

COMUNICACIÓN NO VERBAL Y PARAVERBAL EN EL DEBATE POLÍTICO ENTRE ZAPATERO Y RAJOY

Óscar Orzáiz

(Universidad de Navarra)

Resumen

Este artículo tiene como objetivo reflexionar sobre las condiciones contextuales y semióticas de los debates políticos. Más concretamente, el autor analiza los debates desarrollados por Mariano Rajoy y José Luis Rodríguez Zapatero durante la última campaña electoral. Orzáiz defiende que el 80% de la capacidad informativa de la interacción comunicativa depende del comportamiento no verbal y paraverbal de los participantes. ¿Son conscientes los dos líderes políticos españoles del poder de estas expresiones no lingüísticas en la comunicación? El autor intenta responder a esta pregunta fundamental.

Abstract

This article aims to reflect about the contextual and semiotic conditions of the political debates. More specifically, the author analyses the debates developed by Mariano Rajoy and José Luis Rodríguez Zapatero during the last Spanish campaign. Orzáiz defends that 80% of the informative capacity derived from the communicative interaction depends on the nonverbal and paraverbal behavior of the participants. Are Spanish political leaders conscious of the power of these non-linguistic expressions in communication? The author tries to answer this fundamental question.

La escena se ha contado tantas veces que ya se ha convertido en un tópico de la comunicación política. El 26 de septiembre de 1960 se celebraba en los estudios de la WCVB-TV, la emisora de la CBS de Chicago, el primer debate televisado de la historia, en el que vicepresidente republicano, Richard Nixon, se enfrentaba al senador demócrata por Massachussets John Fitzgerald Kennedy. Nixon, que había pasado dos semanas hospitalizado por una lesión en la rodilla, llegó al debate pálido, se negó a utilizar maquillaje; estaba cansado porque no quiso suspender la campaña para preparar el debate, sudó y para completar un aspecto inquietante, su traje gris se mezclaba con el fondo del estudio. Frente a él, Kennedy aparecía relajado (los asesores le recomendaron que cruzara las piernas al sentarse), ligeramente moreno, y vestido con un traje oscuro que mejoraba su aspecto. Al terminar el debate, la mayor parte de quienes lo siguieron por televisión declararon que lo había ganado Kennedy. Para los radioyentes, sin embargo, el vencedor fue Nixon.

Este doble resultado ilustra el camino por el que quiero que me acompañen. Aproximadamente el 80 % de la capacidad informativa de lo que queremos comunicar la tienen nuestros gestos, nuestra postura, nuestra mirada (comunicación no verbal) y también nuestra entonación, de si vocalizamos, de las pausas que nos tomamos (comunicación paraverbal). En el debate entre Kennedy y Nixon (y suponiendo que empataran en el resto de los factores), podríamos decir que el primero se impuso en la comunicación no verbal mientras que Nixon venció en el campo paraverbal.

A pesar de este ejemplo, le damos mucha más importancia a lo que decimos y trabajamos muy poco cómo decirlo, cuando es algo que aporta mucha más información que la palabra en sí. Evidentemente nuestros políticos no son una excepción y José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy llevaron a los debates de la campaña de 2008 muy trabajado por sus equipos de asesores todo lo referente a qué tienen que decir, qué deben prometer si salen elegidos, dónde tienen que atacar a su oponente para dejarlo en evidencia; pero atendiendo siempre a aspectos conceptuales, nunca formales. Qué poco trabajan (o qué poco les cunde, porque me consta que lo hacen) los asesores de imagen el hecho de que el mensaje se entienda, sea creíble, se transmita con entusiasmo y no esté acompañado de unos gestos mecanizados, repetitivos y encorsetados que les quita toda la cercanía que un político en esas circunstancias debe tener con el ciudadano.

Ya saben aquello de que "a la mujer del César no le basta con ser honrada, tiene además que parecerlo". Pues bien, gran parte del éxito que un personaje público pueda obtener, y más en el caso de un político, dependerá no sólo de que consiga convencernos con lo que dice, sino que logre que le creamos. Un mensaje brillante, una gran idea o reflexión pueden caer en saco roto si no somos capaces de comunicarla de una forma correcta a través de nuestra expresión no verbal. Aún nos queda mucho camino que recorrer. Estamos en pañales en cuanto a la cultura del debate se refiere, pero bien está por lo menos empezar y haber terminado con la sequía que arrastrábamos. Qué triunfe la palabra, pero sobre todo que transmita.

Uno de los aspectos que analizo y en el que mejor parados salieron los dos candidatos es el de la vocalización, o lo que es lo mismo, articular correctamente

las palabras para que lo que estén diciendo, por lo menos se entienda en un sentido absolutamente literal de la palabra. Pensarán que exagero, pero si la intención de cualquier comunicador es aportar una información, resulta totalmente imprescindible que esa información llegue con la suficiente claridad al receptor y se comprenda.

El ser humano es vago por naturaleza y por muy interesante que sea lo que nos estén diciendo, si entenderlo nos supone un esfuerzo de atención, que a nadie le quepa duda de que más tarde o más temprano desconectaremos. ¿Recuerdan lo que le ocurría a Aznar? En sus comienzos como candidato y sus primeros meses de presidente, no sé si por algún problema físico, por nervios, porque se aceleraba, o por el motivo que fuera, nos costaba bastante adivinar lo que estaba diciendo: vocalizaba muy mal. Afortunadamente en esta vida todo se puede trabajar y el presidente que nos dejó en el año 2004 no tenía nada que ver con el del año 96 si nos referimos única y exclusivamente a aspectos de oratoria, claro está. Todo esto que les acabo de contar es para hacerles comprender la importancia de una correcta dicción en los comunicadores, sean políticos o no, e incidir en que nuestros candidatos, en lo que a este apartado se refiere, aprobaron con nota los dos debates y no recuerdo no haberles entendido algo por una mala pronunciación.

Claro que vocalizar, lo que se dice vocalizar lo hacemos todos y más aún en el caso de políticos de primera fila que van a estar permanentemente en los medios de comunicación y se les va a mirar con lupa todo lo que dicen y cómo lo dicen. Es cierto, pero no debemos restar ni un ápice de importancia a este aspecto muchas veces poco cuidado. Quién no recuerda alguna intervención del ex presidente de la Generalitat Jordi Pujol en la que apenas articula. De acuerdo que lo podemos considerar una excepción, pero es una muestra de la importancia que tiene. ¿Se imaginan a todos nuestros políticos en un debate ininteligible? No es de extrañar que ambos candidatos realicen una correcta vocalización. Ambos son hombres con una dilatada experiencia en apariciones públicas, conferencias, mítines, discursos, y siempre la dicción es el aspecto en el que se incide de manera más contundente cuando alguien se está curtiendo en la no sencilla tarea de hablar en público. Ambos son expertos en la materia.

Insisto que nuestros dos protagonistas salen bastante airosos en lo que a

pronunciación se refiere, a pesar del excesivo seseo tan característico de la forma de hablar de Rajoy, punto que debería mejorar. Pero donde ya comienzan los problemas es en otro campo fundamental en el mundo de la oratoria, término que los romanos definían como “el arte del bien hablar”. Si me apuran yo me atrevo a calificarlo del más importante, el que puede marcar a un comunicador como bueno o malo: el manejo de los registros, la entonación.

¿Qué es la entonación? Según el Diccionario de la Real Academia es *“la modulación de la voz que puede reflejar diferencias de sentido, de intención, de emoción y de origen del hablante”*. ¿Qué ocurre entonces si no modulamos? Que somos planos, lineales, que no expresamos emociones (recuerden el porcentaje de información que transmite las formas), somos monótonos y en definitiva no conseguimos comunicar. Éste puede considerarse el apartado más difícil de controlar y manejar en el campo de la expresión oral. Si habitualmente nos cuesta mucho vencer la timidez y enfrentarnos a un auditorio, si nos supone un gran esfuerzo superar el miedo escénico provocado por nuestra presencia en la tribuna del orador, ¿cómo no va a resultarnos muy costoso incluir además sentimientos en nuestro discurso? Si de por sí es complicado demostrar nuestros sentimientos en privado ¿cómo no va a costarnos un esfuerzo titánico hacerlo en público? Por otro lado, si nuestro cuerpo ya reacciona con un importante bloqueo que nos impide generalmente hasta levantar la voz ¿cómo le vamos a pedir que ante esa situación reaccione con soltura y pueda comunicar nuestros deseos? Créanme, es muy complicado.

Como no podía ser de otra forma nuestros dos candidatos no escapan de la media nacional y les resulta bastante complicado modular, expresar emociones, entonar... Pero si les parece vamos a analizarlos porque aunque los dos tienen fuertes carencias en este campo, conviene observar importantes diferencias entre ellos.

Si yo les preguntase cual de los dos les resulta más monótono, probablemente no tengan duda en responderme que Zapatero. ¿Recuerdan cuando tan sólo era el candidato del Partido Socialista en sus primeras elecciones? ¿Recuerdan uno de los varios mote que circulaban en torno a su persona? ¿Se acuerdan de Sosoman? Pues sí, que no les quepa duda que aquello hacía referencia

al aburrimiento generalizado al que nos sometía en sus discursos, a lo terriblemente monótono que resultaba en sus intervenciones. Evidentemente no ha cambiado, o ha evolucionado poco. Ojo, es muy difícil y hace falta bastante tiempo y esfuerzo en superar la monotonía, pero no sólo para él sino para cualquier mortal que no ha nacido con el don de la expresividad.

Si analizamos las intervenciones de Zapatero en los dos debates televisados observaremos que en todas tiene una modulación constante, un sonido monótono. Es su timbre, claro está, pero debe realizar un esfuerzo para cambiar ese sonido que al poco tiempo de comenzar sus intervenciones se nos integra en el oído como un ruido rosa permanente, que no invita a prestar atención. Recuerden que el ser humano es vago... Ya sólo con escucharle en la primera intervención, y a pesar de los intentos de los asesores de que resulte muy televisiva y creíble, y aunque fue una buena intervención muy bien preparada, florecen las tradicionales carencias del candidato y una entonación plana y monocorde. Podríamos resumir que Zapatero tiene una monotonía de voz, de timbre. Dentro del mundo de la música, existen estudios sobre cómo ha de componerse una melodía. Los cambios de ritmo, de tono, las subidas y bajadas necesarias para ser capaces de que el oyente mantenga su atención. Mucho más importante resulta que se produzcan estos cambios en la expresión oral. Si un orador no introduce en sus discursos estas diferentes entonaciones de las que hablamos, su discurso, por muy lleno de contenido preciso y estudiado que esté, no llega al oyente, pues es posible que con el paso de los minutos no haya sabido mantener nuestra atención y nos hayamos distraído. Recuerden, si el mensaje no llega al receptor, el emisor tendrá que cambiar su forma de expresarlo, e insisto, no digo su fondo, sino su forma.

Algo bien diferente le ocurre a Rajoy. Si le escuchamos en su primera intervención no nos resulta monótono. Podremos criticarle (luego lo haremos) que lee su intervención, pero no diremos que su voz es lineal y monótona. No aburre, pero ojo, tan monótono puede resultar una entonación plana en su timbre como acomodarnos en un único registro y no salir de él. Acaparar una emoción, un sentimiento y permanecer en él desde el primero hasta el último segundo del debate. Éste es el problema de Rajoy: que utiliza, incluso domina a la perfección una intención, un tono (el enfado) pero de ahí no sale en todo su discurso: eso es monotonía (mono-tono). A diferencia de su oponente, Rajoy sí modula, sí entona, sí

cambia, pero siempre desde una actitud de enfado, en mayor o menor medida según el momento, pero siempre desde ese enfado. Tan poco eficaz para la comunicación es la monotonía en la entonación de Zapatero, como la actitud de enfado permanente de Rajoy. Me temo que en este apartado, hemos de valorar negativamente a ambos candidatos, por motivos diferentes, pero en los dos casos, nos encontramos para los dos con un punto que deberían mejorar.

La entonación pide expresar sentimientos, emocionarse con la palabra, con lo que transmitimos, pero exige variedad. No podemos basar nuestro discurso en la permanente irritación. Se convierte en el paisaje y pierde toda su efectividad. Tenemos que estar permanentemente captando la atención de nuestros oyentes y tenemos en la entonación nuestra principal recurso. Tenemos que poner colores a nuestro discurso para no convertirlo en rutinario y calar en los receptores; pero eso, varios colores. Estamos obligados a cambiar nuestras emociones y curiosamente cuanto más extremas sean, más efectividad contienen: no hay un enfado más creíble y de mayor calado que el que proviene de un momento amable y amistoso; no hay dolor más incisivo que el que nos viene de la alegría y la jovialidad; no hay un discurso irónico más mordaz si previamente hemos demostrado cercanía y sinceridad. Si nos obcecamos en mantener siempre el mismo tono, perdemos toda la efectividad, interés y sobre todo credibilidad.

Esta es la monotonía de Rajoy, permanentemente enfadado en todos y cada uno de los apartados en que estuvieron estructurados los debates. Ciertamente es que sale victorioso del rifirrafe que mantienen con la agresión a las víctimas porque ahí su enfado es más creíble que el de Zapatero, pero no basta. A ese momento victorioso hay que unir el saber emplear otros registros en diferentes momentos. Las dos únicas intervenciones en las que rompió esa apariencia fueron las primeras de cada retransmisión y claro, esas las traen preparadas desde casa con los equipos de asesores. A partir de esas intervenciones ya sólo se le vieron distintos grados de irritación, nada más. Monótono. ¿Dónde está la ironía, la exigencia, la seguridad, la cercanía, la alegría, la pena, el convencimiento o la ilusión? Colores, necesitábamos colores. Y esos colores parten de la finalidad de ser capaces de expresarse con cambios de entonación, de intención, de expresión. Pero no nos olvidemos que la comunicación está compuesta de un gran número de factores. Colores no solo en los aspectos de expresión verbal, sino también corporal, gestos faciales, corporales.

Colores al fin y al cabo en todos los matices que se vean o se escuchen.

Como apuntábamos anteriormente, es complicado y costoso expresar emociones, conmover a los telespectadores, máxime cuando el emisor de tal intención es un político. Algunos de los grandes discursos políticos de la historia son aquellos cargados de frases emotivas. Pero no solo de frases, de intenciones, que sería el área que nos ocupa en este capítulo. En España no creemos a nuestros políticos cuando intentan ser emotivos, es así de claro. ¿Es culpa suya por no saber transmitir las intenciones? ¿Quizá incredulidad y falta de confianza en sus sentimientos cuando les escuchamos? Supongo que un poco de todo eso. Me resistía a citar en este capítulo a la famosa “niña de Rajoy”. Sin embargo, analizando los debates entre nuestros candidatos, no puedo sino mencionarla ya que la intención (teóricamente) de Rajoy de apelar a nuestra emotividad a través de la historia de la tan traída y llevada criatura, suscitó en nuestro país muchas más críticas que reflexiones. La idea era buena, qué duda cabe. No hay ejemplo más emotivo que el de una niña y el futuro ideal que soñamos para ella. De hecho, poco tiempo antes Obama empleó el recurso de apelar a la imagen de otra niña, dentro de uno de sus más destacados discursos. El contenido (una vez más el fondo del asunto) no era malo, pero fallaron las formas. La niña no consiguió llegarnos al corazón y conmovernos, sino que su efecto fue mucho más cómico de lo que seguro los asesores de Rajoy hubieran deseado.

Fíjense hasta que punto agradecemos como oyentes un cambio de entonación, que celebré entusiasmado el momento en el que Rajoy, durante la discusión de política institucional del primer debate, abandona momentáneamente su registro habitual de permanente cabreo para realizar una lectura textual de un informe. Tan sencillo como eso: romper durante unos momentos el paisaje habitual al que nos tienen sometidos, que nuestros oídos aprecien una entonación diferente a la que llevamos muchos minutos escuchando, es suficiente para captar nuevamente nuestra atención y despertarnos del letargo. Se agradece. Hay que decir en honor a la verdad que esa cita textual Rajoy la realiza magistralmente. Una lectura de una cita textual también tiene sus reglas: se debe realizar una pausa previa, debemos anunciarla y subir ligeramente el volumen de la voz, ralentizar y vocalizar en extremo su lectura y continuar después con el mismo registro que teníamos. Si hacemos todo esto, y el candidato popular lo hizo a la perfección,

habremos conseguido darle un color diferente a un discurso repetitivo. Ya ven qué sencillo ejemplo de cómo volver a captar la atención del ya a estas alturas distraído espectador.

Ya les había avisado que nuestros candidatos suspendían en entonación. Ahora les queda a ustedes decidir la nota y si les aburre más el timbre plano de Zapatero pero que es capaz de aparentar tranquilidad cuando habla de política institucional en el primer debate, enfado e ironía con si se rompe España, seguridad cuando discuten la inmigración, o agresividad en el segundo debate cuando se enzarzan sobre cual fue la famosa primera pregunta que se le realizó en el congreso; o prefieren la de Rajoy que ya hemos visto que no varía su discurso en ningún momento pero al que resulta agradable escucharle porque modula y hace atractivo el grueso de su discurso pero le faltan contrastes. Ustedes deciden.

Capítulo aparte creo que merece el saber concluir con contundencia y eficacia cada una de las intervenciones de los bloques temáticos en los que se dividieron estos dos debates. Es lo que podríamos llamar cerrar bien un discurso. Cualquier vendedor sabe que la parte más importante y más difícil de una venta es su cierre, el conseguir terminar la acción tal y como se desea. Tradicionalmente le damos poca importancia a los finales de discurso. Nos preparamos muy bien gracias a los asesores, y a las pruebas me remito, unos comienzos atractivos y cautivadores, que capten rápidamente la atención del oyente y que nos proporcionen desde el primer instante una sintonía con el candidato con el que simpatizamos. Correcto, y además muy eficaz. Lo que ya no trabajamos tanto son las conclusiones, quizá porque con este formato de debates es imprescindible que surjan de los propios candidatos y no tanto de sus equipos de asesores, y si como hemos visto cuesta conseguir su entusiasmo en momentos marcados y preparados, mucho más complicado resultará que florezcan espontáneamente, fruto del propio debate.

Una conclusión, que nunca es un resumen, es el momento de sentenciar con absoluta rotundidad nuestras ideas e intenciones. Está comprobado que los oyentes transcurridos un tiempo nos quedamos con muy pocas cosas, pero de las pocas con que nos quedamos, siempre son aquellas que nos han llamado nuestra atención bien porque nos han sorprendido (comienzos originales), o bien porque aunque las sepamos, nos ha gustado la manera como nos las ha contado e incluso seremos

capaces nosotros mismos de transmitir las por otros foros. Objetivo más que cumplido. En el momento de realizar estas conclusiones, algo cambia formalmente, porque es un momento diferente dentro del debate, se termina el formato de diálogo, de pregunta–respuesta para pasar al formato de monólogo. Ambos candidatos realizan esta parte sin leer, mirando a cámara fijamente (excepto Rajoy, a quien también aquí volvió a jugarle una mala pasada la tentación de mirar al lateral de la cámara para echar un vistazo al reloj que marca el tiempo de intervención). Se busca así cercanía al espectador, transmitir confianza, tranquilidad, seguridad. No crean, tan importante o más es el final de estos debates, con las conclusiones de cada candidato, como el inicio del mismo.

Un epílogo a nuestro discurso merece ser tratado con la importancia que tiene como una parte especial y diferente del debate, con todo el cuidado y cariño del mundo, tanto en el aspecto de su fondo como en su forma, porque puede resultarnos muy beneficioso para nuestros intereses, pero como suele ocurrir con frecuencia un mal uso puede llegar a restar nuestra credibilidad. Sin llegar a este extremo creo que Zapatero pierde mucho terreno que previamente ha conquistado durante el debate con unos finales anodinos y neutros que para nada dan el empujón definitivo que espera el receptor. En hasta cuatro ocasiones el candidato socialista no ha podido sacar partido de su ventaja adquirida por no saber solventar con eficacia el trámite. Dos ejemplos, tanto en el apartado del cambio climático como en economía del primer debate, en los que no termina de rematar la faena por una falta de contundencia y seguridad en sus formas que son exigibles para las conclusiones. Debemos terminar siempre ralentizando el ritmo e imprimiendo un carácter tajante y excluyente, sin titubeos; para que me entiendan, como los finales de las películas que todos sabemos que han terminado antes de que nos salgan los títulos de crédito. Apunten pues en el debe a Zapatero una necesaria mejoría en sus conclusiones.

Estamos recordando permanentemente a los equipos de imagen de ambos candidatos. Ya se han hecho imprescindibles. Si se dan cuenta ya no queda nada al azar, todo está pensado y meditado. La forma de vestir, que a nadie le quede la menor duda de que se ha discutido el color de la corbata, obedece a determinados criterios de imagen. En este apartado, Zapatero sale particularmente bien parado por la elección de su indumentaria en tonos azules, sobrio y sin estridencia alguna,

portando como único complemento en sus manos su alianza matrimonial. Respecto a Rajoy, lo vimos ataviado en ambas ocasiones con su habitual corbata roja, según declaró después el motivo de dicha elección fue una superstición sobre dicha prenda más que una elección de conjunto. Le creeremos. Destacaremos el momento en el que se saludaron y posaron ante la prensa, con un llamativo error de Rajoy, su chaqueta sin abrochar, postura corporal incorrecta cuando una persona viste un traje puesto en pie, ¿fruto quizá de los nervios? Seguramente, y más tratándose de un profesional en las apariciones públicas. Aun así, grave desliz. En demasiadas ocasiones, los espectadores vimos el reloj deportivo del candidato popular, detalle poco adecuado, y que si llevamos al extremo podría interpretarse como un pequeño destello de ostentación. Recordemos que la emisión televisiva de dichos debates en televisión se inició con la llegada al lugar de su celebración de ambos candidatos, y su posterior saludo entre sí, con lo cual podríamos decir que desde ese momento se inicia, al menos en el aspecto formal y de comunicación no verbal que nos atañe en este capítulo, la celebración de estos cara a cara.

Ya sé que todos estos detalles en apariencia sin importancia, pueden parecerles carentes de interés o incluso frívolos, pueden sonarles a comentario superficial, casi a cotilleo sobre un aspecto aparentemente tan poco relevante como los colores de la vestimenta o un botón desabrochado, pero ¿tendría la misma credibilidad cualquiera de los dos candidatos si llevara el pelo revuelto o una mancha en la solapa de su chaqueta? Rotundamente, no. Recuerden, no basta con serlo, hay también que parecerlo. Les aseguro que nada de lo que vimos en esos debates fue casual, sino fruto de la labor y el estudio de los equipos de imagen de cada candidato, y todo, absolutamente todo influye.

Se alcanzan acuerdos en cuanto a la duración de las intervenciones y el sorteo de turnos; se pacta quién será el moderador, se revisa la altura de las sillas, la longitud de la mesa, la iluminación y temperatura de la sala, ocupa varios días decidir el formato de debate más acorde a todos los intereses; son innumerables los puntos que conviene matizar antes de comenzar, la puesta en escena ha de ser perfecta, nada queda al azar, todo se contempla y se pacta hasta el mínimo detalle. Ya, pero ¿durante? ¿Es que nadie puede decir a nuestros candidatos que no deben leer sus discursos? Miren, si en algo coinciden todos los expertos en comunicación oral es que resulta muy poco creíble y convincente una persona que necesita leer lo

que nos tiene que contar. Jamás nos resultará cercana una persona que nos dice qué está bien y qué está mal si necesita leerlo en unos folios. ¿Se lo creen? ¿Les parece oportuno?

Aquí en España estamos a años luz de los formatos de debate televisados de otros países, por ejemplo EEUU. Ya llegaremos, no se preocupen. Pero mientras tanto tendremos que hacer esfuerzos en corregir aspectos tan sencillos, pero tan fundamentales en cuanto al crédito de los candidatos. Es de un efecto espantoso que en vez de decirnos los argumentos nos los lean; y si debe ser así, trabajarlo para que no lo parezca. No se puede perder toda una intervención argumentando algo en lo que parece que no confío porque nos lo han preparado los equipos de asesoría. El candidato tiene que hacerlo suyo, lo tiene que asimilar como propio y luego contarlo. No puede haber dudas ni titubeos. Rajoy lo hizo con frecuencia. Leyó con excesiva frecuencia fragmentos de su discurso tan importantes como política nacional, temas de inmigración o cambio climático. ¿Qué pasa, no está bien preparado? ¿Se le plantean dudas? ¿Desconoce aspectos importantes? insisto que no basta con saber, sino que además hay que aparentarlo. Lo que se debe trabajar desde las asesorías no es exclusivamente la elaboración de un discurso, deben preparar al político para interpretar esos contenidos y que pueda calar y emocionar con ese mensaje.

Algo bien diferente es lo que los americanos llaman el *teleprompter*, un sistema de pantalla transparente para que los candidatos puedan leer sin que lo parezca, con la mirada en la cámara aparentando estar mirándonos a los ojos a cada uno de los espectadores, pues evidentemente también aquí nos superan en preparación porque se trata de eso, de aparentar que no se lee y las diferencias de nuestros representantes con las de los últimos candidatos a la presidencia americana son claras. Si han seguido algún debate en las recientes elecciones de EEUU, observarán que ni a McCain, ni por supuesto a Obama se les nota en ningún momento leer en el aparatito; observen si pueden el comienzo del primer debate de nuestros representantes, la primera intervención de Rajoy y mírenle a los ojos ¿Qué hace? Está claro, leer. ¿Es que ellos no leen? Si claro que lo hacen, pero lo disimulan, lo han trabajado y no les notamos el tic mecánico de los ojos, pero sobre todo hacen suyas las palabras que leen con la entonación y la emoción. Nos falta tiempo, está claro, nos llevan años de ventaja, pero me gustaría reivindicar un

mayor esfuerzo por parte de los gabinetes en la puesta en escena, en la teatralización de los debates desde el sentimiento a costa de ciertos recursos artificiales y poco espontáneos que esos sí que nos gusta importar y en nuestra cultura aportan poco. Me estoy refiriendo a ciertas sonrisas y gestos estereotipados.

Por continuar con las comparaciones de los debates a ambos lados del Atlántico y profundizando en estos recursos artificiales, decirles que hay ciertas cuestiones de forma que en América adquieren una desmedida importancia que, gracias a Dios, en España no ocurre. Recuerdo que hay candidatos que por el simple hecho de mirar su reloj de muñeca, fueron considerados perdedores del debate. Allí estos pequeños detalles se observan con lupa y se extraen unas conclusiones que por lo menos en nuestro país estarían fuera de toda lógica. ¿Quién considera aquí que Rajoy pudo perder el debate porque en una misma intervención del primer combate mirase al menos en ocho ocasiones a un punto indeterminado del estudio? Probablemente a más de uno nos resultó sorprendente, incluso inquietante que a los pocos minutos de comenzar el programa, sintiese la necesidad imperiosa de mirar de forma obsesiva al reloj que controla los tiempos de las intervenciones, pero ahí queda la cosa, a ningún periodista se le ocurre decir que ese es motivo más que suficiente para demostrar que por ejemplo el candidato popular quería controlar las intervenciones al segundo y que por tanto había perdido el debate, aquí no. Además que por mucho que nos empeñemos, en España no tiene prácticamente importancia quien lo gane o lo pierda, habrá un puñado de votos indecisos que se inclinarán a un lado o a otro, pero nunca estarán motivados porque el candidato tal o cual se desabrochase el nudo de la corbata. Está claro que no son beneficiosos, Rajoy apenas lo miró en el segundo debate, pero de ahí a ser el brazo ejecutor...

No resultaría fácil decir llegado el caso quien lo perdió, porque si hablamos de las miradas de uno, que no decir de los gestos del otro. Zapatero utiliza unos gestos encorsetados y claramente mimetizados, aprendidos en el laboratorio y muy poco naturales. Recuerden su característico y en ocasiones excesivamente rígido y contundente movimiento de brazo derecho gesticulando arriba y abajo o un gesto similar con ambos brazos mientras la parte superior de los mismos permanece pegada al tronco. Ya hemos comentado anteriormente que entre sus virtudes no se encontraba el dominio de la comunicación oral, pero que estos conocimientos se

pueden desarrollar con la práctica y desde luego a un presidente del gobierno esas oportunidades no le faltan.

Si consiguen hacer memoria recordarán su aparición en la escena política absolutamente hierática, acompañando con sus gestos a esa entonación plana y monotimbre que ya hemos explicado anteriormente. El Sosoman que veíamos que le acompañó en sus inicios, no hacía referencia únicamente al campo de las emociones sino que estaba provocado también por esa ausencia total de gestos. Sus intervenciones destacaban por introducir ambas manos en sus bolsillos o agarrar fuertemente al atril. No sabía que hacer con sus brazos (algo absolutamente habitual, no nos engañemos); por lo tanto, la solución es esconderlos. En aquella primera campaña no hubo tiempo para más, así que en todos los actos públicos en los que intervino la comunicación gestual brilló por su ausencia. Los expertos estiman que un cuarenta por ciento de la capacidad informativa la aportan los gestos y otro tanto la entonación. Zapatero ganó aquellas elecciones y un servidor es mero observador de las circunstancias, el análisis se lo dejamos a los expertos.

Lo que es indudable es que aquella victoria le vino a nuestro presidente muy bien, a partir de ese momento iba a estar permanentemente en el campo de batalla, bregando con innumerables discursos públicos, ruedas de prensa, iba a estar en todos los medios de comunicación, en definitiva iba a adquirir experiencia. Hagamos memoria. La evolución gestual de Zapatero se produce en progresión geométrica. Tras ganar aquellas primeras elecciones generales en las que hemos visto que no movía sus manos en absoluto, llegó la campaña para pedir el Sí en el Referéndum de la Constitución Europea. Los equipos de imagen en este tiempo consiguieron que el presidente fuera capaz de sacar un brazo (el derecho) para apoyar gestualmente sus intervenciones. Evidentemente, no es ningún triunfo, pero es el inicio de una evolución, el primer paso a un trabajo de comunicación gestual, y aunque muy poco expresivo, siempre agradeceremos más que se gesticule con un único brazo a la ausencia total de movimiento.

La evolución de la comunicación no verbal de Zapatero resultó evidente y visible en la campaña electoral de las Elecciones Autonómicas y Municipales, en la que su equipo de asesores de imagen, consiguió por fin hacer que moviera ambos

brazos en sus intervenciones públicas. Si bien podríamos criticar que todo movimiento se redujo a su característico gesto de unir las yemas de los dedos de ambas manos para en esta posición gesticular agitándolas en el aire, no es menos cierto que este gesto (aunque manido, un tanto mecánico y probablemente artificial) resulta siempre agradecido para el espectador, ya que no podemos perder de vista que este mismo presidente no muchos años atrás era incapaz de comunicarse gestualmente de ningún modo con sus manos.

Actualmente, el presidente ha conseguido una más que aceptable comunicación gestual en sus intervenciones públicas, pues sus brazos acompañan sin estridencias y sin resultar llamativos a sus alocuciones. El camino es largo, pero teniendo en cuenta la mejoría que en estos pocos años ha conseguido Zapatero, no es difícil pronosticar que puede llegar incluso a ser un gran comunicador, algo que resultaba impensable cuando fue elegido Secretario General de su partido.

Si hacemos memoria, resulta muy similar la trayectoria en cuanto a evolución gestual, seguida por José María Aznar, tildado de carente de todo carisma cuando debutó en la arena política, y que cuando abandonó la presidencia era considerado por todos sus compañeros y rivales políticos como una auténtica "apisonadora" en el terreno del debate y la oratoria. Sirva todo esto para reforzar la teoría de que el mejor aprendizaje, de que la mejor escuela para dominar este campo de la comunicación no es otro que la práctica.

En el caso de Rajoy, su "repertorio" gestual es mucho más amplio, pero durante los debates televisados, especialmente en el primero, sostuvo durante prácticamente todo el tiempo su bolígrafo en la mano, apoyándose mucho en él a la hora de hablar, mientras que su oponente simplemente lo empleó para tomar notas. Cualquier persona que sepa algo de lenguaje corporal, podrá explicar que esta acción de hablar en público con un bolígrafo en la mano como apoyo básico suele ser síntoma de una búsqueda de seguridad, expresa la necesidad de "agarrarse a algo". Nos sucedería a cualquiera. Pónganse en su lugar: millones de personas con sus ojos clavados en usted, y la presidencia de un país en juego. No le culpo, en esa tesitura todos necesitaríamos asirnos físicamente a algo si estuviéramos ahí sentados. Y no se engañen, si Zapatero no se apoyó en su bolígrafo, seguramente no fue por falta de ganas de buscar el mismo apoyo, sino

porque la lección de no hacerlo estaba muy bien aprendida. Ya saben, nada es casual.

Hemos hablado de las características y sobre todo evolución con el paso del tiempo y la práctica de la capacidad comunicativa de Zapatero. En el caso de Rajoy su evolución no es tan espectacular por varios motivos. Su punto de partida no era tan estático como el de su oponente y a lo largo de su trayectoria política ha tenido más oportunidades de curtirse como comunicador, fundamentalmente en sus años como ministro. Lo mejor que podemos decir de la comunicación gestual de un político es que no llame la atención y esto es lo que podemos afirmar sin lugar a dudas de Rajoy.

En una intervención pública, los gestos que nunca resultan estridentes son aquellos que se realizan de forma amplia y se mantienen, se aguantan. Un orador cuyo lenguaje gestual tenga estas características será capaz de transmitirnos tranquilidad, seguridad en su discurso, aplomo y contundencia. A menudo tendemos a pensar, que los gestos "grandes" son aquellos que resultan más llamativos, molestos, y sin embargo esto no es así. Los gestos de los cuales se debe de huir y más en la esfera política son los efectuados de una forma rápida, cortante, con movimientos rápidos que nos transmiten inseguridad y nerviosismo. Nuestros gestos delatan cómo nos sentimos, y del mismo modo, pueden ser trabajados para corregirse y mostrar ese mensaje aparentemente oculto, esa transmisión de sensaciones que es importante y que no debe contradecir el discurso. En la medida que una expresión corporal se ajuste a la sensación que se pretende transmitir y al mensaje verbal, la comunicación se apoya, se hace un todo, se refuerza y consigue el propósito que se pretende en el sentido más amplio del término.

Un aspecto que ambos candidatos descuidaron sobremanera es el de los apoyos externos al orador. No es de recibo en un debate televisado donde lo visual prima, que por ambas partes se exhibiesen gráficos, diagramas, esquemas, absolutamente incomprensibles y en todos los casos de difícil visibilidad para el espectador y con nulas explicaciones sobre su contenido por parte de ambos candidatos, porque bien podrían valer cualquiera de los gráficos expuestos para defender una tesis o la contraria. Lo único que en la mayor parte de los casos los

espectadores pudimos ver, fueron unas barras de colores, cuyo significado completo seguimos desconociendo.

Destaca en este apartado, el caso de Rajoy que no solamente se empeñó en mostrarnos gráficos incomprensibles, sino que además bombardeó al espectador con una batería de datos numéricos que, no les quepa duda, prácticamente nadie iba a ser capaz de retener y que poco o nada aportan en un debate televisado. Insisto, si esto tiene importancia, deberían ser mostrados visualmente. El ejemplo más claro de lo que no se debe hacer para dar determinados datos, lo tenemos en su intervención en el primer debate dentro del apartado Política Social. Comienza dicha intervención dándonos los datos del número de inmigrantes que entran en España en los años 2005, 2006 y 2007 cifras ya de por sí difíciles de retener, pero además añade a esto un plus de dificultad al compararlas con las cifras de los mismos años en Francia, Alemania y el Reino Unido. Tenemos pues, un claro ejemplo de cómo no se deben de dar datos al espectador, que es incapaz de detener estos números y sólo espera ver a qué punto quiere llegar el candidato con esta información.

Me van a permitir criticar, llegados a este punto, no tanto a Rajoy en su tormenta de datos, como al equipo de asesores que consintió esa intervención. Ellos deberían ser conocedores de que esta forma es absolutamente inadecuada para el medio televisivo. Un asesor de imagen no puede proporcionar a su candidato un gráfico que no aporte visualmente nada para apoyar la idea que defiende. Una posible solución a esto hubiera sido presentar previamente a los realizadores del programa todo este material para que su emisión hubiera alcanzado la calidad mínima deseada para que el espectador pudiera apreciarlo con claridad y comprensión. Nos encontramos por tanto ante un claro ejemplo de desaprovechamiento de los innumerables recursos positivos que un debate televisado puede ofrecer a un candidato. Un candidato puede no mostrar al espectador un gráfico o esquema ,pero si decide enseñarlo debe ser visualmente atractivo y, lo fundamental, comprensible.

Hemos visto que nuestro país se encuentra en un momento muy incipiente de cultura política aplicada a los medios. Nos encontramos a años luz de otros

países como por ejemplo Estados Unidos en cuanto a tradición en el aspecto de los debates políticos, el uso de las nuevas tecnologías a favor de un candidato en campaña electoral, e incluso hemos visto ejemplos de desaprovechamiento de las oportunidades que tales medios pueden suponer para un político. También hemos analizado a nuestros candidatos viendo que no son los mejores oradores del mundo, ni los que mejor se expresan en el aspecto no verbal. Tienen carencias, puntos que modificar y mejorar, un largo trabajo por delante. Sin embargo, no puedo dejar de celebrar el hecho de que tras 15 años los debates políticos televisados hayan vuelto a nuestro país. Ciertamente hay mucho que mejorar, pero se hará. No olvidemos las evidencias analizadas de que todo se aprende, se puede mejorar, se puede avanzar y este es el camino para conseguir que nuestros líderes políticos sean unos grandes comunicadores, capaces de convencer, de exponer, de expresar, conmover e ilusionar como lo han sido los grandes políticos de la historia. Es un triunfo para todos la vuelta a nuestras campañas de estos debates. Un triunfo político, social, técnico, un triunfo para nuestra democracia, que no olvidemos, no es tan antigua ni posee la tradición de otros países. Un triunfo con mayúsculas, a fin de cuentas, el triunfo de la palabra.