



Ha trabajado en calidad de estratega en muchas campañas políticas en **América Latina y España**.

Asesor de los Presidentes Colom (Guatemala), Toledo (Perú) y Mahuad (Ecuador). Autor de Estrategias de Comunicación para Gobiernos y Cambiando la Escucha. Ambos se han vendido alrededor de cien mil copias con más de 15 reediciones. Comentarista político en CNN en Español, Telemundo y Univisión.

» izurieta@gwu.edu
» www.gspminternational.org

**Roberto
Izurieta**

Director del Latin American Department, Political Campaigns, The Graduate School of Political Management, The George Washington University.



BARACK OBAMA

y su carrera política.

Roberto Izurieta

Barack Obama llegó a la política como un *outsider*¹, ganó su elección de manera extraordinaria y hoy gobierna con una de las peores crisis económicas de la historia moderna de los Estados Unidos. Como consecuencia de la recesión un buen sector de ciudadanos, molestos con dicha crisis y frustrados con el Gobierno, impulsaron el *Movimiento del Té* (The Tea Party) a mediados de 2009. El Partido Republicano, asociado con el Tea Party ganó en noviembre de 2010 las elecciones legislativas del Congreso y Senado y tomando el control del Congreso. A partir de este momento el presidente Obama se ve enfrentado a un grave bloqueo político. Ahora Barack Obama debe, además, enfrentarse a los republicanos para su proceso de reelección, en el cual parecería que no va a tener muchas oportunidades por el hecho mismo de que su Gobierno se halla ante una grave crisis económica. Pero sucede que los Republicanos, en unas elecciones internas despiadadas, en las que se enfrentan entre sí con dureza, le ofrecen a Obama la única y mejor oportunidad para ser reelecto en medio de una crisis económica mundial. Esta es su historia.

1 *La campaña interna del Partido Demócrata de 2008*

Obama llegó a los titulares nacionales dando un extraordinario discurso en la convención demócrata del FleetCenter (hoy TD Garden) en Boston, ciudad que nominó a John Kerry en el año 2004. Obama, un atractivo joven negro (hijo de madre blanca norteamericana y padre africano), cautivó al público de la convención y a los millones de televidentes que escucharon ese discurso gracias a su gran elocuencia y a su claro mensaje de cambio y esperanza.

Pocos meses después de ese discurso se abrió la oportunidad para que Obama compitiera como senador de Estados Unidos por Illinois, y ganó sorprendentemente. A partir de ese momento, Barack Obama se convirtió en una figura nacional en la que algunos sectores políticos renovadores y progresistas depositaron sus esperanzas para conseguir un cambio en el Partido Demócrata, y en la política norteamericana.

¹ En el léxico político llamamos outsiders a aquellos líderes que no nacen de la estructura política. Estos pueden ser de izquierda o derecha; y nombres muy bien reconocidos son: Álvaro Uribe, Hugo Chávez, Rafael Correa, Alberto Fujimori, entre otros.



Tras la pérdida de John Kerry frente a George W. Bush, Hillary Clinton se consolidó ante a la opinión pública y a los militantes demócratas, apareciendo en las encuestas de opinión pública a nivel nacional como la nueva líder del Partido Demócrata, con altas posibilidades de recuperar la Casa Blanca para su partido.

Los Clinton dominaban la política interna del Partido Demócrata desde su presidencia. Hay que recordar que los últimos casi treinta años (con la excepción del período de Jimmy Carter), Bill Clinton había sido el único presidente demócrata. Como consecuencia de este hecho, la enorme mayoría de los dirigentes demócratas habían sido parte o habían alcanzado sus puestos de liderazgo bajo la tutela de los Clinton.

Enfrentarse a Hillary Clinton en la elección interna del partido era una audacia, pero las enormes simpatías que Barack Obama despertaba, le motivaron a considerar su temprano lanzamiento a la presidencia. Algunos decían que a lo que debía aspirar Barack Obama era a lograr que su nombre fuera identificado a nivel nacional (el activo más grande de todo político), y que, en realidad, lanzándose en ese momento, podría aspirar a competir por la presidencia después de Hillary Clinton. En otras palabras, lanzarse a la presidencia en ese momento, era toda una audacia.

El joven Obama organizó su campaña con enorme maestría. Escogió los mejores asesores y hacedores, y con enorme planificación inició su carrera a la presidencia. Desde el inicio Barack Obama despertaba muchas emociones positivas y motivaba sobre todo a los votantes más jóvenes. Pero la viabilidad de su triunfo era muy baja. Se esperaba el triunfo de Hillary Clinton en la contienda interna y quizás en la general. Así lo veían en los círculos políticos y de opinión de modo casi incuestionable.

La retórica del discurso de Barack Obama y su mensaje de cambio motivó a las



bases independientes de la política y los jóvenes. Pero es la capacidad organizativa de su campaña la que logró coordinarlos, organizarlos y lanzarlos como un ejército de tierra que salía a hacer campaña directa de voto en voto, de puerta a puerta, en todas las calles de las ciudades de Estados Unidos.

En términos del corazón del mensaje político se produce una verdadera revolución. El mensaje de Hillary Clinton era el de una líder invencible y triunfalista, obtenido gracias a su liderazgo y experiencia. Por eso, cuando la gente llegaba a sus concentraciones, como en casi toda

concentración política, los militantes, para expresar su respaldo, gritaban su nombre: "Hillary!, Hillary!". Por el contrario, Barack Obama tuvo un mensaje radical, no por su contenido ideológico o político, sino por su carácter inclusivo. El mensaje de Obama no era sobre él o sobre su liderazgo: era sobre los votantes. Los votantes, sus voluntarios, eran el centro de su mensaje. Por eso, en las concentraciones de Obama, cuando los militantes querían expresar su respaldo, no coreaban su nombre, gritaban: *Yes we can!* (sí podemos) y *We want change!* (queremos cambio). El sujeto del diálogo político no era Barack Obama, eran los votantes².

Motivados por su retórica y mensaje de cambio y organizados a través de internet, Barack Obama logró movilizar a miles, decenas de miles y hasta millones de jóvenes para que participaran de su campaña y así, le quitaron el triunfo de la nominación demócrata a Hillary Clinton, que lo sentía tener en sus manos. Contrario a la creencia popular de que Obama ganó la presidencia por su retórica elocuente, Barack Obama ganó la elección primaria gracias a la capacidad organizativa de su campaña, que lanzó a las calles a miles y millones de voluntarios a trabajar en su nombre.

Tan es así, que Obama ganó en todos los Estados que eligen candidato a través de caucuses (asambleas partidarias) pero pierde en el voto popular frente a Hillary Clinton. Es más, en el gran Estado de Texas, que elige a su candidato en las elecciones internas bajo las dos modalidades (voto directo y caucuses) en un mismo día, Hillary Clinton ganó en el voto popular durante el día y en la noche, los jóvenes motivados y movilizados de Barack Obama, arremetieron en los caucuses y le dieron el triunfo a él.

En otras palabras, fue su capacidad de organizar miles y millones de voluntarios que

coparon los curules de las asambleas partidarias, más que su retórica atractiva, lo que hizo que Barack Obama ganase la elección primaria. Su retórica fue útil para motivar a sus voluntarios a que salieran a las calles a trabajar por su campaña y luego conquistaran las asambleas partidarias. Su retórica fue el medio para movilizar a sus voluntarios. Pero al final, fueron esos voluntarios los que trabajando por la campaña y cambiando el discurso político por el cambio y la esperanza, le ayudaron en su triunfo.

Aún así, la elección interna del Partido Demócrata se vuelve muy competitiva hasta el punto de que se estimaba un virtual empate que sería decidido por los llamados *súper delegados* en la convención del partido. Los *súper delegados* son líderes del partido que entran con derecho a voto en la convención pero no son elegidos por los votantes del partido en la elección primaria, sino que son designados previamente por la dirigencia del partido. En otras palabras, la mayoría de los *súper delegados* eran obviamente simpatizantes de Hillary Clinton pues, como se mencionó anteriormente, los Clinton controlaban la cúpula del Partido Demócrata. Sin embargo, la gran mayoría de estos *súper delegados* adoptaron el compromiso de no inclinar la balanza a ningún candidato, dejando que fueran los militantes del partido los que decidieran la elección.

Semanas antes del final de esta contienda cerrada y temiendo perder un triunfo, cosa que era casi impensable meses antes, Hillary Clinton subió el tono del debate político y lanzó al aire un spot de televisión en el que criticaba fuertemente a Barack Obama por su falta de experiencia y liderazgo. Este spot tuvo mucho impacto por su mensaje pero, sobre todo, tuvo impacto en la mayoría de los *súper delegados*. El spot de televisión fue conocido como *La llamada a las tres de la mañana* donde preguntaban al televidente quién quería que contestase una llamada a las tres de la mañana en la Casa Blanca

² Para aquellos interesados en este tema, les recomiendo ingresar al canal de YouTube GSPMLatam de nuestra Maestría en Campañas Electorales de Washington, el video: *Yes we can*, el mismo que tiene subtítulos en español. www.youtube.com/watch?v=ovpsZqWymW0



cuando existiera una crisis en alguna parte del mundo. Hillary Clinton estaba atacando a Barack Obama diciendo que éste no tenía experiencia ni liderazgo.

Este ataque por parte de Hillary Clinton inclinó la balanza de esa elección. Muchos de los súper delegados, en señal de rechazo a la campaña negativa de Hillary Clinton y en solidaridad con Barack Obama, rompieron su acuerdo original y anunciaron que votarían por Barack Obama en la Convención del Partido.

2 La campaña contra John McCain

Así Barack Obama llegó a Denver para aceptar su nominación del Partido en agosto de 2008, a tres meses de las elecciones presidenciales. Su discurso de aceptación llamó la atención a muchos, sobre todo a aquellos más de cien mil militantes que llenaron el estadio de fútbol (INVECO Field) para escuchar su discurso. Ese día Obama no mencionó ni una sola vez sus frases insignias: *Sí podemos, Queremos el cambio*. Fue una estrategia calculada de Obama, que la repitió después de su toma de posesión, donde más de un millón de personas esperaron en el frío helador de ese enero en Washington DC deseando poder salir a las calles gritando su eslogan de cambio.

Barack Obama sabía que si motivaba a sus bases demasiado asustarían a los electores independientes e indecisos, los que le estaban viendo por televisión. Al ver los televidentes indecisos miles de partidarios gritando sus frases de cambio, Obama aparecería como un político radical. Por eso desde Denver, su discurso fue ya un discurso moderado. Tuve la oportunidad de estar en ese estadio en Denver como analista de CNN y mi comentario esa noche fue que su discurso demostraba que Barack Obama entiende de estrategia electoral. Claramente estaba ya apuntando a conquistar a los votantes

indecisos y moderados, que eran los que inclinarían la balanza para conseguir el triunfo en la elección general.

Pocos días después comenzó la Convención Republicana, en la que John McCain sorprendió a la opinión pública escogiendo a Sarah Palin como su binomio. Casi nadie conocía a la gobernadora de Alaska: una mujer inteligente, elocuente, atractiva y muy agresiva con su mensaje conservador. Cuando dio su discurso en Minnesota cautivó a la audiencia de la convención del Partido. Pero también asustó a muchos votantes independientes, indecisos y moderados que la estaban viendo por televisión. Lo opuesto que había hecho Barack Obama en Denver.

En mi opinión, y así lo expresé en su momento en mis entrevistas, la estrategia de John McCain de escoger a Sarah Palin era muy arriesgada pues, al escoger a un binomio joven y sin experiencia, renunciaría a un mensaje fundamental a favor suyo que contrastaba con Barack Obama: la experiencia.

De esta manera comenzaba la campaña por la elección general y las encuestas mostraban un virtual empate entre Obama y McCain. La campaña fue muy negativa y radical, una tendencia que ya es casi normal en las campañas de Estados Unidos.

Hay que tener en cuenta también que las campañas en Estados Unidos tienen mucha publicidad. A diferencia de países como España y Brasil, en Estados Unidos se puede hacer tanta campaña como los recursos económicos lo permitan. Las campañas son más largas y dan lugar a muchos spots y, muchos de esos, a ataques.

Pero las cosas cambiaron, y cambiaron radicalmente: estalló la crisis económica. En cuestión de días, el mercado de valores de Wall Street se desplomó, los bancos dejaron de prestar dinero, el valor de los inmuebles cayó en casi un

40% y muchos ciudadanos no podían pagar sus hipotecas por la crisis de empleo que se avecinaba. Además, sus deudas eran de un valor más grande que el valor de sus casas. Por tanto, miles y aún millones de deudores devolvieron sus casas a los bancos (*foreclosures*) agravando mucho más la crisis financiera. La crisis económica ya no era sólo una crisis financiera difícil de entender, sino que ya estaba en las calles.

El Presidente George W. Bush, presionado por las circunstancias, tomó una decisión impensable, sobre todo para un líder conservador, y propuso al Congreso un paquete de rescate financiero TARP (*Troubled Assets Relief Program*³). John McCain canceló uno de los pocos debates de esa campaña horas antes y anunció que iría a Washington a discutir ese paquete económico. Barack Obama por el contrario, dijo que un líder debe y puede manejar muchos asuntos a la vez, y anunció que iría a Washington a discutir y votar acerca del TARP, pero que también iba a estar al debate. John McCain terminó haciendo ambas cosas.

Más allá de este incidente, la crisis económica produjo una reacción en el electorado muy distinta a la que se pensaba, y aún ahora muchos lo piensan: la crisis económica ayudó a Barack Obama porque era el cambio. En mi opinión, esto no fue tan cierto, pues Obama era una apuesta, una aventura, o como él mismo lo dijo en su libro: una audacia. Cuando vino la crisis económica, claro que la gente quería un cambio, pero no quería un salto al vacío. Los votantes, ya buscaban alguien con experiencia que les diera cierta tranquilidad y estabilidad; y ése era John McCain más que Barack Obama. Sin embargo, y debido a que la crisis golpeó las últimas semanas de la campaña, el mensaje de cambio y de esperanza prevalece y Barack Obama ganó, sobre todo, gracias a un abrumador respaldo de los jóvenes. Los votantes blancos de mediana edad, sin embargo, votaron mayoritariamente por John McCain (quizás más preocupados por la crisis económica).

3 El Gobierno de Barack Obama

Con la crisis económica en su máximo nivel, Barack Obama no podía sino aspirar a estabilizar los mercados y evitar un desplome de la economía. Para ello buscó personas de experiencia, moderados y reconocidos en el mundo financiero y económico, para así dar tranquilidad a los mercados y buscar estabilidad económica.

En estas circunstancias Barack Obama no se atrevió a aventurarse con audacia como lo hizo en su campaña. Lo único audaz que hizo fue la reforma de la seguridad médica. Los Estados Unidos era el único país desarrollado occidental sin un seguro médico universal. Obama lo consiguió, pero su reforma fue tibia y dichos cambios serían tan paulatinos que sus verdaderos efectos se sentirían años después. En gran parte por eso, y también por la enorme campaña negativa de los republicanos al plan, éste no fue, ni es, tan popular como muchos aspiraban.

Más tarde vino el programa de estímulo económico. Al mero estilo keynesiano, el Gobierno puso millones y billones de dólares en la economía para reactivarla (paquete de estímulo económico conocido como *American Recovery and Reinvestment Act*). En este sentido, existe un debate entre los economistas de si este paquete de estímulo económico ayudó o no a reactivar la economía. Lo que no se discute es que esto subió el déficit fiscal y aumentó la retórica de los sectores más radicales del Partido Republicano y, sobre todo, del Tea Party. Gracias a la crisis económica y la preocupación sobre el enorme incremento del déficit fiscal capitalizados con la retórica radical de los simpatizantes del Tea Party y sus líderes, el Partido Republicano barrió en la elección de medio período y retomó el control del Congreso en 2010.

³ Para aquellos interesados en este tema y sobre su relación con la elección y la actuación de John McCain en Washington acerca del voto del TARP les recomiendo ver la película: Too Big to Fail.



Con el dominio del Congreso y presionados por los diputados del *Tea Party*, los republicanos obstruyeron la agenda legislativa y Barack Obama comenzó a aparecer impotente para unos, pero ineficiente para muchos otros. Sus cifras de aceptación comenzaron a bajar del 50%, el margen considerado mínimo para ganar un proceso de reelección.

En temas de Defensa y Política Exterior se consiguen grandes logros en el Gobierno de Obama. Desgraciadamente, los norteamericanos no votan por temas de política exterior y mucho menos cuando hay crisis económica. Barack Obama cumplió su promesa de sacar las tropas en Irak. Se concentró en Afganistán, donde se muestran progresos en temas de seguridad. Encontró y acabó con Osama Bin Laden y se desarrolló, junto con Hillary Clinton, con enorme habilidad durante la Primavera democrática árabe. Además, su Gobierno lideró a la OTAN para terminar con el gobierno de Gadafi. Todos estos temas, normalmente activos del discurso político republicano, por primera vez en décadas, se convirtieron en un activo demócrata.

En temas de Inmigración, no logró nada. En gran parte, por el boicot republicano en el Congreso. Pero tampoco intentó mucho y éste fue su error. La reforma migratoria es fundamental para el país y también para su campaña de reelección, pues uno de los pilares de su base electoral es el voto hispano. Sin embargo, la retórica republicana, sobre todo en el proceso de elección primaria, fue tan radical y agresiva en contra de dicha reforma que llegó a ofender a la gran mayoría de los votantes hispanos. De esta manera Barack Obama recupera su apoyo con los hispanos a pesar de haber continuado (aunque moderado) con la misma política de deportaciones que activó con mucha fuerza George W. Bush.

La Economía norteamericana comenzó a mostrar claras señales de recuperación en su

Newt Gingrich es un candidato inusual para recibir el apoyo de los conservadores de su partido.

Ha estado casado tres veces. Tampoco le ayuda la declaración de una de sus ex esposas diciendo que ella terminó el matrimonio porque Gingrich le propuso mantener un matrimonio abierto.

segundo año de gobierno. Sin embargo, la crisis de la deuda en Grecia y los temores sobre las economías italiana y española, agravan la crisis internacional y detienen la recuperación norteamericana. Demorando al menos otro año la recuperación de la crisis económica.

Con la crisis económica se acabó la retórica de la esperanza y el romanticismo: la realidad política y la económica son muy duras. Barack Obama está comenzando a perder su encanto y a bajar su popularidad en las encuestas a niveles pocas veces visto para un presidente de Estados Unidos. A niveles con los cuales, ningún presidente ha conseguido su reelección.

Pero Barack Obama no era el único que baja en popularidad, también bajan los republicanos y, sobre todo, el Congreso (liderado por los republicanos). Simplemente, los norteamericanos se cansaron de sus políticos: de todos.

4 *La campaña primaria de los republicanos*

De no ser por la también impopularidad de los líderes republicanos, con las crisis económica y con tan baja popularidad, Barack Obama, no tendría la más mínima posibilidad de ganar su reelección.

Pero el escenario político electoral en el Partido Republicano es muy pobre. Casi todos los candidatos que han ido apareciendo no subsisten el escrutinio de su pasado realizado por los medios de comunicación y por sus propios contrincantes (aún de su mismo Partido). Más que una campaña, ésta parece una audición de actores o cantantes donde los que aspiran a ese puesto, hacen prácticas de cinco minutos frente a la opinión pública y son rápidamente descalificados, hasta encontrar el más aceptable.

Mitt Romney es el único que ha subsistido durante más de un mes en este proceso de elección primaria y lo ha hecho en realidad cuatro años. Mitt Romney es un candidato sólido, con recursos y con una organización de campaña a nivel nacional. Por esta razón Romney ha sabido mantener un respaldo sólido de un 20-30% por más de dos años. Si bien este porcentaje es bueno, lo que también indica es que hay un porcentaje aun mayor que busca *a cualquiera menos Romney*.

En el Partido Republicano, como en casi todo partido (sea de derecha o de izquierda) hay un sector moderado y otro más radical. El problema de una elección interna es que los radicales siempre están más motivados y participan con más certeza el día de la elección interna de su partido que los moderados. Mitt Romney es un político moderado dentro del Partido Republicano y su reto electoral ha sido conquistar a las bases de su partido, que son más conservadores, evangélicos y que buscan *a cualquiera menos Romney*.

A esto hay que sumarle a los partidarios del Tea Party, que si bien fueron fundamentales para la elección de medio período (con lo que ganaron la Cámara Baja), pueden ser peligrosos en la elección general, si asustan a los electores indecisos y moderados.

Mitt Romney, para conquistar a los votantes más conservadores, ha radicalizado su discurso en la elección interna al punto de poner en peligro el conquistar a los votantes moderados en la elección general. Pero también al radicalizar su discurso, Mitt Romney aumentó las preocupaciones de que era un candidato camaleón que cambia de posición de acuerdo a la situación.

La gran ventaja que tiene Romney es que los partidarios del *Tea Party* siguen divididos (al menos hasta el momento en que este artículo es escrito). En esta parte del proceso, los partidarios del Tea Party no se deciden por Rick Santorum, Newt Gingrich o Ron Paul. Esta división es lo que más beneficia a Mitt Romney en su aspiración a la nominación.

Newt Gingrich es un candidato inusual para recibir el apoyo de los conservadores de su partido, pues ha estado casado tres veces; y la declaración de una de sus ex esposas diciendo que ella terminó el matrimonio, no sólo porque descubrió que tenía una relación extramatrimonial, sino porque Newt Gingrich le propuso mantener el matrimonio pero como un *matrimonio abierto*, tampoco le ayuda.

Rick Santorum es un candidato joven y nuevo en la arena nacional. Sin duda, ha ido perfeccionando su liderazgo con la experiencia que otorga una campaña nacional tan larga y con tantos debates. Rick Santorum ganó (hasta el momento de escribir este artículo) Iowa, Colorado, Minnesota y Missouri; todas estas campañas tienen pocos votantes, los mismos que fueron conquistados sobre todo por su tenacidad, capacidad de trabajo y discurso conservador. Sin embargo, Rick Santorum carece de la organización nacional y recursos como para



realmente disputarle las fortalezas a Mitt Romney.

Ron Paul es un capítulo aparte, pues es en realidad un candidato libertario dentro de la contienda electoral del Partido Republicano. Como buen *libertario*, es el más coherente de todos los candidatos, y al igual que Barack Obama hace cuatro años, Ron Paul es audaz en su discurso y en sus propuestas. Eso sí, no considero que tenga posibilidades de ser electo pero seguirá hasta el final comunicando su discurso *libertario*. ¿Quién será el elegido por los Republicanos para competir contra Barack Obama? No lo sabremos hasta más avanzada la campaña; pero es un hecho que esta campaña interna republicana ha sido de las más negativas y ha afectado las posibilidades de triunfo del Partido Republicano. Esta es la mejor ventaja que tiene Barack Obama.

5 Las Campañas Negativas

Las campañas electorales en Norteamérica son tradicionalmente muy negativas. Como decíamos antes, son largas y la publicidad no está controlada por el Gobierno, ni regulada en su duración o monto del gasto electoral. Sin embargo, por las particularidades descritas en el capítulo de la campaña interna republicana, esta campaña parece convertirse en una de las más negativas y también un preludio de lo que será la campaña presidencial general entre Barack Obama y el candidato que escojan los republicanos.

Las campañas son muy negativas, en general, en todo país donde hay sólo dos partidos políticos grandes ya que si se atacan mutuamente no hay un tercero que se pueda beneficiar. Pero cuando se atacan demasiado, baja la participación electoral, los electores se cansan y decepcionan de ambos.

Sin embargo, muchas veces, y sobre todo en esta elección interna de los republicanos, hay dos conceptos que se mencionan con frecuencia en este ciclo de la campaña presidencial con lo cuales no estoy de acuerdo y que es importante aclarar para poder entender mejor qué pasará en la elección general. Primero, que esta campaña negativa dentro de esta elección primaria republicana es similar a la de hace cuatro años entre Barack Obama y Hillary Clinton. Y segundo, que las campañas negativas siempre funcionan. No estoy de acuerdo con ambos conceptos y estos son mis argumentos.



No toda campaña negativa es igual, ni todo ataque es similar a cualquier otro. Si bien la campaña primaria demócrata de hace cuatro años también fue negativa, lo que sucede hoy en el Partido Republicano es totalmente distinto. En la mayor parte no se está haciendo una campaña de contrastes. Por ejemplo, Mitt Romney tiene experiencia en el sector privado y la creación de empleos, versus Newt Gingrich, que tiene experiencia y la sagacidad política para confrontar a un político hábil como lo es Obama.

Lo que estamos viendo en el Partido Republicano son ataques realmente subidos de tono. Y si bien éste puede ser un juicio de valor, déjeme poner de otra forma: los ataques que se están haciendo el uno al otro en esta primaria republicana son municiones que serán usadas por Barack Obama en la elección general en contra de cualquiera de los candidatos que gane:

Mitt Romney es deshonesto y miente; Newt Gingrich fue lobbista de Freddy Mac y Fannie Mae; etc.

En mi opinión el ataque de Hillary Clinton contra Barack Obama fue totalmente legítimo. Barack Obama hizo su campaña basada en el cambio: era nuevo, joven y distinto. Esos eran los atributos (y los activos) de Barack Obama. Hillary Clinton debía contrastar estos argumentos resaltando su experiencia. En otras palabras, más que una campaña negativa era una campaña de contrastes. Tener clara esa distinción es útil para los votantes en el momento de elegir a su candidato. Esto es absolutamente legítimo en una campaña presidencial, aun siendo una campaña interna (primarias).

Los Republicanos están perdiendo una gran oportunidad para derrotar al presidente Barack Obama, quien enfrenta todavía una gran crisis económica que tiene a la mayoría de los electores muy ansiosos y preocupados. Cuando hay crisis, la gente quiere cambio y, en este caso, el cambio sería un gobierno republicano.

Sin embargo, los ataques dentro de la elección primaria del Partido Republicano están arruinando esa oportunidad. Barack Obama, sus estrategas y, sobre todo, sus publicistas, disfrutaron, anotan y usarán todos y cada uno de esos ataques en la elección general. Hace cuatro años claro que el Senador John McCain usó el argumento que tenía más experiencia que Barack Obama y claro que perdió ese argumento cuando escogió a Sarah Palin como su binomio pues había la posibilidad de que, en el caso no deseado pero posible de que John McCain falleciera, Palin, una persona sin mayor experiencia, asumiera la Presidencia.

El segundo argumento que las campañas negativas funcionan es en mi opinión un argumento muy simplista. En primer lugar, hay que tener claro que los votantes no les gustan los ataques (eso no quiere decir que no tomen nota de éstos) y por lo tanto, siempre se paga un costo al atacar. Esos votos de la gente a la que no

le gustan los ataques se van a los indecisos, a un tercer candidato o simplemente no van a votar. Y esto lo hemos presenciado muchas veces en este ciclo de la elección republicana: se ataca a un candidato y aparece un tercero. Por eso hemos visto circular muchos candidatos favoritos en esta contienda interna del Partido Republicano. Más allá de Mitt Romney han estado como favoritos Sarah Palin, Donald Trump, Herman Cain, Rick Perry, Michelle Bachmann, Ron Paul, Rick Santorum, Newt Gingrich y, nuevamente, a Rick Santorum.

Para que una campaña negativa funcione debe mantener ciertos criterios básicos. Primero, debe ser justa y proporcional. A los votantes no les gustan los ataques subidos de tono (a no ser que realmente detesten al candidato atacado). Además, es mucho mejor no hacer un juicio de valor en el ataque sino simplemente describir el hecho sin juzgarlo, porque el juzgar es en realidad el trabajo del votante (y lo hacen muy bien).

El ataque debe ser creíble o al menos sujeto de ser corroborado (en este sentido es mucho mejor poner una cita creíble de un tercero o mucho mejor, una cita del mismo candidato atacado). Por último, cuando se entra en esta dinámica de ataques, hay que hacer una buena planificación estratégica para prepararse no sólo con la respuesta, sino sobre todo para el cambio que se producirá en la campaña al convertirse ésta en una dinámica de una campaña negativa que tiende a ser muy destructiva para todos los involucrados (tantos atacados como atacantes). Algo que estamos viendo en la campaña Republicana.

6 La elección general

Barack Obama hizo una extraordinaria campaña en el 2008. Gran parte de esa habilidad la mantiene sobre todo su capacidad organizativa. Sin duda, su retórica será menos



atractiva. Estos no son tiempos para soñar sino para recuperarse (y para muchos, simplemente subsistir). Su cuartel de campaña en Illinois ya está casi completamente organizado y les será difícil a los Republicanos, cualquiera que fuera su candidato, levantar una estructura similar y con la misma experiencia y capacidad. Otra gran virtud es que los Demócratas ya saben atacar. En mi opinión y sobre todo si se analizan las campañas de George W. Bush primero contra John McCain, luego contra Al Gore y luego contra John Kerry, los Republicanos demuestran ser muy efectivos (y despiadados) en sus campañas negativas. Por eso, Karl Rove, su estrategia, fue uno de los hombres más cuestionados (odiado y temido) en la administración de George W. Bush.

Pero los Demócratas, sobre todo en la última elección de medio período, demostraron ser tan efectivos y agresivos en los ataques como lo han sido los Republicanos. Sobre todo candidatos demócratas muy importantes para el Senado, como el líder de la mayoría del Senado Harry Reid, la senadora Bárbara Boxer en California y también en California el gobernador Jerry Brown, entre otros. Todos fueron lo suficientemente agresivos para triunfar sobre, también los muy agresivos, contrincantes republicanos. Esto es una señal que, de darse una campaña muy negativa, y la elección interna Republicana es una señal, los Demócratas y Barack Obama ya no serán tan tímidos en responder, ni tampoco en atacar y contratar.

La campaña del 2004 fue sobre la seguridad, la del 2008 sobre el cambio y la esperanza, pero la del 2012 será sobre la economía. Y aquí existen muchas incógnitas. ¿La economía europea recibirá más traspies? ¿Habrá crisis en el Oriente Medio y por lo tanto en el mercado petrolero? ¿La economía norteamericana continuará su camino a la recuperación? Asumir que estas preguntas se responden favorablemente (al menos relativamente), es esencial para que Obama consiga su reelección.

Aún así, salvo que el camino de recuperación económica de Estados Unidos no tenga nuevos traspies en el 2012, la recuperación económica no se sentirá en las calles al menos hasta el 2013. En este sentido, el reto de Barack Obama será comunicar la importancia de mantener el rumbo de la recuperación y, como lo dijo en su último mensaje del Estado de la Unión: "No volver a las prácticas del pasado que causaron la crisis económica". Los Republicanos lo tienen más fácil en este sentido, pues por definición son el cambio y la gente quiere cambio. Sin embargo, la pregunta será si los republicanos serán el *cambio* que los norteamericanos buscan o, al no haber mejor alternativa, los votantes se conformarán con volver a apoyar a Barack Obama. De darse esto, Obama ganará, pero su triunfo no tendrá el mismo júbilo ni traerá la misma esperanza que cuatro años atrás. O sea, Obama sería el *menos malo*.

Durante la elección interna de los Republicanos, sobre todo en la elección de Carolina del Sur, los Republicanos votaron por Newt Gingrich. La mayoría de ellos lo hicieron porque vieron en él a un líder que podría hacer una gran pelea contra Barack Obama. Sin embargo, hacer una gran pelea no significa que la vaya a ganar. Por el contrario, de todos los candidatos, Mitt Romney es el que tiene mejores posibilidades de ganarle a Barack Obama. De ser electo, no sabemos qué tan debilitado llegará a la elección general.

Más allá de esta campaña interna tan negativa de los Republicanos, caben pocas dudas de que llegarán unidos a la Convención del Partido del próximo mes de agosto en Tampa (Florida). No porque se quieran mucho entre ellos (sobre todo entre los militantes regulares Republicanos y los que respaldan al Tea Party, ni los candidatos Mitt Romney y Newt Gingrich); sino porque lo que los unirá será su rechazo a Barack Obama. Por eso, la campaña será de las más negativas nunca antes vistas.

Ron Paul es otra incógnita. Como se mencionó, Paul es en realidad un candidato libertario dentro de la elección interna del Partido Republicano. Ron Paul ha tenido un respaldo estable de al menos un 10% del electorado republicano y tiene enormes simpatías y respeto dentro de los Estados Unidos por su mensaje consistente y sincero. ¿Ron Paul estará tentado a continuar en esta línea durante la campaña general convirtiéndose en un tercer candidato a la presidencia? De ser así, los Republicanos lo tendrán muy, muy difícil. No sería imposible porque Ron Paul también restará votos a Barack Obama, pues su base electoral son jóvenes idealistas y soñadores.

7 Conclusión

La historia de Barack Obama, así como la de esta campaña electoral, no está terminada y es difícil escribir la historia de algo que no termina. Barack Obama tiene buenas posibilidades de ser reelegido el próximo noviembre (asumiendo que la crisis económica no empeora). De ser así, una será su historia, pero de no ser así, su historia (y no sólo la de este artículo) quedará trunca porque Barack Obama todavía puede dar mucho más a los Estados Unidos y al mundo. Aun en el caso de que Barack Obama no ganase su reelección, las páginas de su historia resaltarán su enorme triunfo electoral de hace cuatro años, no sólo por haberse convertido en el primer presidente afroamericano en un país donde hace casi medio siglo los negros estaban discriminados legalmente. Sino porque su campaña logró motivar, incorporar y movilizar a millones de personas que ya no participaban en la política, no sólo en los Estados Unidos sino en todo el mundo: los jóvenes.

Los jóvenes americanos, los afroamericanos y los hispanos se volcaron a trabajar por la campaña de Barack Obama produciendo un resultado absolutamente

impensable tan sólo meses antes. Su campaña rejuveneció la política e hizo soñar de nuevo a millones de norteamericanos como en su momento lo había logrado John F. Kennedy.

No obstante, Barack Obama ganará su reelección, no sólo por méritos propios sino, y sobre todo, por el desmérito de lo que sucede en la elección primaria Republicana; al menos hasta el momento. A Obama le tocó administrar la peor crisis económica en casi un siglo y esto debió haberle puesto en las improbabilidades de conseguir su reelección. Pero los Republicanos no se encuentran a sí mismos y le ofrecen a Barack Obama la oportunidad de ganar que casi no tenía. Los partidarios del *Tea Party*, que dos años atrás dieron un gran triunfo electoral a los Republicanos, han complicado sus posibilidades electorales. Es entendible, ya que los votantes más extremos son muy útiles para ganar elecciones donde menos gente vota (elecciones de medio período o elecciones internas) pero son un problema para conquistar a los ciudadanos independientes, ya que estos son siempre más moderados.

En caso de ganar la reelección, Barack Obama tendrá páginas muy importantes todavía que escribir. No sólo se habrá retirado habiendo administrado la crisis económica, también habiendo conseguido la seguridad médica universal tan esperada en los Estados Unidos, habiendo acabado con Bin Laden y Gadafi, terminado la guerra de Irak y permitiendo (o quizás aun impulsando) la llamada Primavera Árabe.

Si vuelve a ganar, Barack Obama puede sobre todo escribir la historia de la recuperación económica; la misma que para darse debe incluir la historia de la diversificación económica, energética y social. Seguramente muchas tendrá muchas otras historias, imposibles de imaginar a día. Ojalá que, al igual que su campaña de hace cuatro años, Barack Obama nos vuelva a hacer soñar.