



Breviario de campana electoral

DEBATES ELECTORALES



@NestorSolisV

DEBATES ELECTORALES

La segunda y tercera semana de campaña iniciaron con un poco más de expectativa. Tres debates e incontables foros serían el punto de partida de una campaña electoral que inició en medio de muchas distracciones.

Un debate entre candidatos a Vicepresidentes generaba muchas expectativas entre los ciudadanos. Sería la primera vez en la historia electoral del país, en donde podríamos hacer una evaluación de quienes acompañarían al eventual presidente o presidenta del país. Y es que cada vez ha ido tomando más relevancia esta figura política.

Al día siguiente, un debate donde el único tema sería el agropecuario. Un tema que en los últimos meses ha sido uno de los más controvertidos del actual gobierno que logró colarse en entre los temas electorales. Por lo menos así ha sido en medios de comunicación.

SOBRE LOS DEBATES ELECTORALES

Se tiene como referencia el debate entre los candidatos estadounidenses John F. Kennedy y Richard Nixon como el primer debate televisado en la historia de una campaña electoral, realizado el 26 de septiembre de 1960 frente a una audiencia de más 70 millones de personas. Sin embargo, 11 días antes, Tv Tupí de Brasil, realizó un debate televisado entre los candidatos presidenciales de entonces. ¿En qué se diferenciaron? La respuesta tiene que ver con las audiencias, quienes jugaron un papel importante en la relevancia de los debates; tanto así, que los debates electorales se convirtieron, en un elemento fundamental para las campañas electorales (con un poco de demora en Latinoamérica) y para los medios de comunicación como parte de su información política.

Se dice que el debate Kennedy – Nixon dio como resultado el nacimiento de una nueva forma de hacer campaña electoral, una nueva forma de “ganarse” a la opinión pública; donde la imagen personal tendría un papel, tal vez más importante en la decisión de voto que las palabras.

Quienes vieron el debate por televisión, dieron como “ganador” a JFK, quien se preparó para el evento. Lucía descansado y con un buen tono de piel por unos días de campaña en el Estado de California. Además, iba maquillado y con el vestido que resaltaba en la televisión en blanco y negro de la época. A diferencia de Nixon, quien era Vicepresidente en ejercicio y con mucha aceptación, llegó al estudio con un aspecto cansado, casi demacrado producto de una operación que lo obligó a estar en reposo por unas semanas en el hospital.

Aun así, JFK no logró “ganar” el debate en retórica (aunque suene irónico). Quienes oyeron el debate por la radio, dieron como ganador a Nixon.

Este debate pondría a la política (comunicación política) en un nivel superior; a la vista de los electores.

DEBATES ELECTORALES COMO ESPECTÁCULO

Los debates electorales son evento de campaña más esperados por los electores. Es una de las prácticas más habituales de las campañas electorales. Gracias a los debates los ciudadanos, podrán escuchar de la propia boca de los candidatos sus propuestas y de esta forma tomar su decisión. O al menos eso es lo que esperan.

Gilles Gauthier explica la trascendencia de los debates electorales en televisión en la siguiente expresión: *“Convertido en un ejercicio casi obligado de las campañas electorales y en ocasión*

de todo referéndum, en gran cantidad de países occidentales el debate televisado aparece al mismo tiempo como síntoma y como causa de la importancia que adquirió hoy la comunicación política. Semejante debate constituye una de las ilustraciones más espectaculares de la mediatización contemporánea de la política”.

Alan Schroeder considera que el estudio de los debates tiene más valor en su relación con la televisión señalando que, *“los debates electorales son la expresión genuina del espectáculo, no se rige por las reglas de la retórica o de la política, sino por las del medio receptor. El valor de los debates es el valor de la televisión: celebridad, imagen, conflicto y dramatismo”.*

No debe ser entendido como algo negativo, porque, a fin de cuentas, la televisión y los políticos necesitan a las audiencias; y los ciudadanos necesitamos a los medios de comunicación para obtener más información.

En este sentido, los debates electorales televisados ofrecen, a diferencia de otro tipo de comunicación de las campañas, la oportunidad de escuchar y ver directamente a los candidatos, conocer sus posiciones sobre distintos temas que giran alrededor de la campaña y sus cualidades personales son ningún intermediario; los debates alcanzan audiencias muy altas y superiores a las que presentan otras formas de comunicación, lo que permite llegar a sectores del electorado que no se expone habitualmente a la información política; e incitan a la discusión política entre ciudadanos en mayor medida que cualquier evento de campaña.

INFLUENCIA DE LOS DEBATES ELECTORALES EN LA DECISIÓN DEL VOTO

Son tantas las variables que puede haber ante la pregunta de si los debates tienen efecto o no sobre la decisión de voto que la respuesta más precisa es: depende. Dependerá en principio del contexto, ya sea político, social, económico, el canal de televisión, el moderador, etc., que impiden ver resultados y menos si no se hace una evaluación antes, durante y después del debate frente al resultado electoral (estudios de los que carecen los medios de comunicación en Panamá); por otro lado, los debate electorales constituyen una información política más de tantas que hay durante la campaña electoral, por lo que es difícil identificar qué ha sido efecto del debate y qué ha sido efecto de otras informaciones.

En 1960, [Elmo Roper](#) preguntó a quienes vieron el debate JFK/Nixon si los debates habían tenido algún efecto en el voto. Un 44% respondió que no tuvo ningún efecto en su decisión frente a un 7% que respondió que sí influyó en su decisión. Llama la atención que un 44% dijo que el debate únicamente reforzó la decisión que ya habían tomado.

Este comportamiento ha ido en aumento a través de los años. En una encuesta de 1984 de la NBC, el 62% dijo no haber sido influenciado; en 1996 en encuesta de ABC el 70% dijo lo mismo.

En este sentido, Joseph Klapper en su libro [The Effects of Mass Communication](#) advierte que la comunicación de masas tiende más a reforzar nuestras opiniones previas en las audiencias que cambiarlas, debido a factores externos que intermedian en los medios reduciendo la posibilidad de que efectúen conversiones.

Klapper menciona cinco factores que intermedian la influencia de los medios:

1. **Las predisposiciones: exposición, percepción y retención selectiva.** Klapper afirma que los intereses y las opiniones formadas de la gente influyen en su comportamiento respecto a los medios y en los efectos que los medios puedan ejercer sobre ellos. Es decir, las personas tendemos exponernos selectivamente a la información que se ajuste a nuestros propios puntos de vista. Esto también se convierte en una reducción selectiva, que la información contraria la olvidamos más fácilmente que la que esté acorde a nuestras predisposiciones.
2. **Grupos y normas de los grupos.** Muchas de las opiniones y actitudes manifestadas de manera individual corresponden a normas de los grupos a los que los individuos perteneces o desean pertenecer.
3. **Difusión interpersonal de los contenidos de la comunicación.** Es la difusión que sucede cuando la gente comparte opiniones sobre informaciones obtenidas a través de los medios, ampliando así el público de una determinada información y al mismo tiempo, incrementando el potencial de la comunicación para el refuerzo.
4. **Liderazgo de opinión e influencia personal.** Las personas somos influidas de manera más decisiva por otras personas que por los propios medios de comunicación. Estos sirven como intérpretes y agentes de transmisión, que no es más que sus propias opiniones, pero validadas por el "líder de opinión", que es considerado más competente en un determinado tema y tienen más fuentes de información.
5. **La naturaleza comercial de los medios de comunicación.** Para mantener las audiencias, los medios de comunicación evitan apoyar puntos de vista controvertidos o que pudieran molestar a una minoría, respaldando así lo universalmente aceptado.

Con base en esto, especialmente en la percepción selectiva, es que las investigaciones y estudios apuntan más a que no son influyentes en la decisión del voto. El ciudadano ve lo que quiere ver y cómo lo quiere ver. Incluso, aún intentado lograr cierta objetividad, superando la percepción selectiva, podemos dar la victoria a un candidato que no sea el nuestro sin que esto signifique un cambio de comportamiento en relación al voto.

Todo esto cambia en ambientes electorales de mucha volatilidad y de indecisión, donde el debate puede tener un efecto más importante en la toma de decisión.

DEBATE DE VICEPRESIDENTES

La selección de candidatos y candidatas a Vicepresidentes nunca había generado tanta expectativa como en esta ocasión, en especial los partidos políticos. Era una oportunidad para lavarse un poco la cara y reencontrarse con el electorado.

De acuerdo a la Constitución Política de Panamá, la funciones del Vicepresidente de la República son 4:

1. Reemplazar al Presidente de la República en caso de falta temporal o absoluta.
2. Asistir con voz, pero sin voto, a las sesiones del Consejo de Gabinete.
3. Asesorar al Presidente de la República en las materias que este determine.
4. Asistir y representar al Presidente de la República en actos públicos y congresos nacionales o internacionales, o en misiones especiales que el Presidente le encomiende.

No obstante, por lo menos los últimos 3 periodos gubernamentales, los Vicepresidentes en Panamá han jugado un rol mas determinante en el engranaje de gobierno. Los presidentes les

han otorgado el voto que la Constitución no les permite ejercer, nombrándolos ministros de Estado, añadiéndoles funciones específicas.

John Adams, el primer Vicepresidente de los Estados Unidos de América, en una carta dirigida a su esposa Abigail le dice: *“But my country has in its wisdom contrived for me, **the most insignificant office that ever the invention of man contrived or his imagination conceived...**”*.

Y así, han sido varios Vicepresidentes que han denigrado el cargo minimizándolo a nada. Un adorno más, una posición incómoda o un lugar de descanso para mediocres.

Es en este sentido que la conversación transcurría, no solo para el debate de Vicepresidentes, sino los días previos a la fecha de presentación de nóminas cuando el tema generaba más expectativa y se discutía el papel del Vicepresidente. Sin embargo, en el caso panameño, la relevancia el Vicepresidente se sabrá luego de conformado el Gabinete, es decir, si es nombrado Ministro de Estado, en otra posición de relevancia o en ninguna. Por lo que, en efecto, no es un tema de gestión de gobierno, sino electoral. Al menos por ahora.

Hay mucho en juego a la hora de escoger al candidato o candidata a Vicepresidente por parte de las campañas. Lo cierto es que debe aportar algún beneficio electoral. A partir de su escogencia se convierte automáticamente en el número 2 del equipo de campaña, pasarán tiempo juntos (y por separado) tratando de convencer a los ciudadanos a que voten por ellos. El candidato a Vicepresidente será también una pieza importante de información para los votantes que harán un juicio de los candidatos presidenciales tomando como base su escogencia de compañero de nómina. Por tanto, su escogencia puede ser interpretada como la primera decisión difícil que toman los candidatos (eventual presidente) toma antes de asumir el mando, por lo que no hay espacio para el error o improvisación.

ENLACES

1. [Selecting a Vice President: Advice for Presidential Candidates](#)
2. [Vice President \(election, role\)](#)
3. [How Presidents and Vice Presidents Are Elected](#)
4. [When Are Presidential Running Mates Chosen?](#)
5. [Choosing the Veep of Your Dreams](#)
6. [This research shows that vice presidential candidates actually do win votes in their home states](#)
7. [Vice Presidential Season Starts Early for 2020 Democrats](#)
8. [In 2020 Field Full of Women, Some Men Signal They Will Pick a Female Vice President](#)
9. [The Strategy of Selecting a Vice Presidential Candidate](#)
10. [Do Vice Presidential Picks Matter?](#)
11. [Debate History](#)
12. [Here are a bunch of awful things vice presidents have said about being No. 2](#)
13. [Harvard: Biden'd](#)

