



La evolución de los debates electorales, su papel e importancia¹

The Evolution of Electoral Debates, their Role and Importance

Alan Schroeder

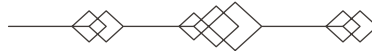
Northeastern University (Estados Unidos de Norteamérica)

<https://orcid.org/0009-0003-0178-5743> | alandschroeder@comcast.net

<https://doi.org/10.70341/ieeg.electorema01/2024.e6/13>

Recibido: 12 de junio de 2024

Aceptado: 5 de agosto de 2024



Resumen

Desde los primeros debates televisados entre los candidatos presidenciales estadounidenses en 1960, estos se han convertido en una práctica habitual de las campañas electorales a nivel mundial. Este ensayo identifica los diversos sectores interesados y analiza las prácticas recomendadas para organizar debates, de modo que redunden en beneficio de los votantes. También se describen y evalúan los diferentes formatos y sus características, incluyendo el diseño del escenario, audiencias, fechas, horarios y otros factores de la producción. De igual modo, se discuten sus limitaciones

¹ Este ensayo se basa en las investigaciones realizadas por el autor y publicadas en el libro *Presidential Debates: Risky Business on the Campaign Trail* (Nueva York: Columbia University Press, 2016).



y efectos potencialmente negativos, comenzando por algunas de las críticas más comunes que se han hecho desde su inicio, así como las problemáticas más recientes, derivadas de los cambios tecnológicos y del estilo significativamente malicioso que en la actualidad adoptan las campañas políticas. Finalmente, se ofrecen algunas conclusiones sobre el futuro de los debates electorales.

Palabras clave: debates, campañas políticas, elecciones internacionales, formatos de televisión, telerrealidad

Abstract

Since the first televised debates between U. S. presidential candidates in 1960, debates have become a standard feature of electoral campaigns in countries throughout the world. This essay identifies the various stakeholders in high-profile electoral debates and discusses recommended practices for staging these events to the benefit of voters. The different formats for debates are described and evaluated. Physical arrangements for these events are detailed, along with other production factors such as how debates are scheduled. The limitations and potentially negative effects of debates are discussed, beginning with some of the classic complaints that have surrounded debates since their inception and continuing with more recent problems stemming from technological changes and a more mean-spirited style of campaign politics. Conclusions are offered about the future of electoral debates.

Keywords: debates, political campaigns, international elections, television formats, reality television



Introducción

Deseo empezar este texto con una cuestión: ¿qué clase de líder político *no* quiere tener debates con sus contrincantes? Solamente los líderes autoritarios se niegan a tomar parte en la actividad del debate: Vladimir Putin de Rusia, Hugo Chávez de Venezuela, los hermanos Castro de Cuba, los Kim de Corea del Norte. Los debates electorales son signo de una democracia sana y una forma de la rendición de cuentas, por lo que, justamente, son eventos y actividades que los dictadores evitan rotundamente.

Los debates electorales a nivel nacional han tenido lugar en casi un centenar de países alrededor del mundo, empezando por los Estados Unidos en 1960, con la famosa serie de cuatro debates entre John F. Kennedy y Richard Nixon. Desde entonces, los votantes de casi todos los países democráticos han podido ver a sus candidatos participando en diversos debates. En Latinoamérica, el primer país en realizar debates fue Chile (el primero de ellos en 1964), mientras que los primeros debates presidenciales mexicanos tuvieron lugar en 1994. Otros países iniciaron sus debates bastante más tarde (el Reino Unido en 2010 y Argentina en 2015), pero es innegable que, hoy en día, los debates son considerados una parte integral de las elecciones en casi todos los países democráticos del mundo.

Grupos interesados

Para pensar el fenómeno de los debates electorales se deben tomar en cuenta cuatro grupos interesados especialmente importantes: los votantes, los políticos (candidatos, partidos y asesores), los medios de comunicación (prensa y redes sociales) y, finalmente, los patrocinadores y productores de los debates. Analicemos brevemente cada uno de estos grupos.

En cuanto a los votantes, ¿cuáles son los beneficios que les reportan los debates? Esencialmente, los debates funcionan de un modo análogo a una entrevista de trabajo para un puesto profesional, donde los votantes son los jefes y los candidatos son los empleados prospectivos. Los debates ofrecen a los votantes la oportunidad de comparar las opciones disponibles, cara a cara y de forma simultánea. Lo cierto es que muchos candidatos tienen miedo de debatir porque no sienten que tengan las habilidades o capacidad de control para desempeñarse en esa tarea. Cabe mencionar que eso que asusta a los políticos es bueno para los votantes.

Los debates son enormemente populares en todo el mundo. En Estados Unidos, por ejemplo, solamente el Super Bowl, el mayor evento de fútbol americano en el país, atrae a una audiencia más grande de televidentes. Además, debido a que resultan educativos y entretenidos a la vez, los debates tienen la capacidad de atraer a personas que normalmente tienen poco interés en la política. La importancia de los debates se extiende a todos los ciudadanos, por lo que no ver un debate implica perder la oportunidad de participar en la conversación nacional.

Aunque son relevantes en algunos aspectos, lo cierto es que los debates no tienen por lo regular una gran influencia en las decisiones de los votantes; sí son uno de los elementos que pueden inclinar la decisión del voto, pero no el único. En todo caso, más que modificarlas, los debates tienden a confirmar las percepciones ya existentes.

No obstante, los debates cumplen igualmente un papel único y de gran importancia en el proceso electoral, ya que las reacciones ante ellos varían de persona a persona y ayudan a cada votante a tomar una decisión estrictamente personal. Walter Mondale, exvicepresidente de los Esta-



dos Unidos y candidato para la presidencia en 1984, ha dicho que los debates les dan a los votantes la oportunidad de evaluar a los candidatos e imaginar cómo serán en tanto líderes. Según Mondale, la selección de un líder es un proceso un tanto misterioso, en el sentido de que dicha decisión responde no solamente a aspectos técnicos u objetivos, sino que implica reacciones emotivas y profundas por parte de cada votante. Por tanto, los debates son una oportunidad excepcional para juzgar las características personales de un líder potencial.

Por otro lado, sabemos que la televisión tiene el poder de magnificar tanto lo bueno como lo malo. Después de los debates entre Kennedy y Nixon, en 1960, el periodista Walter Lippmann describió la televisión como una “máquina para descubrir la verdad”. Más de sesenta años después, la televisión ciertamente ha perdido candidez/ingenuidad, pero todavía tiene la capacidad de hacer traslucir la verdad. Lo cierto es que, en el mundo de la política, los ciudadanos necesitamos bastante ayuda para descubrir la verdad, y los debates nos dan esa oportunidad.

En cuanto a los actores políticos (candidatos, asesores y partidos), no es difícil entender por qué muestran temor frente a la opción de debatir. De entrada, es mucho más fácil perder un debate que ganarlo, además de que el desempeño de un candidato en un debate puede ayudarlo tanto como dañar su carrera política, no solo a corto plazo sino durante muchos años. Como sabemos, los candidatos y sus asesores tratan de controlar cuidadosamente todos los aspectos de las campañas, pero los debates difícilmente se pueden controlar.

En efecto, casi cualquier cosa puede pasar durante un debate en vivo. Como ejemplo extremo pero ilustrativo,

recordemos que un candidato a alcalde de una ciudad argentina murió a causa de un infarto durante un debate en vivo. El incidente ocurrió ante más de trescientos alumnos de una escuela de educación técnica que presenciaban el evento. En otro caso, durante un foro electoral en el estado norteamericano de Massachusetts, uno de los candidatos a gobernador tuvo la desgracia de expulsar un cálculo renal; permaneció en el escenario hasta el final del debate y solo más tarde se supo lo ocurrido.

Los debates son eventos sin un guion definitivo, sin embargo, a pesar de los riesgos, proporcionan a los candidatos más oportunidades que obstáculos. En tanto eventos de alto perfil, observados de cerca por los ciudadanos y la prensa, los debates son una oportunidad única para promover las candidaturas entre gran cantidad de personas a la vez y de forma gratuita. Además, permiten mostrar liderazgo, disipar las percepciones negativas acerca de uno mismo y reforzar las percepciones negativas sobre las personas contrincantes.

Así, los debates pueden ser experiencias aterradoras y riesgosas, pero los candidatos con la actitud y preparación adecuadas pueden aprovecharlos para su ventaja.

La prensa, por su parte, tiene un papel importante con respecto a los debates electorales. En muchos casos, los periodistas actúan como moderadores en los debates, además de ser quienes plantean las preguntas. Las organizaciones de medios de comunicación sirven a menudo como patrocinadores y productores.

Naturalmente, el papel más importante de los medios de comunicación es transmitir el debate e interpretarlo para los votantes, proporcionando contexto y claridad. Por desgracia, demasiado a menudo la cobertura periodística se enfoca más en el conflicto que en el contenido sustancial.



Según Roger Ailes, el fundador de Fox News Channel (FNC) en Estados Unidos, la cobertura mediática de temas políticos no se resiste a tres cosas: los elementos visuales, los ataques y los errores. Los debates ofrecen la posibilidad para que surjan las tres.

Aunque hay diferentes roles para la prensa y las redes sociales, las plataformas de redes sociales a menudo generan una versión exagerada de las peores tendencias periódicas. Recalcando lo obvio, podemos decir que la relación de las redes sociales con los debates es una mezcla de lo bueno y lo malo.

Finalmente, los debates electorales requieren patrocinadores y productores para organizar y llevar a cabo los eventos. Lo ideal es que patrocinadores y productores funjan principalmente como representantes del electorado, aunque deben lograr un delicado acto de equilibrio al abordar las conflictivas prioridades de otros interesados mientras mantienen una estricta neutralidad. Por supuesto, mantener a todos contentos es casi imposible.

A nivel mundial, existen varios tipos de patrocinadores: organizaciones independientes, medios de comunicación, clubes cívicos. No parece haber ningún modelo ideal, siempre y cuando los patrocinadores recuerden que su prioridad principal es esclarecer el panorama político de los votantes.

Prácticas recomendadas

En cualquier sistema electoral existe la importante cuestión de si los candidatos participan o no en los debates. En México la participación es obligatoria para los candidatos presidenciales, pero esa obligatoriedad es poco común. En muchos otros países la participación es voluntaria.

Existen también ejemplos numerosos de candidatos que eluden los debates. En Estados Unidos, entre 2023 y 2024, el expresidente Donald Trump rechazó debatir con sus contrincantes del Partido Republicano, pero ganó la nominación de su partido a pesar de su falta de participación. En el Reino Unido, en 2019, cuando el primer ministro Boris Johnson y otro candidato no participaron en un debate sobre el cambio climático, fueron reemplazados en el escenario por esculturas de hielo que se derritieron durante el evento.

Eludir un debate tiene sus riesgos. Si se acepta la analogía de los debates como entrevistas de trabajo, un candidato que se niega a debatir es el equivalente de un solicitante de empleo que exige ser contratado sin presentarse primero a la entrevista. Una situación tal generaría, con gran justificación, un recelo sustancial en cualquier jefe.

Casi todos los aspectos de un debate están negociados por anticipado, sean importantes o triviales. En Estados Unidos los representantes de los candidatos negocian muchas cosas que son francamente insignificantes: el tamaño de los camerinos, la colocación de los familiares de los candidatos entre la audiencia o el número de asesores permitidos en el escenario.

Pero las negociaciones también tratan de cosas serias y lo que ocurre durante las negociaciones puede ser una parte importante del proceso, aunque permanezca escondido del público y de los medios de comunicación. Muy a menudo, las negociaciones tienen el efecto de restringir los debates. Por ejemplo, en los debates presidenciales mexicanos de años pasados no se han permitido planos de reacción que dejen ver la imagen de los candidatos fuera de turno, sino que la cámara queda fija únicamente en la persona que está hablando.



El resultado es un programa visualmente poco interesante. Idealmente, el personal técnico debería tener la libertad creativa para intervenir la producción de la emisión, pensando en los intereses del público. Pero, con demasiada frecuencia, el objetivo de las negociaciones es proteger a los debatientes, en lugar de crear el mejor programa para los votantes.

Formatos

En cualquier debate, el elemento más importante en la negociación será el formato, porque es lo que determinará la estructura de desarrollo. Para la selección de un formato hay que plantear tres preguntas fundamentales:

- ◇ ¿Quién hace las preguntas?
- ◇ ¿Cuál es el diseño del escenario?
- ◇ ¿Cómo está programado el debate?

En los célebres debates de 1858 entre los políticos norteamericanos Abraham Lincoln y Stephen Douglas, los candidatos se turnaron para hablar por una duración de tres horas: sesenta minutos (candidato A), noventa minutos (candidato B), y treinta minutos (candidato A), sin moderador ni preguntas externas. En España existe un formato que es una versión moderna del formato Lincoln-Douglas: bloques organizados temáticamente, distribución de tiempo a contrarreloj y cero preguntas externas.

Un formato muy similar fue propuesto en 1960 para los debates entre John F. Kennedy y Richard Nixon en Estados Unidos, pero los asesores de los candidatos insistieron en la presencia de un panel de prensa para hacer las preguntas. ¿La razón? A muchos candidatos no les gusta la idea de cuestionarse unos a otros.

Durante muchos años las reglas en los debates estadounidenses habían prohibido que los candidatos hablaran

entre sí. Fue hasta 2008 que, por vez primera, se permitió el diálogo directo entre Barack Obama y John McCain; sin embargo, el moderador tuvo que rogar a los candidatos que dialogaran entre ellos porque no querían hacerlo.

El formato más arriesgado es aquel en el que los mismos candidatos hacen las preguntas. Este formato exige mucho de los participantes porque, sin otras personas haciendo las preguntas, tienen que hablar mucho más y, a mayor cantidad de palabras, mayor posibilidad de errores. En todo caso, como en cualquier formato, hay ventajas y desventajas. Entre las principales desventajas se encuentran:

- ◇ El foco del debate se centra en los candidatos.
- ◇ Los candidatos hablan directamente al público sin la intervención de la prensa.
- ◇ La interacción entre los participantes puede ser interesante e informativa para los votantes.

En cuanto a las desventajas, observamos las siguientes:

- ◇ Los políticos generalmente ejercen un control demasiado estricto sobre la agenda del evento.
- ◇ Se puede olvidar las preocupaciones e intereses de los votantes porque son los políticos quienes determinan todos los temas.
- ◇ Sin moderador, existe la posibilidad de que el debate se convierta en un caos. Por ejemplo, en Austria en 2016, los dos candidatos pasaron todo el tiempo del evento insultándose uno al otro, una situación que no redundaba en ningún beneficio para los votantes.
- ◇ Sin la participación periodística, hay poca oportunidad para la retroalimentación, replantear preguntas y pedir aclaraciones. Además, los candidatos tienen demasiada libertad para generalizar en exceso o eludir temas espinosos.



- ◇ Si los candidatos son aburridos, el debate resultará aburrido.
- ◇ Los políticos tienden a refugiarse en sus tópicos y discursos habituales; por eso los discursos de apertura y cierre pueden resultar tan aburridos.

Otro formato que es muy común a nivel mundial es el que recurre a un moderador o un par de moderadores. En la mayoría de las ocasiones los moderadores son periodistas, aunque en algunos países asiáticos los académicos también han asumido esa función. Entre las ventajas de este formato están:

- ◇ Un moderador bien informado puede animar un debate, especialmente si tiene el derecho de pedir la retroalimentación de preguntas previas o aclaraciones. En la práctica, el papel del moderador varía mucho de país a país y de debate a debate. Algunos moderadores no tienen restricciones en cuanto a los tiempos o los temas, mientras que otros sólo hacen cumplir las reglas y los tiempos asignados.
- ◇ Es primordial la selección de un buen moderador. En especial, el o la moderadora debe aceptar que su papel no es ser la estrella del programa, sino los candidatos.
- ◇ El uso de dos moderadores, generalmente periodistas de alto perfil, crea una dinámica conversacional más compleja. Así se estila en los debates franceses, donde siempre hay dos moderadores: un hombre y una mujer.

Por otro lado, la desventaja principal se da cuando un moderador pretende dominar o acaparar demasiado el debate. Como ha dicho Jim Lehrer, veterano moderador nor-

teamericano, es mejor que la mañana después del debate los votantes discutan las respuestas de los candidatos, no las preguntas del moderador. Históricamente, el panel de periodistas es el formato original para debates televisados, establecido en 1960 con Kennedy y Nixon. Debido a los productores de debates, este formato ha perdido importancia a nivel mundial, aunque todavía se usa en países como Alemania, donde los debates entre los líderes de los partidos están patrocinados y producidos por las principales cadenas de televisión, quienes desean destacar a sus periodistas.

La ventaja principal de este formato es que los periodistas profesionales saben hacer preguntas y aclarar confusiones. Entre las desventajas, se encuentra el hecho de que se focaliza demasiado a los periodistas que hacen las preguntas y no a los candidatos. También es común que los periodistas hagan preguntas demasiado verbosas o traten de mostrar su erudición, en lugar de centrarse en los candidatos. Finalmente, hay poca oportunidad para la interacción entre candidatos.

La modalidad del debate ciudadano o debate por alcaldías (*town hall debate*) consiste en un moderador (o un par de moderadores) y un grupo de ciudadanos de la audiencia. No todos los participantes tendrán la oportunidad de interrogar a los candidatos durante el programa, pero todos están preparados por si el moderador les pide que lo hagan. Este formato es popular en los países de habla inglesa; tal fue el caso de los históricos primeros debates británicos de 2010. Es también el formato más democrático de todos, porque las preguntas de los ciudadanos reflejan las prioridades de los votantes y no de los periodistas, además de que los candidatos no pueden predecir fácilmente



las preguntas de los ciudadanos o prepararse con respuestas ensayadas. Las desventajas incluyen el hecho de que este formato estará demasiado centrado en las cuestiones planteadas por interlocutores específicos, además de que las preguntas pueden repetirse. De igual modo, se debe reconocer que los miembros de una audiencia en vivo normalmente no son completamente libres de preguntar lo que quieran, sino que sus preguntas serán evaluadas y seleccionadas de antemano por los moderadores, reduciendo así la espontaneidad del intercambio con los candidatos.

Por supuesto, existen otras variaciones de formato, como el de preguntas grabadas. En efecto, cada vez más los debates incluyen preguntas escritas o grabadas por el público, formato que involucra directamente a los votantes y en particular a los jóvenes, un grupo que no siempre participa de la política y sus discusiones. Incluso, el sitio web de videos YouTube ha inspirado su propio formato en el que los ciudadanos remiten preguntas en forma de video. Las preguntas en video dan un toque extra de imprevisibilidad a una situación ya bastante imprevisible, debido a que las preguntas pueden provenir de cualquier persona y tratarse de cualquier tema. Por ejemplo, uno de los interrogadores del primer debate de YouTube en Estados Unidos, en 2008, fue un muñeco de nieve que preguntó a los candidatos presidenciales del Partido Demócrata sobre el cambio climático, creando un momento incómodo para los debatientes pero revelador para los espectadores y votantes.

En cuanto a otras redes sociales y plataformas, Facebook, Twitter y YouTube han experimentado con debates electorales; por ejemplo, el caso de un debate mexicano de

2012 organizado por el movimiento estudiantil llamado YoSoy132².

Dados estos antecedentes, parece probable que los futuros debates incorporarán más extractos de video como una forma de que los candidatos se hagan responsables por sus declaraciones del pasado. Los políticos odian esto, por supuesto, pero su falta de entusiasmo implica que el formato puede ser beneficioso para los votantes. El uso de videos tiene mucha utilidad con candidatos que tienden a ser descaradamente mentirosos, como Donald Trump, quien dice una cosa el lunes y otra completamente opuesta el martes.

Los debates temáticos son otra de las opciones de formato diverso. A nivel internacional se da una variedad de debates dedicados a un solo tema: el cambio climático, la seguridad nacional, asuntos económicos. Estos debates muestran si los candidatos están informados adecuadamente sobre los temas que deberán abordar en caso de ser elegidos.

Además, en algunos debates temáticos, los expertos en el campo son los que plantean las preguntas. Una vez más, esto demuestra a los votantes si los candidatos están bien informados.

Para cerrar el tema del formato, en algunos raros casos puede ser que grupos especializados realicen las preguntas. Por ejemplo, en Holanda los líderes partidarios se han presentado ante grupos de niños para responder a sus cuestionamientos. A pesar de que estos jóvenes no tienen el derecho de votar, tiene sentido que los políticos aborden sus preocupaciones sobre el futuro.

² También llamado #YoSoy132 por usar el signo de gato para mencionarlo en las redes sociales como Twitter, fue un movimiento de protesta que surgió en México en 2012. El movimiento estuvo integrado por estudiantes de universidades públicas y privadas de todo México que se opusieron al Partido Institucional Revolucionario (PRI), a su candidato presidencial Enrique Peña Nieto y a los medios de comunicación mexicanos y su cobertura de las elecciones generales de 2012 (Nota del autor).



Problemática de las preguntas

Abordamos ahora los problemas que surgen al hacer preguntas durante un debate electoral. Sin duda, el problema más común en todo el mundo tiene que ver con los políticos que se niegan a responder la pregunta que se les plantea. Una posible solución es sobreponer el texto de la pregunta en la parte inferior de la pantalla mientras el candidato responde; de este modo cualquier evasión se vuelve más obvia.

La selección de moderadores también ha generado controversia desde los debates originales entre Kennedy y Nixon. Normalmente los moderadores son periodistas, pero los debates representan para ellos un gran desafío porque es un papel polémico y de alto perfil. Para cualquier moderador periodístico es difícil encontrar el equilibrio entre hacer preguntas y cuestionar a los candidatos sobre sus respuestas, además de que los moderadores pueden ser criticados por ser demasiado pasivos o demasiado participativos. Se trata entonces de una tarea bastante difícil para los periodistas, quienes deben esforzarse por mantener su neutralidad.

En cuanto a los debatientes, deben enfrentarse a la posibilidad de preguntas difíciles o inesperadas. En un debate en Rumania el moderador preguntó a cada uno de los candidatos: “¿Cree usted en dios?”. En Costa Rica, durante un debate con varios participantes, la pregunta fue: “¿Cuál de sus contrincantes es el peor?”. En Estados Unidos es común que el moderador pida a los candidatos que digan algo positivo sobre su oponente. Como se infiere, puede resultar bastante difícil prepararse para este tipo de preguntas.

El diseño del escenario

Los debates electorales son programas de televisión para los que los productores tienen que diseñar un escenario. En este

plan, mucho depende de la cantidad de candidatos que participan: desde el punto de vista de la producción, un debate con dos o tres participantes es bastante más fácil de producir que un debate con muchos participantes.

En general, hay tres categorías de diseño del escenario:

- ◇ Debates con atril: connotan formalidad y tradición, pero no son muy adecuados para la interacción conversacional.
- ◇ Debates con mesa: el uso de una mesa crea un ambiente menos formal, con mayor oportunidad para la espontaneidad y planos de cámara interesantes.
- ◇ Debates con ciudadanos: tienen lugar en un espacio tipo anfiteatro, con los candidatos rodeados de los interrogadores. Hay dos variantes básicas: una donde los candidatos se mueven por el escenario (como en Estados Unidos) y otra donde no (como en el Reino Unido).

Tradicionalmente, se usan dos tipos de sitios para debates: auditorios y estudios de televisión. Los debates producidos en auditorios normalmente incluyen una audiencia en vivo, al contrario de los que ocurren en un estudio. Volviendo al contexto estadounidense, los debates de Kennedy y Nixon se llevaron a cabo en estudios sin audiencia, pero todos los debates entre 1976 y 2020 se han producido en salas frente a espectadores, generalmente en una universidad (resulta interesante que, para los debates presidenciales entre Biden y Trump de 2024, la campaña de Biden ha insistido en que no se incluya público en vivo.) A nivel internacional, la gran mayoría de los debates se llevan a cabo frente a audiencias en vivo, con la importancia subsecuente de que los asistentes se comporten de forma digna.



Por último, los debates también pueden celebrarse en sitios inesperados. En Islandia, por ejemplo, algunos debates entre candidatos han tenido lugar en bares.

Programación del debate

Hay varias otras cuestiones significativas en cuanto a la programación de debates. Por ejemplo, la de si los candidatos deben tomar parte en una serie de debates o si es suficiente un solo encuentro. En algunos países se dan, en efecto, múltiples debates electorales; en otros, solo uno o quizá dos. Mucho depende de la voluntad de los candidatos a participar. Según la sabiduría política, el candidato que domina las encuestas desea menos debates y el candidato a la zaga desea más. No obstante, una serie de varios debates ofrece a los candidatos una ventaja importante: si un participante se ha desempeñado mal en el primer debate, tiene oportunidad de mejorar en el siguiente.

En cuanto a la duración, fecha y hora, existe a nivel internacional una variación considerable. Los cuatro debates originales de Kennedy Nixon duraron solamente una hora cada uno. Por otro lado, los debates con múltiples candidatos pueden prolongarse por tres o más horas. En la mayoría de los países es normal una duración de entre noventa minutos y dos horas.

En algunos casos, los políticos han insistido en programar los debates en noches en las que se garantiza que las audiencias serán pequeñas, o a una hora inconveniente. Un debate electoral en Brasil empezó a las 22:30 horas y duró hasta pasada la medianoche. En otros casos, los debates se han programado exactamente a la misma hora que eventos deportivos de máximo perfil como un intento de reducir el tamaño de la audiencia. No hace falta decir que tales decisiones no benefician a los votantes.

En otro aspecto, una serie de debates programados con cierta cercanía en las fechas puede aumentar el interés de la audiencia, funcionando como una especie de miniserie para los televidentes. En las elecciones nacionales de Canadá de 2012, por ejemplo, los líderes de los partidos principales participaron en cuatro debates que ocurrieron en cuatro noches consecutivas. En 1992 hubo en Estados Unidos cuatro debates entre los candidatos presidenciales y vicepresidenciales, todos en un período de nueve días.

La cercanía entre las fechas de los debates y las elecciones es también relevante. En Estados Unidos los debates presidenciales normalmente terminan varias semanas antes del día de la votación, pero eso no es igual en todo el mundo. Un debate que tiene lugar la noche anterior de una elección puede resultar peligroso porque el evento podría tener un efecto desproporcionado en el resultado.

En otro aspecto, persiste la cuestión de si se debería permitir a los candidatos llevar notas o ayudas visuales. En el caso norteamericanos, las reglas prohíben que los candidatos lleven documentos y accesorios al escenario de debate. Los candidatos en España, por el contrario, llegan al escenario armados con una gran cantidad de papeles, gráficos, etcétera. El problema es que, por lo general, los candidatos no saben cómo mostrar esas ayudas visuales para la cámara, lo que resulta en los ángulos de cámara poco atractivos.

Hay que decir que no existe el formato ideal. Cada estructura tiene sus ventajas y sus desventajas y hasta los mejores formatos pueden ser socavados por reglas demasiado rígidas o que favorecen los intereses de los políticos sobre los intereses de los votantes.

A fin de cuentas, aunque el formato es un aspecto crucial de todo debate, el resultado de este no depende de la



estructura, sino del desempeño de los hombres y mujeres con el temple necesario para tomar parte en él. Por eso tiene gran peso ensayar con anterioridad, para familiarizarse con el formato, los límites de tiempo y el entorno general. Aunque, por contraste, también es posible ensayar demasiado. Bill Clinton ha comparado los debates con la música de jazz: hay una melodía a seguir, pero también hay que saber improvisar.

Limitaciones y tendencias problemáticas

Desde los debates entre Kennedy y Nixon en 1960, los críticos han advertido sobre los peligros de los debates, y con razón. En la actualidad, además, están surgiendo también preocupaciones nuevas.

Repasemos primero algunos de los peligros clásicos de los debates televisados. En primer lugar, el hecho de que los debates simplifican demasiado el intercambio político. Lo cierto es que los debates son simplistas porque el medio televisivo no se adapta bien a la sutileza y la complejidad. En un debate los problemas graves y complicados solo pueden tratarse de forma superficial debido a los tiempos de respuesta cortos y a la necesidad de abordar muchos temas.

Por otro lado, el trabajo de ser líder de una nación es muy distinto al de actuar en un programa de televisión. Una vez electo, un presidente o presidenta no participa más en debates televisivos. Además, los debates ponen a prueba a los candidatos de forma aislada e individual, no de la manera colaborativa en la que normalmente trabaja un líder nacional. Barack Obama, por ejemplo, fue un presidente de primera clase, inteligente y reflexivo, pero tuvo muchos problemas como debatiente, en buena medida porque pensaba que estos eventos eran irrelevantes, artificiales y tontos.

Los debates, además, tienden a recompensar características y habilidades negativas o irrelevantes: recompensan a los candidatos que son artistas de la televisión, a los que son físicamente atractivos o que tienen voces agradables y fidedignas. Según las investigaciones, el candidato de mayor estatura normalmente tiene ventaja visual en un debate. Por lo tanto, ser alto es miel sobre hojuelas para un debatiente.

Debemos entender que, si bien los debates dan a los votantes mucha información sobre los candidatos, no pueden revelar todo. De nuevo, consideremos la analogía de la entrevista de trabajo: si el jefe solo tiene en cuenta lo que dice la persona que solicita el trabajo, sin tomarse la molestia de verificar sus referencias y hablar con sus empleadores anteriores, como jefe no habrá hecho las diligencias debidas. Lo mismo aplica para los votantes.

Otro aspecto engañoso es que, por lo general, los periodistas que cubren los debates establecen por anticipado expectativas propias para los candidatos, y luego juzgan el resultado según si estos han superado o no dichas expectativas. Así, un candidato no preparado, como Donald Trump, siempre tendrá la gran ventaja de enfrentarse a expectativas muy bajas. Esto es un gran regalo para cualquier debatiente.

Hemos enumerado las tendencias problemáticas clásicas en cuanto a los debates electorales, pero actualmente enfrentamos nuevas preocupaciones y retos. Es el caso de, por ejemplo, la producción excesiva: en los debates televisados vemos demasiados elementos ajenos a la práctica del debate en sí. En Estados Unidos, por ejemplo, se incluye el canto del himno nacional, el homenaje a la bandera estadounidense, biografías grabadas de los candidatos, introducciones demasiado extensas, etcétera. En México se dio el caso de una edecán esca-



samente vestida que llamó la atención bastante más que los candidatos mismos.

Hay también casos donde se incluyen demasiados moderadores porque las cadenas de noticias que patrocinan y transmiten los debates quieren promover a su propio personal. Por supuesto, es un gran problema cuando un debate tiene más moderadores que candidatos.

Otro problema es el de los tiempos de respuesta absurdamente cortos: un minuto, cuarenta y cinco segundos o hasta treinta segundos para responder cuestionamiento sobre asuntos complejos. Además, a eso se suma la tendencia periodística a generar conflictos artificiosos o forzados. Por ejemplo, a los moderadores les encanta hacer preguntas del tipo: "Su oponente le ha criticado por tal y cual, ¿qué dice Vd. en respuesta?". Esto no es tan diferente del modo en que se abordan los chismes y murmuraciones en el contexto de una escuela secundaria.

Inevitablemente, los debates electorales son programas de televisión, por lo que se acercan más a otras formas de televisión que a las formas de la comunicación política. En efecto, la televisión da prioridad al conflicto (los llamados *minutos de oro*³), a lo inesperado y a las personalidades fuertes o magnificadas, que los televidentes pueden ver detalladamente mediante los primeros planos de la cámara. Al final, un debate es una experiencia muy íntima, muy humana; y la verdad es que lo que hace buena televisión no siempre hace buena política.

En Estados Unidos, según las encuestas, Trump perdió todos sus debates contra Hillary Clinton en 2016 y contra Joe Bi-

³ La expresión *minutos de oro* se refiere a momentos destacados e impactantes, generalmente inesperados o polémicos, que capturan la atención del público y generan amplia discusión posteriormente. Estos momentos pueden ser tanto positivos como negativos y, en el caso de un debate, se recuerdan debido a su impacto significativo en la percepción del evento y los candidatos involucrados (Nota del autor).

den en 2020, pero logró *ganar* el espectáculo de televisión. Un peligro de los debates electorales es, justamente, que es posible perder el debate pero ganar el *show*. Esto es posible cuando un candidato entiende de televisión más de lo que entiende de política. En las palabras de un crítico de televisión de The New York Times: “La televisión y Trump comparten el mismo cerebro”.

Puesto que no son frecuentes, los debates existen en un ambiente parecido al del espectáculo. El debate mismo es simplemente el núcleo que se encuentra en el centro de un fenómeno mucho más grande. La cobertura mediática es siempre intensiva antes, durante y después de cualquier debate nacional. Las cadenas de noticias norteamericanas, por ejemplo, muestran en la pantalla un reloj de cuenta regresiva durante todo el día de un debate presidencial, como si se tratara de una pelea de box.

El público también participa con tuits, memes y hasta juegos de bebida. Todo esto tiene el potencial de socavar la seriedad de los debates. Aquí encontramos el núcleo del problema: el bombo atrae audiencias y, por un lado, eso es bueno porque queremos que los ciudadanos vean los debates y que se entusiasmen con ellos, pero también queremos que el público esté informado, no solo entretenido.

Los debates electorales se han convertido además en una especie de derivado del género de la telerrealidad (*reality show*). La telerrealidad depende del conflicto fabricado, del agravio, la venganza o el ajuste de cuentas. La telerrealidad premia principalmente a las personas narcisistas que están dispuestas a hacer cualquier cosa para atraer la atención sobre sí mismas, lo cual, obviamente, no es el objetivo que persiguen los debates.

En un debate británico de 2018, el candidato Boris Johnson llevó a un debate un pescado congelado en una bolsa de plástico para hacer hincapié en la regulación de los



alimentos en la Unión Europea. Este tipo de maniobra es paradójico: por un lado, atrae la atención, pero, por otro, es una táctica de distracción diseñada para distraer a los televidentes de la seriedad de la ocasión. Al final del programa, el público no hablaba sobre lo que dijeron los debatientes, sino sobre Boris y su pescado congelado.

Toda la televisión en vivo es enormemente volátil, en el sentido de que cualquier cosa puede pasar. Cuando hay un candidato que es una *bala perdida*, el resultado puede ser como echarle gasolina al fuego.

En cuanto a la influencia de la tecnología, es cada vez más común que los debates, como toda la programación, no se vean en pantallas de televisión sino en dispositivos móviles. Los espectadores pueden experimentar no solo el evento en sí, sino también la reacción a este de forma simultánea.

En las redes sociales todo se mueve muy rápido. En décadas anteriores teníamos que esperar hasta que terminara un debate para saber quién había ganado y quién había perdido; ahora eso sucede en tiempo real. Por tanto, los candidatos enfrentan más presión que nunca para desempeñarse exitosamente desde el principio del debate, pues están bajo un escrutinio microscópico durante todo el evento.

No hace falta decir que plataformas como Twitter no son las más adecuadas para un diálogo serio, por su tendencia a ser un medio altamente sarcástico en el que todos compiten por gastar la broma más chistosa. Además, Twitter es especialmente vulnerable a la interferencia electoral debido al gran problema de propagación de desinformación por parte de gobiernos hostiles, como el de Rusia, que lanza en la plataforma miles de cuentas sospechosas que se vuelven súper activas durante los debates norteamericanos.

De este modo, existe la posibilidad de una *tormenta perfecta*⁴: un candidato malévolo que es hábil en televisión, disciplinado en su preparación, dispuesto a explotar la situación para su propio beneficio, recompensado por las redes sociales y por la prensa. Trump no es ese candidato, pero inevitablemente emergerá otra versión más inteligente, más siniestra, y más eficaz que Trump.

Conclusión: el futuro de los debates

Cuando pensamos en los debates entre Kennedy y Nixon, su inocencia nos llama la atención. Los debates de 1960 fueron patrocinados y producidos por las tres principales cadenas de televisión estadounidenses, que los trataron con seriedad y con altas intenciones cívicas. Las cadenas ni siquiera llamaron a los programas *debates*, sino más bien *discusiones*, porque la palabra *debate* sonaba demasiado a una competencia atlética.

Hoy en día vivimos en un mundo político y mediático mucho más duro. En este entorno, el idealismo de los debates está bajo ataque por políticos cínicos que subvierten el proceso; por periodistas que enfatizan demasiado el conflicto, el drama, los personajes pintorescos; y por votantes que solo quieren burlarse de los candidatos.

Los debates deben ser tomados en serio, por sus participantes y por la prensa, pero también por nosotros, los votantes, porque los debates nos pertenecen a nosotros; no a los periodistas, ni a los candidato o partidos.

Después de todo, los debates electorales siguen siendo el mejor mecanismo para observar a los políticos en una situación vívida e impredecible y ayudar a los votantes a

⁴ La expresión *tormenta perfecta* refiere a una combinación de circunstancias o eventos que, cuando se unen, crean una situación extremadamente desafiante o peligrosa (Nota del autor).



Llegar a una decisión más informada al elegir un líder. Debemos seguir siendo optimistas sobre el valor y futuro de los debates, pero ese optimismo debe ser atenuado por la precaución, porque si los debates no son nada más que un espectáculo, un circo, nosotros los votantes no somos nada más que payasos.



Declaración de no conflicto de intereses

Quien presenta el trabajo, Alan Schroeder, hago constar que no tengo ningún conflicto de intereses en la participación o involucramiento de intereses privados en la investigación y en el proceso editorial de la revista.