

Introducción

José Rúas Araújo

Julia Fontenla Pedreira

En la academia y el ámbito profesional faltaba un manual que analizase, en perspectiva comparada, el antes, durante y después de la celebración de uno de los acontecimientos de más impacto de las campañas, como son los debates electorales televisados, bajo una perspectiva holística y con visión caleidoscópica.

Políticos, profesionales de la comunicación y responsables de las cadenas de televisión, se quejaban con frecuencia de la escasa producción y referencias académicas al respecto, tanto a nivel general, como en el caso concreto de nuestro país, de ahí el proyecto de investigación, iniciado hace tres años, sobre «Debates electorales televisados: Modelos, Proceso, Diagnóstico y Propuesta» (CSO2017-83159-R), un proyecto de I+D+I (Retos) financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Este libro es resultado del mismo y reúne a diversos investigadores procedentes de distintas universidades de ámbito nacional e internacional.

Un libro que analiza tanto la fase previa, de negociación de un debate electoral (la trastienda o *backstage*, en términos de puesta en escena), como la producción y realización y todos los elementos que se suceden durante la celebración de este evento, en cuanto a disposición y contenido, además de lo que se genera después del mismo, en términos de alcance, repercusión y efectos sobre las audiencias.

La obra comienza con la frescura descriptiva de lo ocurrido en las recientes elecciones del pasado mes de noviembre de 2020 en USA, en las que Donald Trump y Joe Biden se enfren-

taron en varios debates, marcados —hasta los minutos previos de cada encuentro— por la necesaria distancia, los controles de temperatura y salud de los contendientes, como consecuencia de la pandemia del Coronavirus. Una serie de debates presidenciales americanos cuya preparación comenzó un par de años antes, cuando distintas entidades, organizaciones y cadenas se ofrecieron a patrocinarlos, poniendo de manifiesto dos concepciones enfrentadas a la hora de enfocar los debates electorales por parte de los distintos canales y países: como un programa más y negocio publicitario —o cuando menos, un recurso de autopromoción de las cadenas— o como servicio público y elemento fundamental del ejercicio democrático y el fomento de la discusión ciudadana.

La evolución de los debates televisados ha provocado distintos cambios en su forma y contenido, tal y como se analiza en varios capítulos. Desde el punto de vista formal, los intentos de innovación por parte de los canales chocan con el escaso margen, restricciones e intentos de control por parte de los políticos y sus asesores, con la intención de minimizar los riesgos, convirtiéndolos en monólogos encorsetados y cuestionando, incluso, el papel de los moderadores, como simples controladores de los tiempos de intervención y víctimas del diseño y realización aséptica y neutral de la contienda, en lugar de erigirse en periodistas que ejercen como altavoces de la ciudadanía.

Igualmente, esta evolución ha afectado al contenido, agendas y temas de interés de los debates. En este aspecto, la inevitable relación entre políticos y periodistas (amistades peligrosas, según algunos críticos) ha provocado cierto ensamblaje entre la agenda política y mediática, dejando de lado, en ocasiones, la agenda y prioridades de los ciudadanos, lo cual ha provocado un cambio en la relación de las audiencias, motivado por la influencia de las redes sociales, como nuevos foros de debate público, y la influencia de las denominadas segundas —y hasta terceras y cuartas— pantallas, que extienden el debate más allá del tradicional plató de TV y aparato de televisión.

También en cuanto a su contenido, los debates electorales televisados experimentaron, con el paso de los años, cambios en

el lenguaje, ahora menos ampuloso y retórico y más coloquial y hasta agresivo, con metáforas cotidianas y nuevos elementos metadiscursivos, acompañados de una potenciación de la comunicación no verbal, influidos al mismo tiempo por la búsqueda de nuevas audiencias más allá de los tradicionales foros de debate político y la progresiva evolución hasta el denominado *infotainment* y *politainment* —géneros híbridos entre la información y el entretenimiento. Una batalla por el relato, en lugar del debate de ideas, que encuentra en la televisión el medio ideal para la espectacularización de la política, la difusión de rumores, chismes, verdades a medias, realidades falseadas y datos inciertos, que hacen del *fact-checking* un recurso obligado por parte de las televisiones en los debates electorales, como veremos a lo largo de las siguientes líneas.

Una evolución —o estancamiento, dependiendo del caso— también en cuanto a los aspectos normativos, con el ejemplo de España presente, por su reiterado incumplimiento de los plazos para poner al día su legislación audiovisual, con un gran desfase y dispersión de políticas de comunicación y sin un marco legal que incluya las redes digitales, al contrario de lo que está ocurriendo en otros estados.

Aspectos todos ellos que, en definitiva, se analizan en este libro de debate sobre los debates electorales televisados. Un debate que plantea la propia supervivencia, fragilidad y legitimidad social de este clásico acontecimiento y ritual, propio de toda campaña electoral, ante los retos de futuro del actual ecosistema audiovisual.

PRIMERA PARTE

Debates electorales televisados: regulación, tipología,
estructura y formatos. Análisis comparado

Una institución frágil: Debates electorales televisados en Estados Unidos 2020

Alan Schroeder

Northeastern University
[alandschroeder@comcast.net]

La elección presidencial estadounidense de 2020 demuestra que los debates electorales son una institución frágil, sujeta a los caprichos de sus participantes. Los debates dependen de una visión compartida, un marco acordado para lo que se supone que es el ejercicio. Cuando uno de los candidatos —en este caso, Donald Trump, del partido republicano y presidente de los Estados Unidos de América— se niega a aceptar este entendimiento básico, los debates degeneran en un caos, o no ocurren en absoluto. Se ha dicho que todo lo que toca Trump sale mal; lamentablemente, esta declaración se aplica también a los debates presidenciales estadounidenses.

El fenómeno de los debates electorales televisivos a nivel nacional comenzó en los Estados Unidos en 1960 y, a excepción de una brecha de 16 años, los debates han sido desde entonces una característica de todas las elecciones presidenciales estadounidenses. Pero a pesar de esta larga trayectoria, los debates siempre han dependido de diversos factores externos, entre los que destaca la voluntad de participación de los candidatos. Aunque se espera que los candidatos presidenciales estadounidenses se enfrenten a sus rivales en debates cara a cara, no están obligados por ley a hacerlo, como es el caso en otros países.

Cuando John F. Kennedy y Richard Nixon se reunieron para su histórica serie de cuatro debates televisivos en 1960, se estaban embarcando en un experimento que tendría implicaciones duraderas para las campañas, no solo en los Estados Unidos

sino en todo el mundo. Sin embargo, otra década y media pasaría para que los nominados presidenciales estadounidenses volvieran a reunirse en el escenario del debate. Incluso cuando otros países experimentaron con sus propios debates televisivos —entre ellos, Holanda, Canadá, Dinamarca y Francia— fue necesario un realineamiento de las estrellas políticas para que Estados Unidos reviviera la tradición.

En 1976, con dos candidatos más o menos emparejados, los debates presidenciales se reanudaron en los Estados Unidos porque ambos contrincantes (el titular Gerald Ford y el retador Jimmy Carter) vieron beneficios al participar. Cada elección posterior ha incluido al menos un debate entre los principales candidatos a la presidencia. El número habitual son tres debates presidenciales y un solo debate entre los candidatos a la vicepresidencia, pero algunos años han presentado solo dos debates, y en 1980 hubo un solo cara a cara entre Jimmy Carter y Ronald Reagan.

A pesar de la larga historia de debates los candidatos en los EEUU —al igual que sus contrapartes en todo el mundo— no siempre han mostrado entusiasmo por participar. Pero durante muchas décadas, los candidatos presidenciales estadounidenses han tenido pocas opciones con debates. Los votantes esperan debates porque estos les dan la oportunidad de actuar como jefes en una entrevista de trabajo. Un candidato que se muestra reacio a participar en un debate es como un solicitante de empleo que espera que le entreguen el puesto sin pasar por el proceso necesario.

Trump y los debates de 2020

Durante las semanas previas a los debates de septiembre y octubre de 2020, Trump y sus asesores enviaron señales contradictorias sobre su voluntad de debatir, sembrando dudas sobre la existencia de debates mucho antes de que estuvieran programados. La campaña de Trump dio el paso raro de exigir cuatro debates en lugar de tres con Biden, aunque normalmente es la

campana perdedora la que busca más debates, mientras que la campana a la cabeza quiere menos.

Trump también dio el audaz paso de proponer una lista de presentadores de televisión a los que quería como moderadores para los debates de 2020, una maniobra que ningún candidato anterior había realizado. Para sorpresa de todos, la lista incluía a numerosos aduladores de Trump, muchos de la red de televisión derechista Fox News. La lista de moderadores propuesta por Trump era tan ridícula que parecía casi una sátira política. Un mes después, cuando se anunciaron los moderadores reales, ninguno de los periodistas seleccionados para el puesto provenía de la lista de Trump, lo que provocó más quejas del equipo de Trump.

Quizás el elemento más extraño de la estrategia de Trump previa al debate fue posicionar a su oponente demócrata de 77 años, el ex vicepresidente Joe Biden, como tan senil que apenas podía articular una oración coherente. Durante décadas las campañas presidenciales han adoptado exactamente el enfoque opuesto antes de un debate: inflan la habilidad de su oponente y minimizan la propia. El objetivo es establecer expectativas antes del debate que luego se pueden superar cuando un candidato da un buen desempeño.

La campana de Trump alegó además que Biden tenía miedo de participar en cualquier debate y que, en última instancia, se negaría a reunirse con Trump cara a cara. Incluso como «spin», esta afirmación no tenía sentido. De hecho, Biden aceptó las fechas y formatos propuestos por el patrocinador de los debates tres meses antes del primer encuentro, mientras Trump seguía vacilando hasta el último momento. Como se vio después, Trump sería el que se retiraría de un debate, el «town hall» que habría sido el segundo de la serie.

A pesar de esta postura mal considerada e infructuosa, el primer debate entre Trump y Biden sucedió según lo programado. Para Trump el debate produjo resultados horribles. Su actuación hostil y desagradable generó una oleada de reacciones negativas, incluso entre los partidarios de Trump. Interrumpiendo constantemente tanto a Biden como al modera-

dor, Trump dejó en claro que no tenía intención de participar en un intercambio de ideas. En cambio, su plan era ignorar los temas, lanzar insultos y pasar por alto las reglas, reglas que la campaña de Trump había acordado de antemano.

Como personalidad televisiva con mucha experiencia, Trump entendió muy bien que la televisión en vivo puede subvertirse fácilmente. En un debate en vivo que es visto en tiempo real por decenas de millones, nadie se responsabiliza directamente del mismo: ni el moderador, ni los debatientes, ni los patrocinadores. El responsable es el reloj. Y el plan de juego de Trump era simplemente agotar el tiempo parlotteando y acosando a todos en su línea de visión.

Trump abordó el debate no como diálogo, sino como monólogo. En opinión de Trump, tanto Biden como el moderador Chris Wallace sirvieron solo como actores de reparto, accesorios para el Trump Show. Los televidentes, no obstante, vieron a un político desesperado, desagradable y autoritario, yendo a los extremos para salvar su candidatura.

El debate vicepresidencial una semana después marcó un regreso a la normalidad. El vicepresidente republicano Mike Pence y la senadora demócrata de California Kamala Harris participaron en un encuentro más serio y tradicional, a pesar de la aparición de una mosca muy negra que se posó en el cabello muy blanco de Pence a mitad del programa.

Hubo también otra diferencia clave: para reducir el riesgo de Covid-19 los dos debatientes vicepresidenciales estaban a una distancia de unos cuatro metros entre sí, separados por una barrera de plexiglás. Esta protección había adquirido una urgencia adicional debido a la aflicción del propio Donald Trump con la enfermedad, que la Casa Blanca anunció solo unos días después de su debate con Biden.

Con Trump aún en recuperación, el personal de producción responsable de organizar los debates restantes insistió en que el segundo debate entre Trump y Biden se llevara a cabo como una reunión virtual y no en persona. Cada candidato estaría ubicado en un sitio separado, al igual que los miembros de la audiencia que harían las preguntas.

Trump rechazó esa idea y dijo que no participaría en ningún debate virtual. Por primera vez desde 1992, un debate presidencial estadounidense tuvo que cancelarse cuando uno de los participantes se negó a asistir.

La especulación se arremolinaba con respecto a un debate final programado para el 22 de octubre. ¿Trump lo boicotearía nuevamente, o su posición decreciente en las encuestas no le dejarían otra opción que participar? Después de varias semanas de quejarse de la imparcialidad del patrocinador del debate, de la afiliación partidista de la moderadora y de la selección de temas de discusión, finalmente apareció Trump. Ambos candidatos acordaron hacerse la prueba del coronavirus antes de que el programa saliera al aire; ambos dieron negativo y se dismanteló una barrera de plexiglás que se había instalado en el plató.

En respuesta a las constantes interrupciones de Trump en el primer debate, los productores anunciaron un cambio técnico para el encuentro de seguimiento: al inicio de cada uno de los seis segmentos temáticos, los dos candidatos tendrían dos minutos ininterrumpidos para hablar, con el micrófono del candidato contrario silenciado. Esta modesta medida tuvo éxito como disuasor de la mala educación, incluso más allá de los primeros minutos cuando ambos micrófonos se volvieron a encender y los participantes podían hablar conversacionalmente.

Desafiando las predicciones, Trump prestó atención al consejo de sus asesores de suavizar su tono, retroceder y dejar hablar a Biden, con la esperanza de que las propias palabras de Biden causarían problemas. A medida que avanzaba el debate, Trump volvió a su comportamiento ampuloso más habitual, cargado de teorías de conspiración sobre las finanzas familiares de los Biden que tenían poco sentido fuera del ámbito de los medios de comunicación de derecha. Aunque Trump mostró una gran mejora, y una mayor adherencia a las reglas, fue superado por el desempeño eficaz de Biden, quien ofreció un argumento final de mucho sentido común: «Sabes quién soy, sabes quién es. Míranos de cerca».

Las encuestas posteriores al debate mostraron a Biden como el claro vencedor, consolidando su condición de favorito en un momento crucial de la campaña. Se vio que Trump cometió un error estratégico al abandonar el debate intermedio de la serie, que podría haber utilizado para contrarrestar el desastre del primer debate. Cuando tuvo lugar el debate del 22 de octubre, casi un mes después, Trump tenía suficientes problemas como para asustarlo y hacer que se tomara el asunto en serio, al menos más en serio de lo que se había tomado la primera ronda.

El debate final Biden-Trump no fue un ejemplo estelar de debates electorales. Pero, para alivio de millones de votantes, se sintió mucho más como un debate presidencial tradicional que la atmósfera de circo del primer cara a cara.

Patrocinio de debates estadounidenses

Gran parte de la longevidad de los debates estadounidenses se puede atribuir a la Comisión de Debates Presidenciales (CPD, o Commission on Presidential Debates), una organización no gubernamental, independiente y no partidista que ha patrocinado todos los debates presidenciales y vicepresidenciales desde 1988. Debido a su larga y exitosa historia, la comisión ha podido ganar suficiente influencia para resistir los ataques de candidatos descontentos como Trump e imponer orden en un ejercicio inherentemente caótico y políticamente tenso.

Cabe señalar que la CPD patrocina únicamente los debates presidenciales de las elecciones generales, es decir, los debates entre los nominados de los principales partidos políticos. Por el contrario, los debates primarios entre los precandidatos a la nominación han sido patrocinados en los últimos años por las cadenas de noticias de televisión, que tienden a posicionar los debates como una forma de programación de entretenimiento. Además de incluir múltiples candidatos y múltiples moderadores, los debates primarios también incluyen publicidades, al contrario que los debates de elecciones generales

patrocinados por la comisión. La diferencia es dramática: los debates de las elecciones generales son típicamente más serios y sencillos que los debates de la temporada de elecciones primarias.

A lo largo de los años la CPD ha ganado influencia, dándole a la organización el poder que necesita para merecer la confianza de los profesionales políticos, los medios de comunicación y los votantes. Uno de sus objetivos es la transparencia. Otro es establecer un proceso que garantice que se llevarán a cabo debates, sin importar quiénes sean los candidatos. La comisión logra este objetivo al comenzar bien temprano en la planificación de los debates, incluso antes de que se sepa quiénes serán los nominados de los partidos.

Por ejemplo, la comisión comienza a solicitar propuestas con casi dos años de anticipación para copatrocinar los debates de socios interesados. Estos socios son generalmente universidades, aunque a veces también se presentan organizaciones cívicas. Para los debates de 2020, la CPD hizo su solicitud inicial de propuestas en enero de 2019. En abril de 2019 la comisión anunció que había recibido seis propuestas formales (para cuatro debates) y que comenzaría a realizar visitas a los sitios interesados para determinar cuáles eran más prácticos. En octubre de 2019, un año completo antes de los debates, la CPD hizo público el calendario de los cara a cara de 2020, junto con la lista final de sitios, algunos de los cuales cambiaron posteriormente debido a la pandemia de coronavirus.

Este anuncio también incluía los criterios de participación: para ser incluido en los debates, un candidato debía tener una «posibilidad matemática» de obtener una mayoría de votos en el Colegio Electoral (así es como se eligen los presidentes de Estados Unidos, en lugar de por voto directo de los ciudadanos) y un nivel de apoyo de al menos el quince por ciento según cinco encuestas nacionales. Estos mismos criterios se han aplicado en las últimas elecciones presidenciales, lo que ha dado lugar a debates solo entre los dos candidatos de los principales partidos. Aunque otros candidatos inevitablemente presentan desafíos legales a estos criterios,

los tribunales han apoyado a favor del requisito del quince por ciento.

En junio de 2020 la CPD anunció los formatos que utilizaría para los debates: todos los debates involucrarían a un solo moderador. El primer y último debate presidencial se dividiría en seis bloques temáticos de quince minutos, y los temas se anunciarían una semana antes de cada debate por el moderador. El segundo debate presidencial seguiría el formato de «*town hall*», con ciudadanos en lugar de periodistas planteando las preguntas. Y el debate vicepresidencial constaría de nueve bloques temáticos, cada uno de diez minutos de duración. A lo largo de su participación en los debates, la CPD ha llegado a favorecer estos formatos relativamente desestructurados como los más útiles para iluminar a los votantes.

A principios de septiembre de 2020 se anunciaron los nombres de los moderadores del debate, todos respetados periodistas con sede en Washington. El objetivo de todos estos anuncios era mantener informado al público, los medios de comunicación y el establishment político en cada paso del camino.

Normalmente esta transparencia disminuye el juego que inevitablemente tiene lugar entre las campañas, creando un proceso ordenado que no se puede manipular fácilmente. Los debates de 2020 pusieron a prueba ese proceso.

Conclusión

Como lo demuestra la experiencia de 2020 en Estados Unidos, incluso los planes bien pensados pueden salir mal, especialmente cuando un candidato errático y sospechoso se propone poner obstáculos en el camino. Trump demostró que los políticos desesperados pueden intentar socavar los debates incluso antes de que hayan comenzado, y que un debate en vivo puede ser secuestrado y convertido en una forma de telerrealidad. Afortunadamente, la serie 2020 terminó en un plano más alto de como comenzó, y parece cierto que los de-

bates presidenciales sobrevivirán en el futuro con su dignidad intacta.

Sin embargo, los debates estadounidenses de 2020 ofrecen una advertencia al resto del mundo: el ejercicio solo puede ser tan bueno como los candidatos que participan en él. Sin un respeto básico por lo que se supone que son los debates y a quién se supone que deben servir, el concepto no puede tener éxito. Incluso en el país que inventó los debates presidenciales televisados, e incluso con patrocinadores poderosos como la CPD, ésta sigue siendo una institución frágil.