

Debates Políticos en Televisión

Debates Políticos en Televisión

Copyright © 2015 Daniel Eskibel
Todos los derechos reservados

Este libro forma parte de la Biblioteca Maquiavelo&Freud. Lo puedes compartir libremente en internet a través de blogs, redes sociales, páginas web y correo electrónico...pero debes hacerlo en forma íntegra y sin alterar ni su forma ni su contenido.

maquiavelofreud.com

Frente a frente en televisión

Es el momento.

Uno de los grandes momentos de toda campaña electoral.

Los candidatos cara a cara en el estudio de televisión.

Una audiencia generalmente récord.

Un moderador.

Mucha tensión.

Es el debate político en televisión.

Llegó la hora.

¿Cuándo te conviene debatir?

La pregunta siempre está planteada. ¿Me beneficia en algo debatir? ¿O me perjudica? ¿Debo buscar el debate o debo rehuirlo?

En algunas legislaciones el debate en televisión entre los candidatos es algo obligatorio. Y en otras no lo es. Pero en cualquiera de los casos es bueno saber a quién le da mayores oportunidades un debate de este estilo. Porque sabiendo eso es más fácil trazar una estrategia para afrontarlo.

Es interesante señalar algunas consideraciones al respecto:

1. El ciudadano generalmente es beneficiado por los debates televisivos. Porque puede apreciar a candidatos que de otro modo tal vez no les prestaría atención. Porque es una instancia en la cual los candidatos realizan un gran esfuerzo para dar lo mejor de sí. Y porque ve y escucha a los candidatos en una situación diferente al spot publicitario o a la entrevista. Una situación de exigencia, de estrés, de comparación con otros, de demostración de su temple.

2. El candidato favorito, el que encabeza las preferencias de la gente, es al que menos le conviene el debate. No digo con esto que no deba debatir, sino simplemente que es el que más arriesga. En todo caso, si debate, debería planificar una estrategia defensiva para salir airoso. Es como a veces sucede en el fútbol: el empate le sirve y no vale la pena correr riesgos.
3. Lo anterior tiene una excepción. Cuando el candidato favorito tiene un adversario que viene creciendo sostenidamente y que amenaza con alcanzarlo mientras él mismo está estancado en las preferencias... entonces necesariamente debe evaluar que el debate podría ser la gran oportunidad para frenar a ese rival. Si ese adversario viene creciendo vas a tener que jugar fuerte y claro para frenarlo. Seguramente tendrás que debatir y hacerlo bien. Para mantenerlo a raya.
4. Los candidatos que no parecen tener mayores posibilidades deberían ver siempre como conveniente un debate en televisión. Será su oportunidad, tal vez su gran oportunidad. Unos podrán intentar dar esa noche un salto en la opinión pública para llegar al final disputando el gobierno. Y otros podrán ganar notoriedad para intentar crecer electoralmente.

¿Cómo actuar frente a cámaras?

La televisión o te da vida o te mata. Es un medio magnífico y también es un medio cruel. La distancia entre el cielo y el infierno puede ser un segundo, un gesto, una palabra, una mirada.

Algunos aspectos que hay que tener en cuenta son los siguientes:

- *Entrenamiento*. Sí: ensayo, preparación, entrenamiento. Si crees que no lo necesitas, te aseguro que te irá mal. Todos lo necesitan. Contar con un especialista en media-training es lo mejor. Y en todos los casos ensayos, crítica y autocrítica.

- *Descanso.* Demasiados candidatos pierden puntos en el debate al aparecer cansados, agotados, sudorosos, mal dormidos, agotados física y mentalmente. Parte esencial de la preparación del debate es dormir, distenderse y descansar. Solo así la gente te verá fresco física y mentalmente.
 - *Tranquilidad.* No es una pelea de boxeo. La furia no conquista votos, solo entusiasmo a quienes de todos modos ya sabían que iban a votarte. Los nervios alejan los votos. Tienes que apostar por la calma, la tranquilidad, la paz interior. Y reflejar ese estado de ánimo en tu mirada, tus gestos y tu voz.
 - *Estrategia.* Sin una estrategia definida vas a perder el debate. Tienes que saber con claridad a qué público le vas a hablar y qué temas vas a abordar y de qué modo lo harás.
 - *Historias.* Aprovecha cada tema para contar una historia, para ejemplificar tus respuestas con una narrativa fácil de comprender y que sea capaz de provocar alguna emoción.
 - *Títulos.* Lleva preparados los títulos que quisieras que publicaran mañana los periódicos respecto a tu candidatura. Titulares, sentencias breves que resuman tus posiciones políticas. Y trabaja con ellos durante el debate.
 - *Simplicidad.* Tienes que ser claro, simple, transparente. Frases cortas. Palabras fáciles de entender. Conceptos claros. Brevidad. Es mejor decir algo en un minuto que en diez minutos. Nadie da premios a la mayor extensión con la que hables.
 - *Personalidad.* No finjas, no intentes ser otro. No apagues tu personalidad cuando se enciendan las cámaras. Esa personalidad es parte importante de tu encanto como candidato. Sé tú mismo, auténtico.
 - *Imágenes.* Casi siempre es bueno mostrar imágenes en cámara. Siempre y cuando sean buenas, claras, legibles, grandes y muy explícitas. Recuerda que los telespectadores las verán apenas unos segundos.
 - *Presencia.* Planifica tu vestimenta como cualquier otro elemento de la estrategia. Tu vestimenta habla, dice quién eres y qué piensas. No te
-

confundas con los colores de la escenografía ni con los colores de la vestimenta de los demás. Intenta diferenciarte pero con moderación.

- *Cámaras.* No mires las cámaras sino a tus adversarios, al moderador y en ocasiones tus propios apuntes. Solo debes mirar a cámara cuando diriges un mensaje específico al televidente. Y nada más.
- *Objetivo.* No estás ante cámaras para humillar ni para derrotar a nadie. Tu objetivo no es pegarle al rival. Tu objetivo es convencer a quienes todavía no se decidieron a votarte.
- *Sonríe.* Piensa en tus seres queridos. Recrea sus imágenes en tu mente. Recuerda momentos felices y agradables. Tu sonrisa surgirá sola, espontánea, natural. Y una sonrisa natural despierta confianza.

El debate en televisión suele ser el momento de la verdad.

Prepárate para dar tu mejor esfuerzo.

Y para que vean la mejor versión de ti mismo.

1 argumento es más poderoso que 10 argumentos

Estás en un debate. Y surge un tema polémico. ¿Qué es lo mejor que puedes hacer?

Conoces el tema, por supuesto. Si no lo conoces, pues la estrategia entonces sería otra. Muy otra. Pero conoces el tema.

Y tienes argumentos.

No uno ni dos argumentos. Muchos. Digamos que tienes 10 argumentos diferentes para defender tu posición.

¡Bravo!

Entonces comienzas a argumentar. 1 argumento primero. Luego otro. Enseguida el tercero, y el cuarto y más allá el quinto. Cuando lanzas el argumento número 6 te sientes casi ganador. Y todavía pones el argumento 7 sobre la mesa. Con satisfacción golpeas con el 8. Finalmente arrojas el argumento 9 al rostro de tu rival o de tu entrevistador. Y lo rematas con el 10.

Luego respiras.

Satisfecho. Pleno. Elocuente. Demoledor.

Al día siguiente casi todos te dirán que estuviste brillante. Que aplastaste a los demás. Que fuiste una topadora, una aplanadora o quién sabe qué poderoso aparato de demolición.

Pero no.

No.

Te equivocaste. A pesar de las apariencias, sí, pero te equivocaste.

Lo que hiciste no fue bueno para convencer al electorado que aún no está convencido. Tal vez fue bueno para tus más duros votantes, para esos que te

votarán pase lo que pase. Tal vez fue bueno para tu ego o para tu autoestima, también.

Pero la estrategia fue mala para lo principal: persuadir a los que todavía no están muy decididos a votarte.

Tú podrías decir: ¿pero justamente a ellos no es mejor darles muchos argumentos?

Y mi respuesta es que no. A ellos menos que a nadie.

Los números a veces no son lo que parecen

Hay una ley inevitable que debes recordar. Todos creemos que nuestros argumentos son igual de buenos entre sí.

Pero no es así.

En realidad tus 10 mejores argumentos sobre un tema cualquiera se distribuyen de acuerdo a la siguiente ley:

1. Solo 1 o 2 de tus mejores argumentos tienen la potencia persuasiva necesaria para convencer al ciudadano. Uno o dos. 1 o 2. One or Two. Nada más. No sueñes despierto...
2. En el otro extremo hay 1 o 2 de tus 10 mejores argumentos que son absolutamente nulos en su capacidad de persuasión. Nulos, inútiles, inservibles (aunque te agraden y le agraden a tu círculo más cercano).
3. Entre ambos extremos nos quedan de 6 a 8 argumentos pobres, mediocres, de reducido alcance, de escasa penetración en el cerebro humano.

1 es más que 10

Es simple. Si das tus 10 argumentos, el mejor de ellos va a quedar perdido y camuflado entre una diversidad de argumentos que el público va a evaluar como mediocres y malos.

En cambio si das uno solo, entonces ese argumento va a brillar como el oro, se va a destacar, será fácil de recordar y estará puro e incontaminado de malas ideas.

Elige tu mejor argumento.

Uno solo. No puedes olvidar un número tan sencillo como el 1. Eso sí: tienes que elegirlo bien, trabajarlo, pulirlo, perfeccionarlo, buscar ejemplos, explorarlo desde diversos ángulos..

Only one.

La confusa matemática de la persuasión política

Me consta que la matemática de la persuasión política es bastante confusa.

Sé que la estrategia más intuitiva es la de acumular argumentos.

Es fácil creer que 10 es más que 1. Que muchos argumentos son más convincentes que pocos.

Es fácil e intuitivo creer que más es mejor que menos.

Pero no es así.

El debate no es para aplastar la pobreza de argumentos de tus rivales con una cantidad mayor de argumentos.

Pues no. No es así.

Error. Luz roja. Alarmas encendidas.

Porque las matemáticas de la persuasión son más confusas.

Al elegir tu argumento más fuerte y poderoso vas a focalizar la atención de quien te escucha en ese solo y único argumento capaz de convencerlo.

En cambio, si apelas a 10 argumentos, vas a dispersar la atención de quien te escucha entre varios argumentos diferentes entre los cuales ya sabes que necesariamente hay varios que son más débiles y frágiles.

Recuerda: la fuerza de una cadena la determina su eslabón más débil.

Si te ciñes a tu argumento principal, tendrás una cadena fuerte, potente, dura.

Si te dispersas en diversos argumentos, tu cadena será tan débil como el más frágil de tus argumentos.

Ya sabes: olvida las matemáticas tradicionales.

Un argumento. Solo uno.

Sólido. Firme. Potente. Poderoso. Decisivo.

Pero solo uno.

El que se enoja pierde

Imagina que estás frente a una persona. Y que esa persona tiene todas las señales del enojo, la ira, la molestia, la rabia...

Su mirada es fija, dura, casi violenta.

Su boca apretada con fuerza.

Su cara tensa y crispada.

Sus palabras casi mordidas.

El volumen de su voz subiendo.

Por momentos cierra los puños.

En otros momentos levanta su dedo índice como si fuera una espada.

Y está acusando a alguien.

Diciendo algo muy desagradable acerca de ese alguien.

Bien. Ahí está la persona enojada.

¿Te gustaría ser como ella? ¿Te identificas con esa persona? ¿Crees que refleja tu propia personalidad?

¿La elegirías como pareja? ¿Quisieras que la persona fuera tu amiga o tu socia? ¿Tendrías confianza en ella?

¿Sentirías afecto por esa persona?

No.

La respuesta es siempre que no.

No es imposible, pero es muy difícil que la persona enojada despierte simpatía, identificación, confianza o afecto.

Muy pero muy difícil.

Porque una persona enojada habitualmente despierta en los demás una de las siguientes 2 reacciones emocionales:

1. enojo
2. miedo

Sin embargo, es notable la cantidad de políticos que aparecen enojados en los medios de comunicación. En debates, discursos, entrevistas...siempre enojados.

Parecen creer que su enojo va a despertar ecos favorables en el público.

Pero no.

Su enojo despierta ecos negativos. Y levanta una barrera psicológica entre él y la gente. Aún cuando eventualmente tenga razones válidas para estar enojado.

Porque lo que va a quedar en el cerebro de quien lo escucha y/o ve no son sus razones. Lo que va a quedar grabado a fuego es su enojo.

La calma es tu mejor aliado en un debate.

La calma real, la paz, la tranquilidad interior. Real, no fingida. Recuerda que las cámaras permiten que la gente te vea a centímetros de distancia. Ven tus ojos, tu manera de mirar, tus pequeños gestos, tu boca, tu mandíbula, tus manos.

Y la gente se da cuenta si estás enojado.

Nunca lo olvides: en política, el que se enoja pierde.

Tal vez no solo en política...

Me

Francia: Debate Royal-Sarkozy

Veamos un caso práctico de debate televisivo que nos permite tomar algunos apuntes interesantes. En el año 2007 vi en directo, por la televisión francesa, el debate presidencial entre Segolene Royal y Nicolás Sarkozy.

Un primer apunte interesante: el formato televisivo del debate

Muchos debates en EEUU y América Latina presentan a los contendientes parados y en un plano general que los ubica mirando hacia la cámara. El debate francés, en cambio, los ubica en plano general sentados y frente a frente.

Esto los obliga a mirarse a la cara mientras se hablan, proporcionándole al público más información ya que ve a los candidatos bajo mayor tensión.

Otro buen detalle es que el televidente está viendo cuántos minutos consume cada uno, y lo ve al segundo y en tiempo real. O sea que también se evalúa cómo administra su tiempo cada candidato. No debemos perder de vista que la administración del tiempo es vital para un Presidente y para cualquier cargo ejecutivo. Administrarlo mal en el debate es una pésima señal que ya está hablando mal de sus condiciones ejecutivas.

Por otra parte es digno de señalar el cuidado estético de la escenografía y de todo el trabajo de cámaras realizado por la televisión francesa. No es un dato menor, porque eleva el estándar para los cuidados estéticos de los candidatos (vestimenta, accesorios, colores, corte del cabello)

Un segundo apunte: el funcionamiento del debate

Muy poca y muy sobria participación de los dos periodistas que lo conducen. No son las estrellas ellos. El foco está en los candidatos. Tanto Royal como Sarkozy autoadministran en buena medida sus participaciones, sin necesidad de un gran control externo sobre el cumplimiento de los tiempos y las normas acordadas. Un debate civilizado, sin algunas transgresiones que a veces parecen tan caras a los latinos.

Tercer apunte: Segolene

Es una mujer carismática, renovadora e inteligente.

Sin embargo, en el debate de aquella noche, se jugó más por la agresividad que por el encanto. Tal vez hizo eso para intentar cerrar la brecha que todavía tenía su imagen entre los franceses cuando dudaban de su capacidad de mando y firmeza.

A su vez mostró una postura corporal muy rígida y dura, carente de gesticulación. Sus brazos y sus manos estaban muy quietos, y su musculatura facial muy contracturada. El rápido y permanente pestañeo delataba su tensión apenas controlada.

Cuarto apunte: Sarkozy

Tal vez menos carismático que Segolene, pero también renovador e inteligente.

Se jugó por una postura más abierta, más serena y flexible.

Habló con todo el cuerpo, con la expresividad de los ojos, con los brazos y las manos

Quinto apunte: el momento crítico

Frente a una explicación de Sarkozy, Segolene se rió burlona y lo interrumpió con una dura ironía.

Sarkozy le preguntó, serenamente, por qué cuando alguien pensaba diferente que ella entonces era motivo de ironía y agresividad. Y agregó que cuando él discrepaba con ella simplemente explicaba su posición para que sean los franceses quienes decidan.

Segolene se enojó y el malestar fue evidente en el endurecimiento de su mirada y de sus rasgos.

El episodio se repitió varias veces en forma similar a lo largo del debate.

Ya sabes que el que se enoja pierde.

Sexto apunte: las estrategias

Sarkozy apuntó a perfilarse como hombre de Estado, resaltando que un Presidente debe tener una actitud tranquila y responsable.

Royal jugó la carta de la dureza (ya sea por estrategia o por personalidad) para resaltar que tiene la firmeza como para conducir al Estado francés. Tal vez hubiera sido una estrategia más correcta profundizar en la carta del encanto y la inteligencia que tan bien había desarrollado en la campaña electoral antes del debate.

Séptimo apunte: el ataque y la defensa

Me queda la duda de si lo de Segolene fue estrategia o no. Porque tal vez su punto débil sea no saber defenderse, y cuando vio cuestionadas algunas de sus ideas no lo pudo soportar y no pudo controlar el enojo.

¿Atacó por estrategia?

¿Atacó por no saber defenderse?

¿O atacó por una característica de su personalidad?

En cualquier caso su fallo no fue atacar en sí mismo. Su fallo fue enojarse. Y las cámaras no tuvieron clemencia (nunca la tienen) y mostraron a pleno su enojo.

Octavo apunte: ¿quién gana?

Antes del debate Sarkozy venía primero. Ya había sido más votado en la primera vuelta presidencial y seguía primero en intención de voto para la segunda vuelta.

En algunos aspectos el debate televisivo fue parejo, pero la irritación notoria de Royal le impidió superar a su rival.

Pocos días después Nicolás Sarkozy fue electo Presidente de Francia.

Primer debate entre Bush y Kerry

Te invito a retroceder en el tiempo hasta el año 2004 para ver otro caso práctico.

En la Universidad de Miami (Florida, USA) y frente a 50 millones de espectadores, George W. Bush y J.F. Kerry se enfrentaron en su primer debate televisivo.

El ciclo de debates fue minuciosamente reglamentado por los equipos de ambos candidatos. El resultado fue un extenso documento en el cual se establecieron fechas, lugares, temas y un extenso conjunto de detalles que abarcan desde los ángulos de las cámaras hasta la temperatura ambiente del estudio televisivo.

¿Quién ganó?

Esta es la pregunta que siempre surge en estas instancias.

Observadores y periodistas norteamericanos insistieron en que el vencedor fue Kerry.

En efecto, el desafiante apareció como más contundente, más rápido, más preciso, más agresivo y con una argumentación más sólida.

Sin embargo las cosas no son tan sencillas. Por varias razones:

1. Bush era el Presidente de un país en guerra y altamente preocupado por su seguridad nacional. Este contexto juega a su favor siempre que se traten temas bélicos, por más que su rival pueda lucirse.

2. Bush encabezaba las encuestas. En tal situación quien tiene la obligación de ganar claramente es el desafiante, no el líder del mercado. O sea que Bush gana con el empate, e incluso con una derrota decorosa.
3. Muchos analistas menosprecian el carisma de Bush frente a los ojos del público de los Estados Unidos. Grave error. En su gestualidad, en su mirada, en su semisonrisa y hasta en sus vacilaciones al comenzar alguna respuesta, hay algo que seduce a un sector importante de los americanos. Kerry en cambio parece más cerebral y frío, más rígido y menos cercano que el Presidente.
4. Muchos cuestionan que Bush repita incesantemente las mismas ideas y conceptos, y lo consideran una forma de pobreza argumental y hasta intelectual. Sin embargo, es posible que esa repetición de las ideas fuerza sea una virtud comunicacional que logra que las mismas hagan carne en el tele-espectador.

Primer debate, pues.

Kerry fue un claro ganador para los periodistas, los intelectuales, la gente de la cultura, los artistas, los analistas y los universitarios.

Pero el desempeño de Bush iba dirigido a otro público, ubicado en lo profundo del interior de los Estados Unidos, en los pueblos, en las pequeñas ciudades, en el campo, entre los conservadores y los preocupados por la guerra.

Y fue suficiente para mantenerlo al tope de las encuestas.

Pero hay algo más.

Porque otro criterio para saber quién ganó el debate es el cronómetro.

Sí: un simple cronómetro.

¿Cual fue el tema que se habló durante más tiempo en el debate? Sumados uno y otro candidato.

En este caso de lo que más tiempo se habló fue de la guerra.

¿A quién favorece que se hable de ese tema? ¿Cual de los candidatos es más fuerte en ese tema?

Pues en este caso Bush, como Presidente de un país en guerra.

Entonces ese será el ganador.

Y George W. Bush fue nuevamente electo como Presidente de los Estados Unidos de América.

Macri, Telerman y Filmus debaten por Buenos Aires

Volvemos a avanzar en el tiempo para volver al año 2007 buscando otro caso práctico para analizar. Y nos vamos del norte hacia el sur, hacia Buenos Aires, capital de la República Argentina.

3 eran los principales candidatos a Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires: Daniel Filmus, Mauricio Macri y Jorge Telerman.

Y los 3 se enfrentaron durante más de dos horas en un debate televisivo organizado por el programa 'A dos voces' del canal de cable TN.

Telerman, por entonces Jefe de Gobierno porteño, sacó en este debate una apreciable ventaja sobre sus competidores. Aunque luego perdió la elección con Macri.

Vamos al análisis de lo ocurrido:

1. Telerman ocupó la posición central en el estudio televisivo, ubicación privilegiada por la percepción del espectador. Sus rivales, en cambio, quedaron ubicados en lugares laterales, habitualmente decodificados como menos relevantes.
2. La escenografía le aportó un plus a Telerman, ya que hablaba sobre un fondo predominantemente blanco (color que transmite pureza, limpieza y claridad) mientras Macri y Filmus lo hacían sobre un fondo rojo (color del peligro, la advertencia, la estridencia y la agresividad).
3. La cámara más cruel en los debates es, siempre, la que enfoca al que no está hablando y que por eso mismo controla menos su gestualidad. ¿Qué hacía cada uno mientras hablaba otro? Telerman lo miraba seriamente, evidenciaba atención y escucha, mantenía una actitud tranquila y

equilibrada y a veces asentía con la cabeza. Macri lo miraba de reojo con gesto agresivo, y Filmus hacía movimientos bruscos que iban desde la cabeza gacha con la mirada hacia abajo hasta la cabeza levantada con la barbilla muy arriba (como pasando de la sumisión a la soberbia en pocos segundos).

4. La gestualidad de Telerman fue más expresiva, hablando y subrayando con la cara, los brazos y las manos en un discurso no verbal muy bien integrado al discurso verbal. Macri apareció como algo más rígido, y Filmus se movía sin dominio del espacio televisivo (hasta saliendo por fuera del encuadre por momentos).
 5. Telerman mostró mayor riqueza de matices en su voz, logrando una expresión con mayores componentes emocionales.
 6. El discurso verbal de Jorge Telerman presentó más variantes: utilización del humor, empleo de metáforas, apelaciones directas al elector y a sus propios rivales, manejo de algunos silencios, referencias concretas y específicas a asuntos vividos por la gente, poder de síntesis, claridad expositiva, concentración en pocos temas y utilización de fórmulas simples y de buena recordación (por ejemplo, que uno de sus rivales es el candidato sometido a los intereses económicos de los empresarios que contratan con el Estado y que el otro es el sometido a los intereses políticos hegemónicos del gobierno central).
 7. El discurso verbal de Filmus y Macri fue más conceptual y genérico, tal vez más intelectual y más alejado del lenguaje cotidiano. Además ambos intentaron abarcar muchos temas y carecieron de la síntesis exigida por el televidente de hoy.
 8. Macri y Filmus permitieron el dominio verbal de Telerman: lo dejaron cerrar varios temas con una sentencia final, pidieron permiso para decir algo, pidieron permiso para hacer una propuesta, y en ocasiones se dirigieron a su rival como si fuera el moderador del debate.
 9. Macri intentó posicionarse como el hombre de las propuestas. Pero Telerman aceptó el reto y lo aprovechó para reposicionarse a sí mismo,
-

reiterando que las propuestas son buenas pero que mejor es la acción (con la cual él mismo se identificó por ser el actual Jefe de Gobierno de la ciudad).

10. Filmus contó con un buen recurso: unos carteles grandes y bien hechos que resumían algunos puntos clave. Pero los utilizó mal, sin darle tiempo a las cámaras para registrarlos adecuadamente (ya sea porque él mismo los quitaba demasiado rápido de las cámaras o porque los mostraba en momentos inadecuados donde la propia lógica del debate impedía que la imagen se concentrara en los carteles).
11. Macri y Filmus parecían actuar como si estuvieran en una reunión política transmitida por televisión, mientras que Telerman dominaba con claridad la lógica televisiva y se adaptaba a ella y sus extremos de show y espectáculo.
12. En todo momento Telerman apareció como más seguro, más tranquilo, más estable y más contundente. Incluso no vaciló en aceptar ideas de sus rivales como forma de neutralizarlos.
13. La presencia visual de Jorge Telerman dominó por completo la escena: estilo Yul Brinner, calva reluciente, vestimenta impecable, modales correctos, dominio de sí mismo, gestos de cortesía y postura erguida.

En definitiva: Telerman aprovechó la oportunidad del debate televisivo y derrotó claramente a sus rivales en la carrera hacia la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Pero...

Ganó el debate, lo dominó y eclipsó a sus rivales. Pero perdió la elección. Y el ganador fue Mauricio Macri.

La primera lección a extraer es que no basta con ganar un debate. Es el conjunto de la campaña electoral el que hay que ganar.

Por supuesto que importa el debate televisivo. Y lo que hizo Telerman fue muy bueno y hay que estudiarlo. Pero el debate es uno de los aspectos de la campaña. Uno de ellos.

Y la otra lección es, justamente, que un candidato puede ganar una elección aunque no brille en un debate en televisión.

Macri no brilló.

Pero hizo las cosas razonablemente bien.

O sea:

1. No cometió errores.
2. Mantuvo férreamente su estrategia de campaña.
3. Se mostró serio y ejecutivo.
4. No debatió con los otros dos sino que se limitó a hacer propuestas para Buenos Aires.
5. Siguió construyendo su imagen de Jefe de Gobierno.

El debate lo ganó Telerman si pensamos en la táctica, en los movimientos realizados durante esas dos horas, en el corto plazo, en el brillo frente a rivales opacos.

Pero Macri ganó la batalla estratégica.

Porque hizo que el debate no fuera un momento espectacular sino apenas un eslabón más de toda su campaña electoral.

Eso también vale.

Y Mauricio Macri ganó la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Rajoy, Rubalcaba y los 20 errores que no deberías cometer en un debate televisivo

Veamos otro caso práctico.

En esta oportunidad la máquina del tiempo nos lleva hasta 2011. Y vamos hacia el norte, cruzando el Océano Atlántico, hacia España.

Elecciones generales españolas del año 2011. Debate televisivo entre los candidatos presidenciales Mariano Rajoy (Partido Popular) y Alfredo Pérez Rubalcaba (Partido Socialista).

Te propongo repasar algunos de los errores más notorios que cometieron para que los tengas en cuenta a la hora de debatir con alguien o de ayudar a un candidato a prepararse para un evento así.

¿Por qué pasar revista a los errores?

Porque se aprende más de ellos que de los aciertos.

¿Voy a hacer un listado exhaustivo?

No. Solo unos cuantos errores pero que sean lo suficientemente ilustrativos.

¿Diré cual fue el candidato que cometió tal o cual error?

Tampoco.

Puede ser una experiencia interesante desligar el error del candidato para verlo por sí mismo, en su esencia.

¿Entonces Rajoy y Rubalcaba no tuvieron acierto alguno?

Sí los tuvieron. Muchos. Por algo están donde están. Pero ya lo dije: se aprende más de los errores.

Atención entonces. Aquí están los errores:

1. Colocar siempre un brazo cruzado por delante del pecho, como si se sostuviera un escudo o se pusiera una barrera. El gesto revela a una persona a la defensiva y muy preocupada por los embates que presuntamente recibirá.
 2. Comenzar muchas intervenciones repitiendo “eh...eh...eh”, como si las palabras del otro lo hubieran desacomodado y no atinara a dar una respuesta clara. El público percibe que hay un tiro que dio en el blanco.
 3. Descuidar detalles de la apariencia, como por ejemplo la corbata groseramente torcida o la camisa que parece o demasiado holgada o algo arrugada.
 4. Mirar de reojo hacia la nada. No hacia el presentador ni hacia el otro candidato ni hacia la cámara misma...sino hacia ese improbable lugar donde supuestamente no hay nadie.
 5. Sonreír irónicamente mientras se mira al otro y se levanta apenas uno de los costados de la boca en gesto de desprecio. La ironía es un placer para los ya convencidos pero no mueve un pelo a los indecisos.
 6. Buscar con la vista, de un modo sistemático, los papeles que tiene sobre la mesa. El televidente puede concluir que el candidato no tiene las ideas tan claras y definidas.
 7. Mirar al oponente y bajar rápidamente la vista en un gesto que la gente puede interpretar como de vergüenza o temor.
 8. Decir que de tal tema no se quiere seguir hablando y cruzarse de brazos, señalando así con el gesto y la palabra que el otro está pegando en una zona sensible.
 9. Adoptar una postura corporal encorvada, inclinando el torso hacia adelante y la cabeza hacia abajo, casi como en un ritual de sumisión hacia el otro al que gestualmente se está reconociendo como ganador.
 10. Reaccionar tibiamente cuando el otro lo acusa de mentir. La debilidad en la mirada y en la actitud corporal, en el tono y en el volumen de la voz,
-

opacan cualquier respuesta por sólida que sea. Y más en tiempos de crisis, cuando la gente busca gobernantes firmes y tiende a huir de quienes aparentan mayor fragilidad.

11. Ubicar permanentemente al rival en el rol de futuro gobernante. Aunque sea para atacarlo, pero lo que queda en el cerebro del votante es esa imagen del otro como Presidente.
12. Afirmar que el otro está dando una clase sobre el tema que más importa al electorado. Aunque se pretenda disminuir el efecto con algún adjetivo o alguna afirmación posterior, de todos modos el efecto ya está logrado y es a favor del rival.
13. Si se es candidato del partido de gobierno, no insistir con una idea fuerza central que sea poderosa, que sea casi un eslogan y que ponga en valor a ese gobierno más allá de las crisis y los errores.
14. No apelar a las emociones que ligan a la gente (aún la descontenta) con el partido que ha sido mayoritario cada vez que ha impulsado a sus simpatizantes a votar con todas las fuerzas. Sin emociones, sin historia jerarquizada, sin valores compartidos, sin leyendas y mitos partidarios... pues todo se reduce a evaluar a un gobierno en medio de una crisis. Casi nada.
15. Olvidar la gestión propia que tenga el candidato en alguna de las áreas de gobierno, dejarla de lado, no convertirla en uno de sus ejes discursivos y en una de sus características diferenciales.
16. Colaborar con un final de debate bucólico, tranquilo e igualador...cuando se viene perdiendo la elección y es obligación intentar torcer el rumbo de los acontecimientos.
17. No transmitir con las palabras algunas imágenes visuales poderosas que pueden quedar ancladas en el cerebro del electorado.
18. No dirigirse nunca al público para buscar complicidad en la deconstrucción del discurso del otro, sino limitarse al toma y daca con el rival.

19. Atacar al rival con formulaciones bastante racionales, conceptuales y políticas...y no pintar con colores crudos y dramáticos los efectos concretos que las políticas atacadas tendrían sobre la vida real de las personas de carne y hueso.
20. No ser contundente. Cuando la situación política es crítica para el candidato, el partido o el gobierno...pues ya no sirve intentar ganar por puntos. Hay que ganar por nocaut.

Repasa los errores. Vuelve a leerlos. Aprende de ellos.

Y espera.

Tarde o temprano llegará tu momento.

Y los errores de Rajoy y Rubalcaba te ayudarán a evitar muchos de tus propios errores.

Ya sabes: aprende y espera.

30 ideas sobre los debates televisivos

Más allá de los ejemplos, más allá de los errores y más allá de los mitos que rodean a los debates políticos en televisión, más allá de todo eso podemos reafirmar algunas ideas centrales para pensarlos mejor y para planificarlos mejor.

Comparto contigo 30 ideas finales sobre el tema:

1. El electorado no está esperando ansiosamente el gran debate televisivo que le permita decidir su voto. A muchos políticos les cuesta entenderlo, pero la gente básicamente vive, trabaja, se ocupa de sus cosas, de su familia, del deporte, de su entretenimiento, de su salud, del amor, del sexo, de la vida cotidiana. La política no es el centro de la vida de la gente. La campaña electoral tampoco. Los debates menos aún.
2. Si se programa un debate y el mismo es muy difundido en los medios de comunicación, pues entonces sí se convierte en foco de atención y suele ser un punto bastante alto del rating televisivo.
3. El candidato que va ganando no necesita debatir. Si va primero con cierta comodidad, lo que más necesita es una campaña corta y donde no pase casi nada. Que el tiempo pase rápido, que no hayan temas polémicos y que el clima de campaña sea como un mar sereno y quieto. ¿Para qué arriesgar?
4. Hay un escenario en el cual el candidato que va primero necesita debatir. Es un único escenario: cuando el segundo no está demasiado distante y además está creciendo y viene con todo el impulso. En ese caso al primero le conviene debatir para frenar ese impulso de su competidor.
5. Pase lo que pase en el debate, los votantes firmes de uno y de otro verán siempre como ganador a su candidato y no al adversario.

6. Cada candidato tiene votos imposibles: un cierto segmento del electorado que jamás lo votará. Para ese segmento no importa lo brillante que pueda ser su desempeño en el debate. De todos modos nunca lo votará.
7. La puntería es crucial en los debates. O sea que cada uno debe tener precisamente definido a qué sectores del electorado se dirige específicamente. Si pretende hablarle a toda la sociedad simultáneamente, pierde. Y también pierde si solo les habla a los votantes duros propios o ajenos.
8. El debate en televisión no es una riña de gallos donde gana el más agresivo ni el que luce más enojado ni el que despliega mayor ironía ni el que hace juegos de palabras más ingeniosos.
9. El público no es virgen. O sea: no se sienta frente al televisor con su cerebro como si fuera una hoja en blanco. Por el contrario: tiene recuerdos, experiencias, vivencias, emociones y juicios previos vinculados a los candidatos. Aún cuando no sepa a quién va a votar.
10. Las personas que no han decidido plenamente su voto se van decantando por los rechazos. Aún si el debate no les sirve para decidir a quién van a votar, de todos modos les sirve para afirmar a quien no van a votar.
11. El debate televisivo es televisión. Eso: televisión. No es un debate parlamentario. No es la discusión de una ley. No es un intercambio teórico ni académico ni intelectual. Es televisión. Entonces pesa con mucha fuerza la imagen, el sonido y la emoción.
12. Lo que impacta de modo más duradero al espectador del debate es la personalidad de los políticos. En particular los rasgos vinculados a la energía y a la afabilidad.
13. Es importante diferenciarse visualmente de los demás candidatos. Si todos están vestidos de oscuro y uno de claro...es fácil saber que este último atraerá más las miradas del público.

14. La mayor estatura de un candidato respecto a sus adversarios ayuda a que la gente lo perciba como más sólido, firme y confiable. No determina el resultado, por supuesto. Pero ayuda.
 15. Un candidato de voz grave es percibido como más persuasivo que uno de voz aguda.
 16. La tranquilidad y la paz ayudan mucho más que el nerviosismo y la agitación.
 17. La soberbia mata. Un candidato puede ser demoledor en sus intervenciones y en sus réplicas, pero si su gestualidad lo muestra como soberbio...pues la única demolición que logrará será la de su propia imagen.
 18. Los candidatos deben prepararse para los debates. Y prepararse mucho. En los temas, en los argumentos, en las ideas-fuerza, en las preguntas que pueden surgir, en las acusaciones que le harán, en las ideas que plantearán los otros, en su estrategia y en la de los demás.
 19. Es vital pero muchos no lo tienen en cuenta. El candidato tiene que estar bien descansado y tranquilo. Si llega agotado y lleno de stress al debate, entonces sus chances de perder crecerán y mucho.
 20. Quien confía ciegamente en su capacidad de improvisar camina alegremente hacia el abismo. Para un debate televisivo hay que ensayar. Sí: ensayar. Y entrenarse.
 21. Cada campaña electoral debería tener claro qué emoción pretende transmitir al segmento de público al que se dirige durante el debate. Emoción. Ideas centrales sí. Pero emoción.
 22. El tono monocorde generalmente aburre. Para un buen desempeño en un debate televisivo importa mucho explorar los matices de la voz, los cambios de tono, la entonación afectiva, las subidas y bajadas de volumen.
 23. Algunos candidatos olvidan sus manos fuera del estudio televisivo. Pero las manos importan, son herramientas de comunicación que ayudan mucho a transmitir las ideas.
-

24. La gente no es tonta y sabe espontáneamente decodificar la mentira y la falsedad. Vale la pena tenerlo en cuenta. Siempre.
25. Es mala idea fingir una emoción. También es pésima idea fingir que alguien es una clase de persona que en realidad no es. Insisto: la gente se da cuenta.
26. Hablar con imágenes suele tener un efecto perdurable sobre los espectadores del debate. Para eso no basta con mostrar elementos visuales sino que también hay que construir imágenes con las palabras.
27. Menos es más. Pocos argumentos convencen más que muchos. Pocas ideas centrales resultan más memorables que muchas. Pocos ejemplos son más contundentes que muchos.
28. Gana el debate televisivo quien persuade a su público objetivo. Lo cual significa que a veces uno gana y otros pierden, a veces gana más de uno, a veces ganan todos y a veces pierden todos.
29. Muchos debates televisivos se ganan antes del debate, en la minuciosa negociación sobre sus condiciones. El diablo está en los detalles, ya sabes.
30. La mayor parte de las veces ganar un debate es una construcción social que ocurre después del debate mismo. Porque se apagan las cámaras y comienza el segundo tiempo: entonces entran a la cancha las repercusiones, los comentarios, los medios de comunicación, las redes sociales, las conversaciones, las polémicas...Lo dicho: construcción social del ganador.

Los debates políticos en televisión son apasionantes: antes, durante y después de que ocurran. Y también lo son aún si no ocurren. Siempre aparecen, por acción o por omisión. Y despiertan polémicas.

Estrategia es una de las palabras clave. Personalidad del candidato, también. Construcción social del ganador. Y por supuesto comunicación. Buena comunicación.

Cómo Ganar Votos y Construir Poder Político.

**¿Estás listo para avanzar mucho más lejos en política?
Maquiavelo&Freud Premium es la herramienta más completa...**

Click Aquí para Informarte

El libro que acabas de leer cubre aspectos básicos necesarios para todo aquel que trabaja en política...pero solo es el comienzo.

Si quieres ir mucho más allá, entonces tendrás que profundizar.

Maquiavelo&Freud Premium es un sistema que te enseña cómo funciona el cerebro del votante y que te explica paso a paso cómo construir tu campaña electoral a partir de esa comprensión.

Los 2 pilares sobre los que se asienta el sistema son el conocimiento científico aportado por la psicología política y otras ciencias sociales y la experiencia práctica de centenares de campañas electorales.

Son 300 páginas de texto y 3 horas de audio que serán tu guía estratégica para lograr tus metas en el mundo de la política.

Click Aquí para Descubrir los Beneficios que te da Maquiavelo&Freud Premium