



MEMORÁNDUM:

A: Néstor o Cristina Kirchner

DE: Luis Arroyo

CC: Cualquier candidato a las
presidenciales en América Latina



En Argentina nunca ha habido debates presidenciales televisados. Las próximas elecciones de octubre de 2007 son un buen momento para romper la tradición, como han hecho ya prácticamente todos los países latinoamericanos.

Los debates son los grandes acontecimientos mediáticos de la campaña. Las audiencias son millonarias. La mitad del electorado vio el último de los cuatro cara a cara entre el actual presidente brasileño Luiz Inácio Lula da Silva y el candidato liberal conservador Geraldo Alckmin en octubre de 2006, aunque muchos se aburrieran de tanta repetición. Es la única ocasión en que los ciudadanos pueden ver a los aspirantes enfrentarse sin cortes ni ediciones. Esas competiciones son como grandes justas contemporáneas y, como decían los prestigiosos sociólogos de la comunicación Daniel Dayan y Elihu Katz, “fascinan, arrebatan. Las gentes se dicen unas a otras que es obligatorio mirar”. La audiencia está garantizada, mucho más que con cualquier otra táctica electoral.

No te fíes demasiado de los académicos, que te dirán que los debates no producen efectos importantes en la intención de voto. Ellos ponen el nivel muy alto, pero puede valer con no perder los electores que ya tienes, o con unos cuantos cientos de miles de votantes más. El interés de aquel primer debate presidencial televisado de 1960 entre Kennedy y Nixon estuvo también en que JFK ganó las presidenciales por una décima. Aquél y los otros tres que siguieron posiblemente cambiaron el rumbo de la historia, aunque no produjeran transformaciones sustanciales o sociológicamente significativas. Lo que sí sabemos por cientos de estudios es que la gente aprende con los debates sobre los temas y también sobre los candidatos que no son aún muy conocidos; los ciudadanos –y por supuesto la prensa– hablan sobre este acontecimiento televisivo, lo comparten, lo convierten en un fenómeno colectivo, es decir: si ganas, lo sabrá todo el mundo, y si pierdes, también; y aunque hagas lo que hagas la mayoría de los tuyos dirán que ven-



FOTO: DIEGO GOLBERG/POLARIS/CONTACTO

¿Convincente? Néstor Kirchner en Buenos Aires durante la campaña de las presidenciales de 2003.



ciste y los suyos que fuiste derrotado, los menos politizados y los indecisos inclinarán la balanza a un lado u otro. De todas formas, ahí van las aplicaciones prácticas que recomiendan la experiencia, ya larga, de América Latina en debates electorales.

LA GRAN DUDA: IR O NO IR

Debatirás si tu distancia, por arriba o por abajo, es reducida. Eso explica que tanto José María Aznar como Felipe González quisieran enfrentarse en las elecciones españolas de 1993, pero que Aznar se negara a hacerlo en 1996 y en 2000. En estas dos últimas ocasiones los sondeos le situaban muy por delante del Partido Socialista. González lo dijo muy claro en 1996, cuando perdió las elecciones: "Nos ha faltado un mes de campaña o un debate". Eso explica también que Daniel Ortega, actual presidente de Nicaragua, estuviera dispuesto a debatir con el conservador Arnoldo Alemán en las presidenciales de 1996 y que, por el contrario, se negara a hacerlo con el candidato de derechas Eduardo Montealegre en las elecciones del año pasado.

No acudirás si eres claro favorito y puedes perder el debate. En 1994 hubo uno entre el ex presidente brasileño Fernando Henrique Cardoso y el socialista Leonel Brizola, que ganó este último. Después, Cardoso no quiso asistir a más y, aún así, ganó las elecciones. Por otro lado, el actual presidente panameño, Martín Torrijos, y el conservador Guillermo Endara se enfrentaron en las elecciones dos veces junto con los otros dos candidatos, pero no asistieron a los dos debates restantes. El actual presidente boliviano, Evo Morales, no quiso debatir con el derechista Jorge Quiroga en 2005, hasta que no le pidiera perdón por haberle llamado narcotraficante, cosa que Quiroga no hizo, por supuesto. En las últimas elecciones nicaragüenses, Daniel Ortega, del Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN), no debatió, e incluso permitió que el conservador Eduardo Montealegre, el liberal José Rizo y los líderes izquierdistas Edmundo Jarquín y Edén Pastora lo hicieran sin él.

Para debatir siendo favorito tienes que estar seguro de que ganarás. En España, Mariano Rajoy se negó a enfrentarse en 2004 a José Luis Rodríguez Zapatero, porque partía con ventaja. Él mismo reconoció luego que fue un error. Algo parecido le ocurrió al ex presidente colombiano Andrés Pastrana en 1998. Puso condiciones imposibles a Horacio Serpa, del Partido Liberal, porque tenía una ventaja de 18 puntos. Fue acusado de no dar la cara, y la distancia entre los candidatos se redujo. Serpa ganó en la primera vuelta por 40.000 votos. Pastrana aceptó después debatir y, aunque venció finalmente por medio millón de votos, estuvo muy igualado con Serpa.

Pedirás debates si estás muy por debajo. Quizá te hagan caso. Como el ex presidente mexicano Vicente Fox en las primeras contiendas de su historia. En 2000 el can-



didato del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Francisco Labastida, le sacaba hasta 10 puntos, pero al final Fox le ganó.

Evitarás la silla vacía, o la promoverás si eres el desafiante. Una cosa es que no haya debate y otra muy distinta que tú no vayas. La silla libre de Lula hizo sin duda mucho daño a su campaña antes de la primera vuelta. Hasta el moderador comenzó preguntando al sitio vacío. En las últimas elecciones mexicanas, Andrés Manuel López Obrador decidió no ir al primer debate con Felipe Calderón y los otros tres candidatos, y la televisión también mostró su asiento desocupado. Esto fue perjudicial para él. Luego acudió al segundo y quedó muy igualado con Calderón. ¿Habría ganado López Obrador si hubiera ido al primero, teniendo en cuenta que perdió por un puñado de votos?

Si realmente quieres debate, serás capaz de llegar a un acuerdo sobre las condiciones. Y cuando no quieras acudir, te enredarás en los requisitos. Como cuando en Ecuador, en 2002, el empresario conservador Álvaro Noboa dijo: “En este debate desafío a Lucio Gutiérrez a que traiga a sus asesores, a la *manga* de corruptos para que Ecuador los conozca”. El izquierdista y ex presidente ecuatoriano Lucio Gutiérrez respondió que quería que la contienda televisiva fuese por la mañana, porque “por la tarde se dedicaba a la campaña electoral”. En Argentina siguen poniéndose excusas para que no se celebren debates. Hay que aprender de Brasil, que en el último enfrentamiento entre Lula y Alckmin ofreció aquel nuevo formato a medio camino entre el *reality show* y el debate político, dejando la producción en manos de quienes entienden de televisión.

TRUCOS ÚTILES

Lo prepararás todo, intervención a intervención. Intentarás **marcar el terreno con tus temas y las distancias con el adversario.** Lula llamaba a Alckmin “gobernador”, y Alckmin a Lula, “candidato”. Mostrarás un lenguaje gestual adecuado, directo y sólido pero relajado. Te dirigirás a tu adversario directamente, le harás preguntas y empezarás atacando. Te mostrarás optimista, con soluciones, con salidas. **Sonreirás. No responderás a sus mensajes, sino que formularás los tuyos. Evitarás que te interrumpan.** Simularás todo el debate con tu equipo antes de ir al plató de televisión. Piénsalo bien: si dura una hora y sois dos, tú tienes 30 minutos, que quedarán en 20 con los cortes y demás. Esto no es un estudio enciclopédico, sino la redacción de 10 intervenciones de minuto y medio más otras tantas de medio minuto para contestar a las acusaciones previsibles del adversario.

No te rendirás por perder debates. George W. Bush salió derrotado frente a John Kerry, pero venció en las presidenciales. Felipe González perdió el primero, pero ganó el segundo y las elecciones. **Lula lo consiguió a la cuarta, después de perder muchos debates en su larga vida**



política, entre otros, frente al ex presidente brasileño Fernando Collor de Mello en 1989. Domingo Laíno, líder del Partido Liberal Radical, venció al ex presidente paraguayo Raúl Cubas, pero este último salió victorioso en las elecciones de 1998, aunque su mandato durara sólo unos meses. En 2001, el candidato de Perú Posible, Alejandro Toledo, perdió el debate contra el actual jefe del Ejecutivo peruano, Alan García, pero le ganó las elecciones.

Te encargarás de bajar las expectativas sobre tu actuación. Incluso elevarás las de tu adversario. La actual presidenta de Chile, Michelle Bachelet, era la previsible perdedora frente al conservador Sebastián Piñera, pero al final ganó. Bill Clinton jamás subestimó en público al republicano Bob Dole. Los buenos candidatos no ocultan que se preparan y, aunque vayan sobrados en capacidad, explican que están trabajando en su debate. Eso refuerza la idea de que pueden perder, y la derrota resulta menos amarga o la victoria más contundente.

Calentarás el ambiente antes del debate y también después. Lula, antes de su primer cara a cara frente a Alckmin, expulsó a cinco miembros de su equipo acusados de haber comprado los *dossiers* de la supuesta corrupción de su adversario. Es habitual que antes de un debate se conozcan datos sobre los candidatos, y seguro que se pueden administrar de manera correcta. Y también la información posterior: hay que convencer sobre lo que has hecho bien. Está demostrado que lo que la prensa dice el día siguiente puede distorsionar para bien o para mal la percepción inicial. Como dijo un ciudadano en unos grupos de discusión sobre un debate entre Ford y Carter, cuando el primero se equivocó repetidas veces afirmando que los países del Este de Europa no estaban en el bloque soviético, sin que muchos telespectadores lo advirtieran en directo: “Yo creí que había ganado Ford, pero la prensa dijo que había sido Carter. Por tanto, debió de ser Carter”.

¡LUCES, CÁMARAS, ACCIÓN!

Busca un fuerte golpe de efecto como elemento central. Recuerda el clásico de Ronald Reagan cuando se ponía en duda su capacidad por ser ya mayor: “No voy a hacer de la edad un asunto de campaña. No voy a explotar, con propósitos políticos, la juventud e inexperiencia de mi adversario”. No olvidemos la acusación del ex presidente de Perú Alberto Fujimori al escritor y candidato en las elecciones de 1990, Mario Vargas Llosa, de consumir drogas en su juventud (aunque no le sirviera para ganar el debate). O López Obrador descubriendo el caso del cuñado corrupto de Calderón, o el izquierdista Ollanta Humala frente a Alan García renunciando a su salario de presidente o negándose a quitar la bandera de Perú de su atril en las elecciones de 2006. Son efectistas también el “mire a los ojos del pueblo y diga dónde está el dinero”, de Alckmin, y “el candidato no se ha leído el periódico de hoy”, de Lula. Álvaro Noboa –el hombre más rico de Ecuador– se exaltó en el debate de las elecciones de 2006 cuando el candidato de izquierdas Rafael



Correa le acusó de no estar en la lista de los que pagan más impuestos del país. Noboa abandonó su silla y preguntó a gritos a Correa que cuánto pagaba él, además de decir: “Esa sonrisa falsa, esa sonrisa falsa... Vamos, compañeros, a enterrarlos en las urnas”. Ahí está también el minoritario Jarquín, que se autoproclamó “el feo que quiere una Nicaragua linda”.

Los debates son tácticas dentro de una estrategia. Kerry ganó a Bush en todos los debates, pero éste tenía más definido su relato: básicamente que Estados Unidos estaba en guerra y que sólo un comandante en jefe con las ideas claras podía llevar al país a la victoria. Los debates son un elemento más dentro de una estrategia y uno bueno no suele salvar unas elecciones (aunque excepcionalmente pueda hacerlo). Una adecuada estrategia, sí. Ésta es la historia que cuentas: es el famoso “It’s the economy, stupid” (“es la economía, estúpido”) de Clinton, el “talante” de Zapatero (en cuanto a cercanía a los ciudadanos, diálogo...) y el “padre de los pobres en una economía que crece” de Lula.

No te engañes, la gente seguirá viendo en la pantalla al de la derecha y al de la izquierda. Incluso ahora más que hace una década. Los debates de hoy vuelven –si es que alguna vez se fueron– al esquema derecha/izquierda, bien alimentado de un lado por los neoconservadores de Washington y, de otro, por los neopopulistas de América Latina. O te alineas con George W. Bush, o con Hugo Chávez y Fidel Castro, digámoslo así.

Intenta que sea “sí” la respuesta a las tres grandes preguntas que se hace el elector sobre ti. “¿Es un líder fuerte?”, “¿puedo fiarme de él?” y “¿se preocupa por la gente como yo?” son las principales cuestiones que, según el consejero electoral de George Bush, Karl Rove, rondan en la cabeza de todo votante. Las elecciones, y los debates, no son cuestión de temas, sino de carácter. La gente, el espectador, busca un líder fuerte, fiable y cercano. Los temas deben ayudar, y hay que marcarlos y defenderlos, pero está más que demostrado que la gente no necesariamente vota al que mejor debate, sino a quien demuestra estas cualidades. Acuérdate siempre de Bush, que supo transmitir esas tres dimensiones junto con una estrategia clara, a pesar de enfrentarse a dos gurús del debate: Al Gore primero y Kerry después. Al final los ciudadanos no recordarán casi nada de lo que dijiste, excepto quizá aquella frase feliz. Pero sí se habrán formado un juicio claro de tu liderazgo, honradez y cercanía. **FP**

Luis Arroyo es director del Gabinete del secretario de Estado de Comunicación del Gobierno español. Ha ejercido como consultor político, es sociólogo por la Universidad Complutense de Madrid y autor de Los cien errores de la comunicación de las organizaciones (Esic Editorial, Madrid, 2003).