

¿POR QUÉ GANÓ MARIANO RAJOY EL DEBATE ELECTORAL?

Antonio Garrido

Resumen

El candidato del PP Mariano Rajoy venció a su oponente del PSOE, Alfredo Pérez Rubalcaba en el único debate televisivo celebrado durante la reciente campaña electoral española. Según a un sondeo del diario El Mundo, Rajoy ganó a Rubalcaba por 7.2 puntos, mientras que la diferencia entre los dos candidatos fue del 5% según una encuesta para El País. Este artículo intenta explicar esta percepción.

Palabras Clave: Elecciones, debates de campaña, televisión en política, España.

Tras la celebración del único debate entre los candidatos del PP y del PSOE a la presidencia del Gobierno, los dos diarios españoles de más difusión, El País y El Mundo, coincidieron significativamente en el triunfo de Mariano Rajoy sobre Alfredo Pérez Rubalcaba. Según el sondeo realizado por Sigma Dos para El Mundo, el 51.4% de los encuestados consideró que Rajoy había ganado el debate, frente al 44.2% que opinaron que estuvo mejor Rubalcaba; esta percepción fue mayor entre las mujeres (53.9% frente al 41%) y entre los votantes mayores de 65 años (59% frente al 37.9%). De acuerdo al sondeo de Metroscopia para El País, el 46% de los encuestados consideraron que Rajoy ganó el debate por un 41% que vio mejor a Rubalcaba.

¿Por qué ganó Mariano Rajoy el debate electoral? Probablemente, porque el debate televisivo entre los candidatos a la presidencia del Gobierno por el Partido

Abstract

PP candidate Mariano Rajoy was victorious over PSOE opponent Alfredo Perez Rubalcaba in the only TV debate during the recent spanish electoral campaign. According to a poll conducted for El Mundo, Rajoy won over Rubalcaba by 7.2 points, while the difference between the two candidates was a 5% victory according to a poll for El Pais. This article tries to explain this perception.

Keywords: Elections, campaign debates, television in politics, Spain.

Popular y por el Partido Socialista no se desarrolló en los términos imprevisibles de la serie de ficción *El Ala Oeste de la Casa Blanca* ni fue como las parodias de los debates presidenciales del *late show* estadounidense Saturday Night Live sino que, más bien, se desarrolló en todo momento según lo previsto, una circunstancia que favoreció al candidato favorito en las encuestas. Pero hay otras razones de fondo que explican esta percepción de los espectadores.

1

RAJOY YA GANÓ EL PRE-DEBATE

Por supuesto, la negociación alrededor de la organización de un evento de esta naturaleza volvió a estar rodeada de controversias acerca del formato específico y las reglas de juego, así como de las tradicionales críticas de los partidos minoritarios por su exclusión. De hecho, la distancia en intención de voto indicada



El formato del debate español es un “cara a cara” entre los candidatos, lo que genera una mayor agresividad y conflicto, y un diálogo muy estructurado de temas a tratar.

por las encuestas hacía complicado que los partidos alcanzaran un acuerdo sobre la oportunidad de celebración del mismo, puesto que lo habitual es que los candidatos destacados en las encuestas no acudan a los debates (Aznar en 1996, Cristina Kirchner, Daniel Ortega, Fernando Lugo, etc.). Sin embargo, el recuerdo de lo sucedido en 2004, cuando Rajoy se negó a debatir y perdió las elecciones en la última semana de campaña, tras el atentado terrorista del 11-M, y, sobre todo, el débil poder negociador del PSOE, que aceptó prácticamente todas las condiciones de su rival, hicieron viable el enfrentamiento, pero también sentaron las bases del triunfo de Rajoy: un debate único, al inicio de la campaña electoral – cuando aún debían transcurrir casi dos semanas de campaña- y centrado, prioritariamente, en los temas económicos.

2 LA AGRESIVIDAD DE RUBALCABA

El formato del debate español, a diferencia de los clásicos debates presidenciales norteamericanos, se basa, por un lado, en una conversación o confrontación directa de los candidatos, lo que genera una mayor agresividad y conflicto, y, por otra parte, en un diálogo muy estructurado y cerrado en bloques temáticos predeterminado, sin posibilidad de que los periodis-

tas moderadores, el público invitado o los ciudadanos introduzcan preguntas o temas en la discusión. Sin embargo, a diferencia del debate de 2008 en el que los largos monólogos de los candidatos impedían responder a las cuestiones formuladas por el adversario - lo que a priori era una ventaja para el candidato destacado en los sondeos - en esta ocasión no hubo tiempos tasados para las intervenciones sino que se optó por un formato más abierto, de “reloj corrido”, que permitió una mayor interacción y enfrentamiento entre los dos líderes políticos, una posibilidad que intentó explotar el candidato socialista.

Precisamente, para compensar su vulnerabilidad en el apartado económico la agresividad de Rubalcaba fue mayor en este bloque, el más extenso del debate, una estrategia discursiva que le permitió ocultar mejor su debilidad, y que acompañó de una cierta gestualidad invasiva, pero que suele ser desaconsejable en este tipo de debates televisados, puesto que el auténtico receptor es el ciudadano y los candidatos realmente se dirigen al público y no tanto a sus interlocutores. La agresividad suele ser percibida negativamente por los espectadores (de hecho, es una de las características del conocido como estilo discursivo masculino, lo que explicaría el decantamiento de las mujeres por Rajoy en las encuestas posteriores al debate), como ilustra el conocido caso de Segolène Royal frente a Sarkozy, o la propia estrategia de Rubalcaba.

Por otro lado, sus constantes preguntas a Rajoy también produjeron la impresión entre los analistas y el público de ser demasiado inquisitivo sobre el supuesto “programa oculto” de su adversario, dando la sensación de que Rubalcaba interpelaba a su adversario

Lo principal en un debate electoral no es refutar los argumentos del contrario sino conseguir que prevalezcan o predominen los temas propios.

en una suerte de sesión de control al próximo presidente del Gobierno, lo que implícitamente era reconocer como inevitable su derrota electoral. Esta circunstancia resulta, no obstante, algo ambivalente, ya que puede ser contemplada como una concesión prematura de la derrota pero también como una estrategia premeditada para movilizar a sus electores al dar por descontado el triunfo del Partido Popular.

3 EL PREDOMINIO DE LOS TEMAS ECONÓMICOS

Como ha señalado Dick Morris, la cuestión principal en un debate electoral no es refutar los argumentos del contrario sino conseguir que en el contenido del mismo prevalezcan o predominen los temas propios. La economía era el asunto prioritario para los dirigentes del Partido Popular y, como se ha indicado, consiguieron imponer en la negociación pre-debate que éste fuera el primero y el más extenso de los bloques temáticos (40 minutos y 5 intervenciones de cada candidato, prácticamente la mitad del debate), por lo que el principal tema de su campaña fue el que ocupó más tiempo, un sesgo que ayudó en la percepción de los ciudadanos sobre el triunfo de Rajoy.

Sin embargo, en este aspecto podemos observar una pauta interesante: ambos candidatos aprovecharon su iniciativa en cada bloque para interrogar a su rival, lo que produjo globalmente la impresión de un mayor equilibrio o igualdad, al comenzar Rubalcaba el bloque de economía y empleo, donde su desventaja era mayor, y Rajoy el bloque de políticas sociales. Así, Rubalcaba aprovechó su iniciativa en el turno de apertura del bloque económico para interrogar a Rajoy sobre su programa y sobre aspectos como el saneamiento del sistema financiero, el seguro de protección por desempleo, los convenios colectivos o la subida del IVA, lo que le permitió defender mejor sus posiciones precisamente en el tema en que su debilidad era más manifiesta; por su parte, Rajoy acaparó en su intervención inicial sobre los temas sociales el recurso a la pregunta, aludiendo a la desigualdad y a los recortes en sanidad y educación y a la congelación de

las pensiones, lo que a su vez también le permitió moderar su hipotética debilidad sobre estos temas.

4 LA CORRECCIÓN DE ERRORES PASADOS

Asimismo, Rajoy corrigió algunos errores pasados, aunque no su reiteración en la lectura de textos de apoyo (casi seiscientos veces, doce veces más que Rubalcaba), y no cedió a la tentación de responder a las provocaciones del adversario, como hizo en 2008, por ejemplo, ante el discurso de Zapatero sobre la guerra de Irak, y escogió una vía de réplica que no suponía ni ignorar ni minimizar las cuestiones formuladas ni tampoco asimilar o aceptar el diagnóstico del adversario sino sustituir el problema: las dificultades y los posibles recortes en políticas sociales como una derivación de la mala gestión económica realizada por el gobierno socialista. Por otro lado, redujo el uso de preguntas retóricas, una de sus pautas más acusadas, y usó toda una serie de latiguillos, puntualizaciones enfáticas y sentencias discursivas que le permitieron salir de las situaciones o discusiones más complicadas.

“Ha sido usted vicepresidente de un Gobierno que ha provocado tres millones de parados. Usted no tiene credibilidad”.

Por último, fue de una gran habilidad retórica al confundir deliberadamente a su oponente con el presidente del gobierno y llamarlo “Rodríguez... Rubalcaba” e insistir en su pertenencia y en sus vínculos con el gobierno saliente: “¿Cómo tiene la osadía? Ha sido usted vicepresidente de un Gobierno que ha provocado tres millones de parados. Usted no tiene credibilidad”. Ni siquiera fue necesario que Rajoy utilizara golpe de efecto alguno, como recurrir al caso Blanco, o apelara al storytelling y a la célebre “niña” con la que cerró su turno de despedida en 2008.



Antonio Garrido

Doctor en Ciencias Políticas y Licenciado en Derecho. Co-autor de “La Conquista del Poder”
agarrido@um.es



**¿Disfrutaste el seminario del CIS? ¿El de Storytelling? ¿Y el de Gobernanza?
Habrá más.**



Entra en www.compolitica.com e infórmate de las actividades y descuentos por ser socio.

acop 

asociación comunicación política