

JUVENTUD vs SENECTUD

Una aproximación a las elecciones americanas de 2008 mediante el análisis de la adecuación entre el discurso verbal y no verbal de los candidatos a la presidencia de los EEUU a través de los debates televisivos.

Ante los numerosos análisis del discurso verbal de los candidatos a la presidencia de los EEUU, cabe preguntarse si el comportamiento gestual ante el medio televisivo influye en la imagen que los ciudadanos de todo el mundo se forman de los candidatos McCain y Obama.

Hemos asistido como espectadores al ascenso de un inexperto senador Obama, según reflejan ya todas las encuestas, y un descenso del veterano senador McCain, ex_combatiente de Vietnam y experto en lidiar con los medios de comunicación. ¿Cuáles han sido los factores que han contribuido a esa ascensión mediática? ¿Qué elementos han sido claves en los discursos de ambos candidatos para que a pocos días de las elecciones en EEUU se produzca esta diferencia en las encuestas?

Se ha demostrado a través de los debates televisivos, que para hablar ante la cámara hay que estar preparado, muy bien preparado. No dudamos de la existencia de amplios grupos de asesores políticos detrás de cada candidato, pero evidentemente, algunos de esos asesores han logrado aleccionar mejor a sus clientes que otros, y el resultado los hemos visto ante nuestras pantallas.

Trajes oscuros, con camisas blancas y corbatas a rayas (algunas de ellas pecando de un leve "moire"), se han impuesto como modelo de vestimenta ante un decorado azul televisivo, con letras desenfocadas, para evitar distraer la atención de la audiencia. La diferencia entre ambos, ha estado marcada por un "pin" en la solapa del candidato Obama con la bandera norteamericana. Todo un "guiño" para su público.

Los dos candidatos han ido evolucionando en sus intervenciones televisivas, aunque la evolución ha resultado menos evidente en el caso de Obama que en el de McCain. El primero ya demostró un buen conocimiento del medio en su primer debate, ganándose el favor de unos espectadores ansiosos por encontrar un líder que les transmitiera confianza y seguridad ante la nueva situación económica.

El primer elemento de persuasión a tener en cuenta por un líder político cuando se enfrenta a la cámara es su **rostro**. Ante un candidato demócrata con unas facciones que denotan energía, juventud, expresividad, pulcritud... se opone la cara madura del candidato republicano, cuyas arrugas transmiten la experiencia de muchos años en el ámbito político. Esta contraposición se ve incrementada por dos elementos claves: los ojos y la boca. La mirada y los ojos de Obama se muestran amplios, limpios, brillantes, directos, comunicativos, mientras que los de McCain, de menor tamaño, adolecen una falta de vigor

acrecentada por un continuo parpadeo que llega a ser molesto al espectador distrayendo su atención. Por otro lado, la diferencia en la boca (labios gruesos y carnosos frente a labios finos), influye en la fuerza de la dicción y en el tono de voz de cada uno de los candidatos, lo que se convierte en un elemento de gran importancia a la hora de ganar credibilidad en el discurso. Una alocución clara, firme y contundente consigue mayor seducción ante un público deseoso de liderazgo.

En el caso de estos enfrentamientos cara a cara de nuestros contrincantes, la decisión a la hora de dirigirse a la cámara y al oponente es vital para el convencimiento. Mostrando un semblante sereno, el senador Obama, con un atrevimiento propio de su juventud, se dirige en varias ocasiones al espectador para presentarle sus compromisos electorales. Incluso adopta una **mirada** replicante y directa a su interlocutor para ganar puntos en el combate. Sin embargo, el senador McCain, en su primer debate televisivo, no fue capaz de enfrentarse a sus dos claros oponentes: la cámara y Obama. Sólo después de varios asaltos, se ha visto con suficiente energía como para hacer breves discursos a los electores y contestar tímidamente a su rival. Se asemeja al púgil que en el cuadrilátero baja la cabeza y lucha desesperadamente sin mirar la faz de su rival ni escuchar al griterío que le increpa.

La actitud sólida del candidato demócrata se dibuja en su cuerpo. Una posición relajada tras un atril, a lo largo de un escenario o sentado detrás de una mesa, infunde la certeza en el espectador de que su comunicación, es importante. Hombros relajados, leves inclinaciones pausadas del torso hacia delante, movimientos de asentimiento con la cabeza, apoyan su prédica, generan confianza. Obama ha sabido muy bien hacer de su alegato algo sólido con el buen uso de sus **manos**. La franqueza se visualiza con el paralelismo de sus brazos y en unas manos abiertas al mundo, suaves pero firmes, explicativas de su dirección política. Se muestra capaz de hacer una representación corporal dinámica y equilibrada subrayando su discurso, apoyándose en último término en esos dedos largos y finos, uniendo el índice y el pulgar en un gesto representativo en todas sus enfatizaciones.

Por su parte, el aspirante McCain, denota tensión en su **actitud corporal**. Los hombros elevados y los brazos rígidos producen cierta incomodidad en el espectador. La gestualidad irá evolucionando de grado según avancen los envites televisivos. Partiendo de una inquietud acerca de dónde colocar sus manos, una escasa participación del torso en su exposición, ó una cabeza rígida y sin movimiento, a concluir en los últimos programas televisivos con una gestualidad exagerada y nerviosa, un balanceo hacia delante y hacia detrás, y una excesiva actividad de brazos y manos. Todo ello, asociado a una alocución rápida, sin puntualizaciones y poco contundente, genera una falta de firmeza y estabilidad, que a buen seguro no era el objetivo del senador.

Por otro lado, un candidato **atractivo** como el candidato Obama, consigue una imagen más familiar, más agradable, más allá del aspecto físico. Ya sabemos que las cualidades personales del candidato pueden tener una influencia significativa en la decisión del voto. Dichos atributos dependen de la imagen que proyecta y que es modelada por la televisión, a través de los planos, las luces, la vestimenta... y por los expertos en comunicación que asesoran a los políticos para conseguir una mayor persuasión. Los aspectos más importantes de la personalidad no son los dientes brillantes o las caras

sonrientes, sino lo intangible en la persona, como la fuerza, la honestidad y la comprensión. La credibilidad de la fuente con su capacidad, su ética y su eficacia social, se convierte en el principal agente de persuasión para influir en el electorado ó público.

La victoria o la derrota de McCain o de Obama en los debates televisivos, se traduce en haber demostrado competencia, capacidad y autoridad en las materias que se discutían. Es decir, gana aquél que transmite credibilidad, que consigue ser considerado honrado y fiable por el espectador. El público, los votantes, se han formado imágenes de los candidatos en términos de personalidad, no políticamente. La televisión, precisamente, ha agudizado la personalización de la política, de ahí la gran relevancia de una correcta adecuación entre la alocución verbal y la gestual de nuestros candidatos.

De todo lo expuesto anteriormente, y contestando a la pregunta que nos iniciaba en este artículo, podemos concluir que, a través de los movimientos corporales asociados al flujo oral, puede ocurrir que la comunicación de Obama y McCain resulte repetitiva. Pero esta aparente redundancia se convierte en un agente de refuerzo que sirve para ligar los fragmentos del discurso y de la interacción entre sus construcciones lingüísticas. Por un lado contribuye a que el contenido de sus mensajes alcance a la mayor porción de población posible, y por otro lado, hace posible que una parte mucho más amplia de la población participe y afiance sus tendencias de voto y contribuya a la elección del próximo presidente de los EEUU.

Belén Andueza López

Dtra Comunicación Audiovisual por la UCM

Profesora Univ. Antonio de Nebrija (Madrid)