

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Periodismo

Tesina

La introducción del debate presidencial en la Argentina



Alumna: Sofía Sansone

Directora: Prof. Lic. Ana Laura García Luna

Tutora: Prof. Lic. María Florencia Naudy

Lugar y fecha: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 14 de mayo de 2018

DNI: 39.558.747

Correo electrónico: sofisansone@gmail.com

Teléfonos: 4571-6641/15-6363-6739

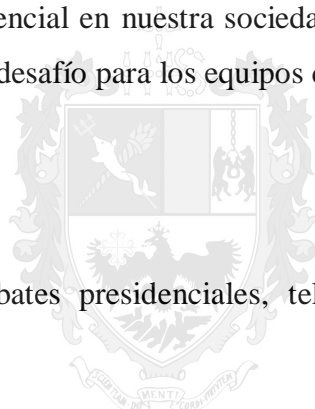
Abstract

La presente tesina se centra en la introducción del debate presidencial en la Argentina. Su primera edición en la historia del país se llevó a cabo el 4 de octubre de 2015, gracias a la iniciativa de la organización no gubernamental Argentina Debate. Un año después, el 23 de noviembre de 2016, la Cámara de Diputados de la Nación aprobó la ley 27.337, que establece su obligatoriedad.

Mediante un análisis comparativo y la realización de entrevistas en profundidad a profesionales vinculados con las áreas de la Política y la Comunicación, esta investigación intenta comprobar que el reglamento de Argentina Debate tuvo influencia sobre la elaboración de la ley. Asimismo, teniendo en cuenta las repercusiones que generó el primer debate presidencial en nuestra sociedad, se cuestiona si constituye un aporte para la democracia y un desafío para los equipos de campaña.

Palabras clave

Argentina Debate, ley de debates presidenciales, televisión, campañas electorales, *Marketing* político.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Índice

1. Introducción	5
1.1. Problema.....	6
1.2. Objetivos.....	8
1.3. Hipótesis.....	8
1.4. Marco de referencia.....	8
2. Capítulo 1: Estado del arte	10
3. Capítulo 2: Marco teórico	15
3.1. Televisión y política.....	15
3.2. Las campañas electorales y la videopolítica.....	16
3.3. Los debates televisivos.....	19
3.4. La Comunicación política vs. el <i>Marketing</i> político.....	21
4. Capítulo 3: Marco metodológico y análisis	26
4.1. Métodos de análisis.....	26
4.a) Análisis comparativo.....	26
4.b) Entrevista en profundidad.....	29
4.2. Análisis del Manual de Estilo de Argentina Debate y la ley 27.337.....	32
4.c) Presentación del caso.....	32
4.d) Análisis del caso.....	38
5. Conclusiones	79
6. Referencias	85
7. Apéndices	I
7.1. Cuadro I: Comparación entre el Manual de Estilo de Argentina Debate y la ley 27.337.....	I
7.2. Entrevistas.....	XVIII
7.a) Entrevista I: Adriana Amado.....	XVIII
7.b) Entrevista II: Ana Gerschenson.....	XXVI

7.c) Entrevista III: Hernán Charosky.....XXX

8. Anexos.....I

8.1. Manual de Estilo de Argentina Debate.....I

8.2. Ley 27.337.....XXVIII



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

“El 26 de diciembre de 1960, la política cambió para siempre. Nada volvería a ser igual después de aquel primer debate entre Nixon y Kennedy”, expresó Daniel Ureña, director general de la firma de asuntos públicos y relaciones gubernamentales MAS Consulting, en 2008. El evento no solo consiguió captar la atención de setenta millones de personas (ABC, 2012), sino que también sentó las bases para que este formato se replicara en otros lugares del mundo. Según la asociación *Debates International*, hasta el momento se realizaron debates presidenciales en más de cincuenta países: Afganistán, Austria, Azerbaiyán, Bolivia, Brasil, Bulgaria, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Egipto, Francia, Haití, Kenia, Perú, México y Uruguay son algunos ejemplos.

Recién el 4 de octubre 2015, más de medio siglo después del evento donde participaron Richard Nixon y John F. Kennedy, se llevó a cabo un encuentro de este tipo en la Argentina, que logró picos de *rating* de quince puntos (Charosky, 2015). Sin embargo, en el debate de la segunda vuelta, que tuvo lugar el 5 de noviembre de ese año, estas cifras fueron superadas: llegó a cincuenta y nueve puntos, con lo que se estima que habría sido visto por unas quince millones de personas (Charosky, 2015).

Previamente a este hito en la historia del país, varios proyectos habían pasado por el Congreso de la Nación. Pasado más de un año desde la primera edición de este formato en nuestro territorio, se aprobó la ley 27.337. Esta establece la obligatoriedad de los debates preelectorales entre los aspirantes al cargo de presidente que hayan superado el piso de votos fijado para las elecciones Primarias, Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (PASO).

A través de un análisis comparativo y la realización de entrevistas en profundidad a tres expertos vinculados tanto con la Política como con la Comunicación, la presente investigación apunta a comprobar que el Manual de Estilo propuesto por Argentina Debate tuvo influencia sobre la elaboración de la norma mencionada. A su vez, se pretende exhibir la relevancia de la incorporación de esta tradición en la democracia, así como esclarecer los desafíos que implica en el diseño estratégico de las campañas presidenciales, debido a su alto impacto en la sociedad. De esta manera, se

busca generar un aporte académico sobre un fenómeno que constituye una novedad para el país.

Problema

El debate presidencial es un formato que, en comparación con la realidad de otras democracias, tardó muchos años en llegar a la Argentina. Incluso teniendo en cuenta que se trata de una Nación con una gran tradición partidaria. Al igual que en algunos países de Latinoamérica –como Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay y Perú–, su realización se debió a la iniciativa de una organización no gubernamental: Argentina Debate.

Previamente, en junio de 2015, la consultora Ipsos-Mora y Araujo difundió una encuesta llevada a cabo a 1.011 personas residentes en veintiséis localidades del país. Fue realizada de manera presencial, cuidando los criterios de representatividad de las distintas regiones y estratos poblacionales. A través de esta investigación, que obtuvo un error muestral de +/- 3,09%, se llegó a las siguientes conclusiones:

- 1) Ocho de cada diez argentinos cree en la relevancia de concretar un debate entre candidatos.
- 2) Siete de cada diez encuestados lo mirarían en caso de ser televisado.
- 3) En todos los casos, el porcentaje de personas que consideran esta tradición como “muy importante” no baja de los cincuenta y un puntos.

Cuatro meses después, más precisamente el 4 de octubre de ese año, los cinco candidatos presidenciales que decidieron formar parte del evento se presentaron en la Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires (UBA). En cambio, de acuerdo a lo anunciado algunos días atrás, Daniel Scioli (Frente para la Victoria) prefirió mantenerse al margen.

Al día siguiente, los periodistas se refirieron al “histórico debate por televisión” y destacaron su significado para la democracia argentina. A su vez, se dieron a conocer los siguientes datos: la televisión abierta había alcanzado picos de quince puntos de *rating* (Charosky, 2015), mientras que en las más de dos horas que duró el encuentro se

realizaron cerca de medio millón de *tuits* con el *hashtag* #ArgentinaDebate (Clarín, 2015).

Tras la primera vuelta electoral, tanto el gobernador de la provincia de Buenos Aires como Mauricio Macri (Cambiamos) estuvieron de acuerdo en asistir a una nueva edición, que se llevaría a cabo el 15 de noviembre de 2015 en el mismo lugar que la vez anterior. En esta ocasión, la transmisión superó la audiencia de la final de la Copa Mundial de Fútbol de 2014 (Charosky, 2015) y volvió a quedar demostrado que la sociedad sentía un gran interés por la organización de este tipo de eventos.

El 24 de noviembre de 2016, la Cámara de Diputados aprobó la ley de debates presidenciales, lo que implicó una reforma del Código Electoral Nacional. Por eso se considera indispensable tanto para el área de la Comunicación como de la Política la introducción de un aporte académico que presente el desarrollo de la televisión en nuestro país, explique cómo se acostumbraba a diseñar las campañas presidenciales, indique qué peso tuvo el reglamento de Argentina Debate a la hora de que se elaborara la norma y considere los efectos de su aprobación.

Resultarán valiosos los trabajos de autores como Giovanni Sartori y Susana Velleggia, quienes se han interiorizado en el terreno de la “videopolítica”. También serán útiles las ideas desarrolladas por esta última investigadora sobre los “debates televisivos”, así como las perspectivas sobre las “campañas electorales” de Orlando D’Adamo y Virginia García Beaudoux. En adición a esto, se considerarán los aportes de teóricos como Guillermina Baena Paz, Lila Luchessi, Fernando Sánchez Murillo y Adriana Amado, relacionados con la “Comunicación política” y el “Marketing político”.

A lo largo de la tesina se intentará responder las próximas preguntas:

- ¿Cuáles son los antecedentes del primer debate presidencial en la Argentina?
- ¿Quién lo organizó y cuáles fueron sus razones?
- ¿Quiénes fueron sus colaboradores?
- ¿Qué influencia tuvo el Manual de Estilo de Argentina Debate en la confección de la ley 27.337?

- ¿Qué cambios implica la introducción de este nuevo formato tanto en la democracia como en el diseño de las campañas presidenciales?

Objetivos

A partir de las preguntas señaladas se plantean los siguientes objetivos:

General

Averiguar el grado de influencia del Manual de Argentina Debate en la elaboración de la ley 27.337 y qué efectos tendrá tanto en la democracia como en el diseño de las campañas presidenciales.

Específicos

- Detallar los antecedentes del primer debate presidencial en la Argentina.
- Precisar quién estuvo detrás de su organización y cuáles fueron sus razones.
- Determinar quiénes fueron sus colaboradores.
- Establecer las similitudes y las diferencias existentes entre el Manual de Estilo de Argentina Debate y la ley 27.337.
- Conocer el pensamiento de distintos expertos con respecto a la incorporación de la nueva norma, su rol en la democracia y su impacto en el *Marketing* político.

Hipótesis

Se trabajará con la hipótesis de que la ley de debates presidenciales, sancionada en nuestro país el 23 de noviembre de 2016, se basa en el Manual de Estilo elaborado por Argentina Debate.

Marco de referencia

Se investigarán los meses previos a las elecciones presidenciales de la Argentina en 2015, las fechas en las que tuvieron lugar los comicios –9 de agosto (PASO), 25 de

octubre (primera instancia) y 22 de noviembre (segunda vuelta)– y los encuentros organizados por Argentina Debate el 4 de octubre y el 15 de noviembre. Por ese entonces, Cristina Fernández de Kirchner, perteneciente al FpV, encabezaba el Poder Ejecutivo. La mandataria había accedido a ese cargo por primera vez en 2007, como sucesora de su esposo Néstor Kirchner, y en 2011 había sido reelecta.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR