates.

hecho sin precedentes en Argentina, hay significativas razones que lo ameritan.

Dado que existe abundante bibliografía, me excuso de abordar aspectos teóricos, así como de hacer referencia al desarrollo de la campaña electoral que fue analizada en la edición anterior de *DIÁLOGO POLÍTICO* (Fara, 2015). Asimismo, limitaciones de espacio me impiden hacer una reseña completa del desempeño de cada candidato desde una perspectiva semiótica, de la comunicación no verbal o de la comprobación de sus afirmaciones,² frecuentes en la crónica de los días posteriores a un debate.

El propósito y compromiso que asumo es describir la génesis del proceso para la concreción de un acontecimiento inédito para la historia electoral argentina a partir de una iniciativa de la sociedad civil y concluir con las *ganancias específicas* obtenidas, así como las enseñanzas que se infieren para alcanzar otras demandas ciudadanas postergadas en cualquier país.

Argentina: el país sin debates presidenciales

A septiembre de 2015, Argentina y República Dominicana eran los únicos países del continente en los que no se había organizado un debate por televisión entre candidatos a presidente. Los antecedentes regionales se remontan a 1960 cuando se celebraron en Estados Unidos y Brasil, y los últimos en incorporarse a esta tendencia fueron Bolivia y El Salvador en 2014. Resulta oportuno aclarar que en algunos países los debates se realizaron de manera intermitente y, en otros casos, con ausencia de algún candidato.

Algunos antecedentes

Históricamente, hubo intentos en comicios anteriores que no prosperaron por diferentes motivos, explicitados y ocultos. Entre otros se pueden mencionar: la primacía de intereses mezquinos, la falta de coordinación de intereses entre los actores clave del proceso, la imposibilidad de captar adecuadamente un apoyo social masivo o la carencia de una planificación con suficiente tiempo de antelación.

A menos de un año de la recuperación de la democracia se registró un histórico *duelo televisivo* con motivo de la campaña por el referén-

2 Esta tarea fue realizada por un equipo especializado en verificación del discurso público, en ambos debates (Chequeado.com, 2015).

dum popular para la aprobación o el rechazo del Tratado del Beagle con Chile. En noviembre de 1984 se enfrentaron el canciller Dante Caputo y el senador justicialista Vicente Saadi. En los argentinos que lo seguimos por televisión —dos de los cuatro canales lo transmitieron— perduran imágenes que forman parte del anecdotario de la telepolítica. «El debate sería recordado, entre otras cuestiones, por ciertos modismos y expresiones coloquiales de Saadi frente a la argumentación cartesiana de Caputo. Eran exponentes de dos historias y cosmovisiones políticas que convivían en la primavera democrática» (Straface, 2014).

El más recordado de los intentos fallidos de un debate presidencial se condensa en la imagen de la *silla vacía*. En 1989 se había organizado un *cara a cara* entre Eduardo Angeloz (Unión Cívica Radical) y Carlos Menem (Partido Justicialista), quien lideraba las encuestas. El candidato radical se dirigió al set de televisión pero su rival desistió de participar. En el tramo final de la campaña, la explotación simbólica de la *silla vacía* en piezas publicitarias tuvo la pretensión de mermar la intención de votos hacia Menem; sin embargo, la victoria del candidato justicialista por más de diez puntos demostró que su inasistencia no le significó una *sanción electoral* que le impidiese triunfar.

Los siguientes dos ejemplos pertenecen a instancias de competencia interna de frentes electorales nacionales. El primero de ellos ocurrió en agosto de 1998, con motivo de la interna de la Alianza, entre Fernando de la Rúa (UCR) y Graciela Fernández Meijide (FREPASO). Más allá de que ninguno de ellos era un precandidato con *destrezas mediáticas*, en sus intervenciones predominó el espíritu de unidad en desmedro de resaltar sus diferencias. Todo ello contribuyó a que no resultara un acontecimiento televisivo de gran interés para la audiencia, lo que se reflejó en un rating cercano a los 5 puntos.

Similar al caso anterior, seis semanas antes de las primarias abiertas, simultáneas y obligatorias (PASO) de agosto de 2015, solo un frente electoral optó por un debate entre sus precandidatos. Además de Marcelo Bonelli y Edgardo Alfano, conductores habituales del programa por cable *A Dos Voces*,³ participaron tres periodistas para interpelar a Sergio Massa y José Manuel De la Sota, quienes, además, se formularon entre sí preguntas y repreguntas. El debate no se emitió en vivo y alcanzó los 4,5 puntos de rating.

Sería erróneo concluir que la ausencia de debates presidenciales es una característica que se extiende a nivel federal: resulta oportuno puntualizar que, discontinuadamente desde 1987, más de la mitad de las

3 Programa político que más debates organizó desde 1996, principalmente para jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y legisladores nacionales.

provincias han realizado al menos un debate televisado entre candidatos a gobernador —Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Mendoza, por nombrar las de mayor relevancia sociodemográfica— y para otros cargos electivos —intendentes y legisladores—. Un antecedente normativo a destacar es la ley provincial de Chaco que desde 2013 obliga a los candidatos a gobernador y a diputados provinciales a someterse a un debate.

Proyectos de ley que no prosperaron

En los últimos cinco años fueron presentados una decena de proyectos de ley para regular los debates presidenciales —la mayoría de ellos en la Cámara de Diputados por legisladores opositores—.⁴ En mayo de 2015, en el Congreso de la Nación se organizó una jornada con el propósito de instalar este *issue* ante la opinión pública, promover las iniciativas que se venían impulsando desde la sociedad civil y buscar consensos entre los autores de los proyectos y la Cámara Nacional Electoral. Pese a declaraciones del jefe de Gabinete y de legisladores kirchneristas —con mayoría en ambas Cámaras— que pregonaban acompañar esta iniciativa, los meses transcurrieron y la ley no fue sancionada.

El rol de la sociedad civil frente a una demanda históricamente postergada

En Argentina, históricamente, los candidatos a la presidencia no se habrían sentido suficientemente *presionados* a debatir; sin embargo, a raíz de iniciativas que emergieron de la sociedad civil, esta demanda fue adquiriendo fuerza y el margen de discrecionalidad para no participar se fue reduciendo.

En junio de 2015 —según una encuesta nacional realizada por Ipsos Mora y Araujo—⁵ el 78 % de los argentinos consideraban que era importante que se llevase a cabo un debate presidencial y 71 % afirmaron que lo miraría. La importancia dada era pareja entre quienes expresaban intención de voto por los precandidatos mejor posicionados en las encuestas —Scioli, Macri y Massa—; en todos los casos, el porcentaje de personas que lo consideraban como *muy importante* no descendía del 51 %. Asimismo, el 81 % de los consultados que manifes-

4 Una excepción es el proyecto del senador Eduardo Aguilar (Chaco, FPV), que replica la ley provincial antes mencionada y contempla, para quien se negase a debatir, la pérdida del espacio gratuito de publicidad en medios audiovisuales.

5 La encuesta recogió la opinión de manera presencial de 1011 personas residentes en 26 localidades distribuidas por el país. El error muestral fue de $\pm 3,09$ %.

taban tener una identificación partidaria afirmaban que verían el debate —independientemente de su intención de voto— y entre quienes no manifestaban simpatía por alguno de los precandidatos el interés también era alto: al 69 % les importaba y el 62 % decían que lo mirarían (*El Parlamentario*, 2015).

Argentina Debate: su decisivo rol impulsor

Argentina Debate es una organización de la sociedad civil que se creó en septiembre de 2014 con una misión muy específica: «lograr el primer debate presidencial de la historia argentina en las elecciones de 2015, en torno a una agenda de prioridades del desarrollo, y sentar las bases para su institucionalización». Bajo el impulso de jóvenes empresarios y el prestigioso *think tank* Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC) se constituyó como un espacio plural, multisectorial y no partidario. El comité estratégico se conformó con más de veinte personalidades destacadas provenientes de la vida pública y política, líderes sociales, organizaciones del sector privado y de la sociedad civil. Con el transcurso de los meses, se adhirieron más personalidades, asociaciones empresarias, entidades que congregan a periodistas y a medios de comunicación, fundaciones e instituciones académicas, en torno a 35 instituciones.

El *leit motiv* de esta iniciativa fue que un debate es un bien público; en otras palabras, «el debate se vuelve institución cuando es un bien público, de todos y de nadie en particular, en el marco de una coalición amplia y neutral que garantice su legitimidad y su permanencia en el tiempo» (Levy Yeyati, 2014).

El 30 de octubre de 2014 se organizó la primera actividad abierta al público. Se convocó a expertos de Estados Unidos, Brasil, Chile, Perú y Paraguay para brindar sus aportes sobre la organización y el impacto de los debates en sus países. En junio de 2015 se realizó otro encuentro abierto con especialistas del Cono Sur y Estados Unidos, actividad que contó con el apoyo de la Fundación Konrad Adenauer.

Tras las primarias —con la colaboración pro bono de la agencia publicitaria BBDO, la Cámara Argentina de Productoras Independientes de Televisión (CAPIT) y medios de comunicación— se difundieron dos *spots* por medios audiovisuales y redes sociales. La campaña *Convenceme*⁶ buscó invertir la lógica de las campañas políticas. Ramiro Rodríguez Cohe, director general creativo de BBDO, explicaba:

6 Por esta campaña, BBDO recibió el premio Diente de Oro Bien Público en el Festival Diente 2015 organizado por el Círculo de Creativos Argentinos.

El concepto de la campaña es utilizar los recursos de los candidatos políticos para que la gente los vote y revertir la situación: que cada votante sea un candidato a convencer por parte de los políticos, a través de un debate abierto. El debate presidencial es un espacio clave y una herramienta muy poderosa para los candidatos políticos para influir sobre la decisión electoral y queremos hacer sentir el peso de aceptar ese debate con responsabilidad. (Adlatina, 2015)

La campaña se viralizó en Facebook, desde donde se facilitó una *maqueta* para sumarse. Se podía subir la foto e ingresar el nombre, apellido y género, y se creaba un afiche personal acompañado de la leyenda: «Candidato/a a que te vote 2015. convenceme» y el *disclaimer* institucional: «Primer debate presidencial de la historia argentina. 4 de octubre por radio y TV. #ArgentinaDebate».



Iniciativas ciudadanas 2.0

A fines de marzo, Diego Muzio desde Change.org —considerada la mayor plataforma digital de peticiones del mundo— reflejaba lo que un *zoon politikón* argentino sentía frente a esta situación. Con un breve mensaje explicaba sus razones:

[...] Seguro que a vos te pasa lo mismo que a mí, cuando vemos con envidia a los países vecinos que han hecho que los debates presidenciales sean algo totalmente normal. Me gustaría que después de más de 30 años de democracia podamos tener estos debates como parte del proceso electoral. Si votar es obligatorio, ¿por qué los candidatos no están obligados a debatir públicamente? [...] Estoy cansado de que aparezcan en los medios diciendo siempre lo mismo y no contrastando ideas frente a frente con otros candidatos. Me enteré de que hay un proyecto de ley para que estos debates públicos entre candidatos a presidente sean obligatorios. Te pido tu firma para que este tema

se trate en el Congreso, y podamos exigir el debate presidencial para las elecciones que vienen. (Muzio, 2015)

Con cada firma se enviaba automáticamente un correo electrónico a los integrantes de la Comisión de Asuntos Constitucionales con un mensaje que resaltaba la importancia de que trataran los proyectos de ley para que se consiguiera celebrar un debate presidencial. El profesor de Ciencias Políticas de la Universidad de Buenos Aires (UBA) promovió la adhesión al petitorio a través de las redes sociales, subió un video en el que reclamaba: «para mí, un país sin debate es como un aula vacía», e informaba sobre los avances conseguidos. En dos meses logró juntar 25.000 firmas de apoyo al petitorio que fueron recibidas en el Congreso con motivo de la jornada ya reseñada.

A fines de septiembre se lanzaron otras peticiones promoviendo la asistencia del gobernador Scioli bajo el lema: «Asista por favor al debate presidencial» y «Vaya al debate presidencial» pero no alcanzaron un resultado satisfactorio.⁷

« El concepto de la campaña es utilizar los recursos de los candidatos políticos para que la gente los vote y revertir la situación: que cada votante sea un candidato a convencer por los políticos, a través de un debate abierto »

CC

Acerca del primer debate presidencial: el atril vacío

Seis candidatos fueron habilitados para la elección del 25 de octubre, según el orden de votos conseguidos en las PASO: Daniel Scioli (Frente para la Victoria), Mauricio Macri (Cambiemos), Sergio Massa (UNA), Margarita Stolbizer (Frente Progresistas), Nicolás del Caño (Frente de Izquierda) y Adolfo Rodríguez Saá (Compromiso Federal).

En sucesivas reuniones, Argentina Debate convocó a los candidatos y a sus representantes para consensuar un manual de estilo. Dicho documento detallaba puntualmente los diferentes aspectos que formaban parte del proceso de negociación: estructura, dinámica y formato del evento, tópicos, moderadores, aspectos técnicos, entre tantos otros

7 Al día siguiente de haberse celebrado el primer debate, una de las impulsoras, María Silvia Uribe, reconocía: «No lo logramos... esta vez. De todas formas, gracias a todos porque sentí una gran fuerza y sé que van a venir de todos nosotros cada vez más propuestas para tener una Argentina democrática y abierta al diálogo».

a considerar.⁸ A propuesta de los canales de televisión y de la Asociación de Telerradiodifusoras Argentinas (ATA), los presentadores escogidos fueron: Rodolfo Barili (Telefé), Marcelo Bonelli (Canal 13), Luis Novaresio (América TV), Marisa Andino (Canal 9), Mariana Gérez (Canales Interior de ATA, Canal 10 de Mar del Plata) y Adrián Paenza (TV Pública).

Realizados los sorteos correspondientes —que incluyeron aspectos tales como el ingreso al escenario, orden en la gráfica y exposiciones, y la sala que dispondría cada candidato para interactuar con sus asesores antes del debate y durante los cortes comerciales— se obtuvo la versión final del manual, de 25 páginas de extensión, y fue firmado por los representantes de los seis candidatos a mediados de septiembre.

Pese al compromiso asumido, a cuatro días de la convocatoria Argentina Debate comunicó que habían garantizado su presencia cinco candidatos. Consultado por la prensa, Scioli repetía: «No lo creo necesario, la gente ya conoce mi propuesta» y uno de sus voceros señalaba que «se debe tener una ley de debate para establecer bien las pautas». La ausencia del candidato que lideraba las encuestas repercutió, inevitablemente, en la adhesión de los canales de televisión de señal abierta que lo transmitirían —América TV fue el único que lo emitió— así como en los periodistas que finalmente formarían parte de este proyecto, reduciéndose a tres —Barili, Bonelli y Novaresio—; dos de ellos incluso de los canales que no lo transmitieron.

Con premura, se consensuó entre los organizadores y los candidatos confirmados que se dejaría vacío el atril que se le había asignado a Scioli por sorteo y se habilitaron 30 segundos adicionales para cada uno de ellos.⁹

El primer debate presidencial se realizó el 4 de octubre. Con una duración de 2 horas 11 minutos, rozó los 15 puntos de rating en televisión abierta y fue visto por 4.350.000 personas. Durante la emisión se registraron aproximadamente 550.000 tuits bajo el *hashtag* oficial #ArgentinaDebate.

8 En «Backstage de un debate electoral» abordó la *check list* de la negociación de un debate y las alternativas sobre cada ítem (Ramos Meneghetti, 2014).

9 Creo oportuno señalar que los cinco candidatos hicieron referencia a la inasistencia de Scioli. A juicio personal, Massa fue el más creativo, al emplear un recurso de alto impacto: tras una breve introducción dejó pasar el tiempo sin pronunciar palabras, para poner en evidencia el silencio del candidato ausente.

Acerca del segundo debate presidencial: récord de audiencias

A principios de noviembre, los representantes de ambos candidatos que competían en segunda vuelta firmaron un manual de estilo. La variación principal y significativa respecto del formato anterior fue que se facilitarían el intercambio entre ellos y se habilitarían réplicas y contrarréplicas para darle mayor dinamismo.



El debate se realizó el domingo anterior al balotaje —instancia electoral inédita desde su incorporación en la reforma constitucional de 1994—. Argentina Debate puso a disposición la señal libre, abierta y gratuita a los canales de televisión, cable, radios y medios electrónicos y digitales y —al igual que en la oportunidad anterior— estableció que ningún emisor podría «incluir contenidos, comentarios o alterar de cualquier forma el producto Argentina Debate 2015 durante la emisión del mismo». En esta ocasión todos los canales de aire así como algunas señales de cable y locales lo transmitieron; algunos de ellos montaron sets de filmación para emitir programas previos y posteriores aprovechando la presencia in situ de importantes invitados al evento que se desarrolló en la Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires.

El debate fue visto por 16.260.000 personas —cifra que supera la de la final del Mundial 2014 que disputaron Argentina y Alemania— y

se convirtió en el programa más visto del año. El promedio general fue de 54,75 puntos. El pico de la transmisión se alcanzó en el penúltimo minuto del debate con 58,21 puntos, lo que lo ubicaría entre los más vistos de la historia de la televisión. Desde YouTube en *streaming* en vivo hubo 337.506 vistas.

El debate se vivió paralela e intensamente en las redes sociales. Durante su desarrollo, el *hashtag* oficial #ArgentinaDebate —aproximadamente con dos millones de tuits— se convirtió en *trending topic* mundial. En total hubo 7,8 millones de tuits, de 3,5 millones de autores, que hicieron referencia al debate. Por su parte, el director de Política y Gobierno para América Latina de Facebook, Diego Bassante, confirmó que «más de dos millones de argentinos hablaron sobre el debate del domingo en Facebook» y sostuvo que «los momentos donde más se utilizó fue en las pausas. Allí el celular se convirtió en la primera pantalla de muchos».

Una vez finalizado, algunos medios de comunicación realizaron sus respectivas *encuestas* en Twitter sobre quien había ganado, tenido mejor desempeño o se había destacado. El portal de noticias Infobae hizo un relevamiento de las cuentas oficiales de ocho importantes medios —CNN en español, *Clarín*, *La Nación*, TN, *Diario Crónica*, InfoNews, Infobae y C5N— y el resultado fue unánime. Con independencia de la línea editorial de cada medio —algunos de ellos alineados con el oficialismo— el candidato de Cambiemos lideraba las encuestas con un promedio de 85 %. Una mención especial merece la consulta realizada por Telesur, que fue borrada cuando había alcanzado los 30.079 votos y Macri había resultado favorecido por el 69 % de los participantes.

«Ganancias específicas» de esta experiencia

- **A falta de uno, dos:** por primera vez se logró vencer la inercia de décadas sin un debate presidencial y se satisfizo por partida doble una práctica democrática que había sido negada al electorado.
- **No hay garantías a futuro pero sí un precedente histórico:** no hay certeza de que en 2019 se vuelvan a enfrentar cara a cara los candidatos pero como consecuencia de lo acontecido será más difícil excusarse. «Si los debates presidenciales se convierten en una institución en la vida política de un país, aunque no sean una obligación legal, los candidatos se exponen más al negarse» (Palermo, 2015).
- **Los argentinos eligieron ver el debate en cadena nacional:** en ocasión del segundo debate, el récord de audiencias alcanzado demostró que ante un hecho valorado por la ciudadanía y que había gene-

rado un alto nivel de expectativas, más de la mitad de las personas que tenían encendidos sus televisores eligieron verlo; ello contrasta con las decenas de cadenas oficiales presidenciales que poco interés despertaban y hasta producían, en muchos sectores de la sociedad, hartazgo.

- **Reflexionando sobre una probable sanción electoral:** es erróneo concluir que la derrota de Daniel Scioli fue consecuencia (in)directa de su ausencia en el primer debate; sin embargo, sí es posible afirmar que recibió fuertes críticas por la decisión adoptada. Estas no provinieron exclusivamente de sus rivales, como era de esperar, sino de ciudadanos independientes. Al respecto, comparto la siguiente reflexión:

Los debates entre candidatos presidenciales tienen una doble faceta: la cultural y la normativa. Es decir que se pueden instalar como una tradición o ser impuestos desde el plano legislativo. En el primero de esos casos, la *sanción* no es producto de una ley sino del votante, que castiga al postulante al sillón presidencial que decline asistir al intercambio. (Rabinovitch, 2015)

Los debates entre candidatos presidenciales tienen una doble faceta: la cultural y la normativa. Es decir que se pueden instalar como una tradición o ser impuestos desde el plano legislativo. En el primero de esos casos, la sanción no es producto de una ley sino del votante, que castiga al postulante al sillón presidencial que decline asistir al intercambio. (Rabinovitch, 2015)

Ante la imposibilidad de resultar electo en primera vuelta, podría inferirse que la decisión de Scioli de participar en el debate de noviembre fue un giro adoptado en su estrategia electoral tras sopesar el impacto que tendría una *sanción electoral* de los nuevos votantes que necesitaba captar para consagrarse presidente, en caso de desistir nuevamente.

- **Excusas con fecha de caducidad:** desde el comando de campaña de Scioli justificaron su decisión de no participar por la inexistencia de una ley que estableciera reglas claras para el debate. De manera fáctica, el manual de estilo —que se había consensuado y firmado entre los equipos de campaña de los seis candidatos— ofició como una *ley ad hoc*. Al participar en el segundo debate, las endebles excusas

« El debate se vivió paralela e intensamente en las redes sociales. Durante su desarrollo, el hashtag oficial #ArgentinaDebate —con aproximadamente con dos millones de tuits— se convirtió en trending topic mundial »

CC

que se habían formulado quedaron manifiestas pues este encuentro se realizó bajo el mismo *statu quo*.

- **Derribando un falso axioma:** en estas convocatorias se puso en jaque el *mito popular* —que muchos consultores políticos abonan— que indica que *al que va ganando no le conviene debatir*. La experiencia internacional sirve como parámetro de que es impensable que esa sea una opción en aquellos países en que ya forma parte de la tradición democrática; sin embargo, la novedad en Argentina aún permitía tener dudas sobre ello. La ausencia del candidato oficialista —quien lideraba las encuestas— habilitó a parte del electorado a especular sobre los motivos por los que no había aceptado debatir que habrían perjudicado a Scioli para el balotaje. Por su parte, en la segunda convocatoria, quien lideraba las encuestas era Macri, que no dudó en debatir, pues, presumiblemente, una porción significativa del electorado de Cambiemos y de nuevos votantes que necesitaba sumar no hubieran aprobado que declinase participar.

Reconocimiento a Argentina Debate y lecciones extrapolables

Por último, deseo destacar la hazaña conseguida por la sociedad civil —bajo el liderazgo de Argentina Debate— que logró canalizar esta demanda históricamente postergada. Y reseñar algunos obstáculos que supieron allanar. Valga esta experiencia —con las debidas adaptaciones— para futuras iniciativas de la sociedad civil organizada en cualquier país.

Una primera oportunidad para replicar esta iniciativa podría ocurrir en la elección presidencial de mayo en República Dominicana. Desde hace algunos meses, líderes de opinión y la prensa advierten que se trata del único país de la región que no ha tenido un debate presidencial. La Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios (ANJE) exige su realización por la que viene pregonando desde la década de los noventa. Sin lugar a dudas, la experiencia de Argentina Debate puede ser una referencia para esta nación, ya que la iniciativa tuvo orígenes similares.

Argentina Debate y las más de treinta organizaciones que lograron este hito fundacional merecen el reconocimiento de la sociedad, y el mío propio, en mi doble carácter de ciudadana y consultora política, por el esfuerzo sostenido.

Solo a modo enunciativo, listo algunos de los desafíos y obstáculos superados:

- se luchó contra el peso de la historia y el escepticismo acerca de la factibilidad de su realización;
- se creó una institución ad hoc que congregó a personalidades e instituciones representativas con un año de antelación;
- se convocó a la representación completa de la oferta electoral;
- se trabajó con un espíritu de búsqueda de consensos entre todos los actores clave;
- se instaló la iniciativa en la agenda pública y se promovió la adhesión activa de la ciudadanía a través de diferentes canales de comunicación;
- no se suspendió la primera convocatoria ante la ausencia del candidato oficialista, pese a que la mayoría de los canales de televisión decidieron no transmitirlo, a último momento;
- se atendieron las críticas al primer debate —principalmente referidas a un formato muy *encorsetado*, que no permitía una dinámica de mayor intercambio— y se lo adaptó para el debate de la segunda vuelta.

» En estas convocatorias se puso en jaque el *mito popular* —que muchos consultores políticos abonan— que indica que *al que va ganando no le conviene debatir* »

CC

La experiencia internacional demuestra que no existe un formato de debate libre de críticas. Lo ideal es que en Argentina, a falta de uno, hubo dos debates presidenciales y que ello se consiguió gracias a la expectativa social generada y canalizada adecuadamente.

Bibliografía

- «ANJE aboga porque República Dominicana tenga debates electorales presidenciales» (26.1.2016). *El Nacional*. Disponible en: <http://elnacional.com.do/anje-aboga-porque-republica-dominicana-tenga-debates-electorales-presidenciales>.
- ARGENTINA DEBATE (2015). «Crea tu afiche»: www.argentinadebate.org/creatuafiche.
- (2015). «Manual de Estilo. El primer debate presidencial». Disponible en: <http://argentinadebate.org/wp-content/uploads/2015/09/ARGENTINA-DEBATE-2015-MANUAL-de-ESTILO.pdf>.
- (2015). «Manual de Estilo. Segunda vuelta: el debate». Disponible en: <http://argentinadebate.org/wp-content/uploads/2015/11/Manual-de-Estilo-2da-vuelta-20151104-incluye-resultado-sorteo.pdf>.
- CHEQUEADO (2015). «Debate ballotage», <http://chequeado.com/chequeoenvivo>.
- CHEQUEADO (2015). «Debate presidencial 2015», <http://chequeado.com/chequeoenvivo/debatepresidencial2015>.

- «Cuando los candidatos son los propios ciudadanos» (12.8.2015). *Adlatina*. Disponible en: <www.adlatina.com.ar/publicidad/cuando-los-candidatos-son-los-propios-ciudadanos>.
- «El 78 % de los argentinos cree en la importancia de concretar un debate presidencial» (8.6.2015). *El Parlamentario*. Disponible en <www.parlamentario.com/noticia-82951.html>.
- FARA, C., (2015). «Argentina 2015: un escenario inédito», en *Diálogo Político*, 2015(2), pp. 48-60.
- «Las encuestas de los medios: ¿quién ganó el debate en Twitter?» (15.11.2015). *Infobae*. Disponible en <www.infobae.com/2015/11/16/1770039-las-encuestas-los-medios-quien-gano-el-debate-twitter>.
- LEVY YEYATI, E. (7.11.2014). «¿Para qué sirve un debate presidencial?», *La Nación*. Disponible en: <www.lanacion.com.ar/1741001-para-que-sirve-un-debate-presidencial>.
- Ley nacional n.º 26571 de democratización de la representación política, la transparencia y la equidad electoral*.
- MUZIO, D. (20.4.2015). «Aula vacía», video, <<https://www.youtube.com/watch?v=xZUR-flhSWg>>.
- MUZIO, D. (25.3.2015). «Debates presidenciales para las elecciones del 2015. ¡Lo merecemos!», en Change.org, <<https://www.change.org/p/debates-presidenciales-para-las-elecciones-del-2015-lo-merecemos-argentinadebate>>.
- PALERMO, V. (3.6.2015). «Una oportunidad para la exigencia pública de una mejor conversación política», en Argentina Debate, <www.argentinadebate.org/novedades/una-oportunidad-para-la-exigencia-publica-de-una-mejor-conversacion-politica>.
- RABINOVITCH, C. (6.6.2015). «Debate presidencial: gambetas, dudas y especulaciones políticas», *Diario Río Negro*. Disponible en <www.rionegro.com.ar/diario/debate-presidencial-gambetas-dudas-y-especulaciones-politicas-7650631-9532-nota.aspx>.
- RAMOS MENEGHETTI, M. (2014). “Capítulo XIX: Backstage de un debate electoral” en IV Cumbre Mundial de Comunicación Política, Montiel & Soriano Editores, págs. 201-214.
- RODRIGUES, P. (17.11.2015). «Diego Bassante: Más de dos millones de personas hablaron del debate en Facebook», *Infobae*. Disponible en <www.infobae.com/2015/11/17/1770371-diego-bassante-mas-dos-millones-personas-hablaron-del-debate-facebook>.
- «Scioli no participará del debate ante la falta de una ley que lo regule» (24.9.2015). *El Liberal*. Disponible en <www.elliberal.com.ar/nota/210980>.
- STRAFACE, F. (16.11.2014). «Hace 30 años Caputo y Saadi no especularon», en Argentina Debate, <www.argentinadebate.org/debates/hace-30-anos-caputo-y-saadi-no-especularon>.

URIBE, M. S. (25.9.2015). «Asista por favor al debate presidencial», en Change.org, <<https://www.change.org/p/danielscioli-asista-por-favor-al-debate-presidencial>>.

Páginas web institucionales

ARGENTINA DEBATE, <www.argentinadebate.org>.

CENTRO DE IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA EQUIDAD Y EL CRECIMIENTO (CIPPEC), <www.cippec.org>.

CHANGE.ORG, <www.change.org>.

CHEQUEADO.COM: <<http://chequeado.com>>.

CC