

# LOS DEBATES ELECTORALES TELEVISADOS EN EL PERÚ (1990-2011): UNA APROXIMACIÓN SOCIOSEMIÓTICA

Lilian Kanashiro Nakahodo

Esta investigación se centró en el análisis de los debates electorales televisados en las elecciones presidenciales peruanas desde 1990 hasta las últimas elecciones. El propósito ha sido evaluar, desde una perspectiva sociosemiótica, el proceso de construcción de una identidad política representada en estos rituales mediáticos. En ese sentido, la presente investigación se planteó como objetivos:

- Reconstruir la evolución de la puesta en escena y las formas de interacción representadas.
- Analizar las formas de construcción y representación de identidades políticas.

Para el logro de los objetivos, se llevó a cabo un estudio de corte sociosemiótico, que permitió abordar el terreno de es-

tudio como texto político, reflexionando sobre las condiciones de manifestación del discurso político y su funcionamiento.

Entre los hallazgos principales se pueden citar los siguientes:

- Las narrativas paralelas combinan la propaganda y la confrontación.
- Las estrategias de batalla para «golpear» a un candidato consisten en el desenmascaramiento del Otro.
- El predominio de la mirada a la cámara imprime la impronta de la propaganda.
- Los formatos de interacción son afectados por la mirada a la cámara, dando lugar a interacciones unilaterales entre candidato y audiencia: el debate entre candidatos se diluye.
- Los debates peruanos han quedado suspendidos en el formato audiovi-

---

sual del debate norteamericano de 1960, creando un ritmo parsimónico audiovisual.

- La emisión del debate en vivo y en cadena, en el caso peruano, produce la invisibilidad del enunciador y la neutralización del periodismo como interfaz entre candidato y electorado. Acentúa la imprevisibilidad del futuro.
- El debate se representa como práctica exitosa acorde con los intereses políticos: el no riesgo.
- El espectáculo se restringe a lo lingüístico, mientras se consolida cierto puritanismo audiovisual.

A modo de conclusión, se puede señalar que el debate electoral presidencial peruano ha sido despojado de la riqueza del lenguaje televisivo. En gran parte, por la ausencia de los profesionales de la televisión en la organización de los debates

o su limitación a la gestión técnica de estos. En ese sentido, cabe preguntarse: ¿cómo optimizar la práctica en relación con los intereses ciudadanos? Algunas recomendaciones resultan claves para promover la consolidación y evolución de los debates electorales peruanos: abrir el encuadre audiovisual, incorporar nuevos actores (periodistas y ciudadanos) y nuevas formas de interacción y reducción sensible del tiempo en que los candidatos miran a la cámara.

Como perspectiva futura de investigación queda pendiente el estudio de las relaciones entre debates presidenciales, regionales y municipales, así como un estudio discursivo de la gestión estratégica entre la emisión en vivo del debate electoral, la cobertura periodística previa y posterior a las elecciones, y las interacciones en las redes sociales. ❖