



Licenciado en Periodismo por la Universidad de Navarra, completó su formación en The George Washington University (Washington, D. C.) y en el IESE Business School con un postgrado en Dirección General.

Actualmente es profesor de la Universidad Pontificia Comillas (ICADE) y director de los postgrados de Dirección de Asuntos Públicos y de Dirección de Campañas Electorales. También dirige el Aula de Liderazgo Público. Presidente de The Hispanic Council, un think tank con sede en Washington, D. C. y Madrid que promueve las relaciones entre España y la comunidad hispana de Estados Unidos. Fue el primer consultor español que recibió el Premio Rising Star de la revista Campaigns & Elections, y ha sido galardonado con varios premios “Pollie Awards”, concedidos por la American Association of Political Consultants (AAPC). En 2011 recibió también en Washington D. C. el “Victory Award”.

Daniel Ureña

Presidente de The Hispanic Council. Socio-director general de MAS Consulting Group y vicepresidente de la European Association of Political Consultants (EAPC).



Twitter: @danielurena

El español EN LAS CAMPAÑAS PRESIDENCIALES de Estados Unidos

Daniel Ureña

Una década después de que los hispanos de Estados Unidos se movilizaran contra los proyectos de la ley antiinmigración y salieran a la calle proclamando “*Today we march, tomorrow we vote*” (“*Hoy marchamos, mañana votamos*”), el español vuelve a sonar con fuerza en la carrera presidencial. Las movilizaciones masivas de 2006 marcaron, sin duda, un punto de inflexión y redefinieron el papel de los inmigrantes como actores políticos que debían ser escuchados por la sociedad estadounidense en su conjunto. Diez años más tarde, asesores y analistas políticos son conscientes de la influencia del votante hispano y de que el español se ha convertido en su mejor aliado para ganar la batalla en su carrera hacia la Casa Blanca, especialmente un año en el que Donald Trump será el candidato republicano.

1 El español en cifras

Según todos los lingüistas, tres son los factores fundamentales que determinan la potencia económica de un idioma frente a los otros¹. El primero de ellos es la demografía, seguido de la renta per cápita y el carácter internacional de un idioma, en segundo y tercer lugar.

Así, el informe anual que elabora el Instituto Cervantes², el pasado año casi 470 millones de personas tenían el español como lengua materna, en más de una veintena de países, mientras que si se tiene en cuenta el grupo de usuarios potenciales de español en el mundo, esa cifra alcanza casi los 559 millones. En 2050,

¹ Jiménez, J. C. “El Poder de compra del español en el mundo”. Revista de Occidente. 2009: 21-36 Print.

² Instituto Cervantes. “El español: una lengua viva”. Informe 2015. Web.

según las previsiones demográficas, el dominio nativo del español será de cerca de 640 millones de personas, por detrás del chino (890 millones), del inglés (850 millones) y del hindi (690 millones).

Es preciso recordar que el auge del español en la política y las relaciones internacionales no es ninguna novedad. Como bien recuerda el ex embajador de España en Estados Unidos, Javier Rupérez, ya en 1920, el español fue incluido como lengua oficial de la Sociedad de Naciones, al tiempo que fue uno de los idiomas en los que se redactó la Carta de Naciones Unidas³. Tampoco hay que olvidar que es la cuarta o quinta lengua de la Unión Europea y la tercera de Naciones Unidas. Además, no hay que perder de vista la relevancia que tiene el español desde el punto de vista de la utilización de la lengua, que ha tenido y sigue teniendo en el acuerdo de libre comercio del Norte de América (Nafta), entre México, Canadá y Estados Unidos.

2 El futuro atlántico del español

Sin embargo, el español hace tiempo que dejó de ser un idioma europeo. La proyección del español es atlántica. El español es una lengua americana: nueve de cada diez de sus hablantes están al otro lado del océano⁴. Y, en Estados Unidos, de acuerdo a las tendencias futuras publicadas por la Oficina del Censo, se espera que en el año 2050 los hispanos sean el 30% de la población global del país, alcanzando los 132 millones de personas⁵. Este es el resultado de un crecimiento de la comunidad hispana, en los últimos diez años, a un ritmo cuatro veces superior al experimentado por el

conjunto de la población. Por ello, es lógico admitir que son la minoría más numerosa de entre las que pueblan el país⁶.

A pesar de las estadísticas, muchos lamentan que el cambio demográfico que ha sufrido la sociedad americana aún no ha venido acompañado por un ajuste político que traiga más representación hispana en la estructura de poder, tanto a nivel local como nacional.

Se espera que en el año 2050 los hispanos sean el 30% de la población global del país, alcanzando los 132 millones de personas

3 El PIB del español

Se estima que el 15% del producto interior bruto (PIB) de un Estado está vinculado a la lengua⁷. Por eso, el peso y potencial de un idioma están íntimamente relacionados con los índices macroeconómicos de los países en los que es lengua oficial. En el año 2003 el poder adquisitivo de la comunidad hispana en Estados Unidos era similar –unos 525 mil millones de dólares– al de España, al que seguramente ya han superado⁸. Si atribuimos a cada hispanohablante la renta per cápita de su país, obtendremos una medida de la capacidad de compra actual de los hablantes



Obama en el Archivo Nacional en 2015 minutos antes de su discurso.

Para 2017 el poder de compra de los hispanos alcanzará 1,8 trillones de dólares

del español en el mundo. Así, el de los hispanos en Estados Unidos, se cuenta con la cifra de 798.000 millones de dólares estimada para 2006 por Selig Center for Economic Growth y referenciada por los datos que ofrece la Oficina del Censo de Estados Unidos. Mientras, al poner en relación el PIB global en manos de los hablantes de español, en 2006, con la cifra de PIB mundial que ofrece el Banco Mundial para

el mismo año de referencia, se estaría en el 9 por 100 aproximadamente del PIB mundial⁹. Esto no es un hecho aislado. Algunos cálculos ya se atreven a predecir que para 2017 su poder de compra alcanzará 1,8 trillones de dólares¹⁰.

4 La inmigración, la tradición más antigua

2015 ha sido el año en el que la Vieja Europa y el resto del mundo tomaron conciencia de su pasado como inmigrantes. La crisis de los refugiados por la guerra de Siria los ha vuelto a poner sobre el tablero mundial, sean o no refugiados. La inmigración es la “tradición más antigua” de Estados Unidos, subrayó Obama durante una ceremonia de naturalización celebrada en los Archivos Nacionales en Washington DC. “No simplemente recibimos a nuevos inmigrantes, somos hijos nacidos de inmigrantes, la

³ Rupérez, J. y D. F. Vítors. *El español en las relaciones internacionales*. Madrid: Ariel & Fundación Telefónica, 2012. Print.

⁴ Lafuente, F. R. *El español en las relaciones internacionales*. Madrid: Ariel & Fundación Telefónica, 2012. Print.

⁵ “The Hispanic Population: 2010”, 2010 Census Briefs, United States Census Bureau, Issued May 2011, By Sharon R. Ennis Merarys Ríos-Vargas and Nora G. Albert.

⁶ Véase referencia en nota 10.

⁷ Martín Municio, Á. et al. *El valor económico de la lengua española*. Barcelona: S. L. U. Espasa libros, 2003. Print.

⁸ Romero de Terreros, J. M. *Hispanicos en los Estados Unidos: bases para una estrategia*. Madrid: Ministerios de Asuntos Exteriores, 2004. Print.

⁹ García Delgado, J. L., J. A. Alonso y J. C. Jiménez. *Valor económico del español*. Madrid: Ariel & Fundación Telefónica, 2012. Print.

¹⁰ “Percepción Global: El motor de mercado hispano”. *Los conflictivos orígenes y el futuro del español en Estados Unidos*. Madrid: Ariel & Fundación Telefónica, 2007. Print..



inmigración es el origen de nuestra historia”, afirmó el mandatario¹¹. Pero esta no ha sido su única referencia. Durante su último discurso inaugural, el 21 de enero de 2013, en el acto de toma de posesión el presidente Barack Obama recordó que “nuestro viaje no estará completo hasta que ningún ciudadano se vea obligado a esperar durante horas para ejercer su derecho a voto. Nuestro camino no estará completo hasta que encontremos una mejor manera de dar la bienvenida a los inmigrantes luchadores y esperanzados que aún ven América como la tierra de las oportunidades”¹².

A pesar de la fuerza y la retórica que acostumbra Obama a usar en sus discursos, lo cierto es que el Presidente no ha podido “completar su viaje”, y el votante hispano que hace ocho años abanderó su campaña como estandarte de la esperanza y el cambio, ahora no se puede evitar sentir, en cierto modo, decepcionado con sus políticas.

Apenas faltan cinco meses para las elecciones presidenciales y el propio Obama, ahora reconvertido en el “pato cojo”, —término que, en la jerga de la política norteamericana, define al presidente en la última fase de su mandato— y su legado se ha visto salpicado por las duras críticas por las últimas redadas a inmigrantes indocumentados y por su incapacidad para sacar adelante la reforma migratoria.

5 Obama y los “dreamers”: tercer aniversario del DACA¹³

Todo ello coincide paradójicamente con el tercer aniversario del programa de Acción Diferida para los jóvenes llegados en la infancia (DACA). En concreto, fueron 794.501 jóvenes indocumentados los que solicitaron este alivio migratorio, desde 2012 hasta ahora, y 381.188 jóvenes los que recibieron la aprobación

En Estados Unidos viven unos 55 millones de personas de origen hispano, el 17,5% de la población

de la Oficina de los Servicios de Inmigración y Ciudadanía (USCIS), según datos de esta autoridad. Su tercer aniversario llega en un momento de gran incertidumbre en Estados Unidos después de que la Justicia haya bloqueado de forma temporal las acciones ejecutivas que el pasado 20 de noviembre anunció Obama ante la falta de acción en el Congreso para sacar adelante una reforma migratoria integral.

6 El “gigante dormido”, asignatura pendiente

En Estados Unidos viven unos 55 millones¹⁴ de personas de origen hispano, el 17,5% de la población. De estas, unos 27,3 millones podrán votar en las elecciones del próximo año. No todas lo harán. En las últimas presidenciales, en 2012, de los más de 24 millones de hispanos que entonces podían votar acabaron emitiendo el voto menos de 12 millones. Un 71% de los hispanos votaron al demócrata Obama. Un 27%, al republicano Mitt Romney. En las últimas elecciones de 2012, se batió el récord del número de hispanos registrados para votar, con más de 24 millones de potenciales votantes, pero de ellos sólo acudió a las urnas el 48%. Por ello, se habla del «gigante dormido», por la capacidad de influencia que los

En 2012, el número de hispanos que podían votar era del 48%, frente al 66,2% de los negros y el 64,1% de los blancos

hispanos tendrán en los próximos años, cuando los niveles de participación en las urnas aumenten. Ningún candidato podrá ganar la Presidencia, y por extensión otras contiendas electorales, sin convencer a la población hispana¹⁵.

*The New York Times*¹⁶ informó que, en 2012, el número de hispanos que podían votar era del 48%, frente al 66,2% de los negros y el 64,1% de los blancos (Cohn 2014). También hay un gran número de hispanos que aún no han alcanzado la edad mínima para votar. Entre los votantes, el promedio de edad sigue siendo muy joven, un perfil que, en general, es menos propenso a participar en las elecciones a pesar de tener derecho a hacerlo. Además, muchos votantes hispanos tienen bajos ingresos, lo que contribuye a la baja participación electoral. En conjunto, esto significa que, a pesar de que los hispanos representan el 17% de la población total, solo el 11% de ellos ejercen el derecho al voto.

Muchos estudios sostienen que en menos de 40 años la población hispana alcanzará el 30% del total. Sin embargo, los datos de participación no despiertan mucho optimismo. Estrategas y analistas tratan de lograr la fórmula del éxito que les permita saber “how to double without trouble”, o lo que es lo mismo, cómo duplicar la población de hispanos sin incurrir en otra serie de problemas, ya que, no hay que olvidar que también son el colectivo con el

mayor índice de fracaso escolar en el país, el mayor índice de embarazos prematuros en la adolescencia, al tiempo que ostentan los trabajos de menor cualificación. Además, la mayoría de los hispanos tiende a residir en los estados o distritos menos competitivos, lo que implica que sus votos son menos propensos a influir en el resultado de unas elecciones. Así, en las elecciones al Senado de 2014, los hispanos representaban menos del 5% de los votantes elegibles en 9 de los 10 diez estados más relevantes¹⁷.

7 Cada 30 segundos un hispano cumple 18 años

Un punto a favor de esta minoría es su juventud. La edad media de la población hispana es de 27,4 años mientras que la del conjunto de la población llega a los 36,8 años. Dentro de unos años, muchos hispanos alcanzarán la edad mínima para votar y la inmensa mayoría de ellos serán ciudadanos estadounidenses con derecho a voto. A medida que estos niños crezcan, los hispanos tendrán una mayor participación en la política. Incluso aunque los sesgos geográficos sigan limitando su fuerza en algunos estados, habrá lugares donde el voto hispano será clave para ganar las elecciones.

Se trata del grupo de mayor crecimiento del país (suponiendo el 78% de los nacimientos) aunque, paradójicamente, su poder en las urnas (pueden votar solamente 25 millones) y en los mandos de decisión política (sólo el 8% de políticos en el Congreso) no se corresponde con su importancia como consumidores. Así, se calcula que cada año 800.000 hispanos cumplen 18 años. O lo que es lo mismo, según la Cámara Hispana de Comercio¹⁸, cada 30 segundos, un hispano cumple 18 años y obtiene el derecho a votar. Son 60.000 votantes al mes durante los próximos 21 años y sobre todos ellos recae una

¹¹ Ayuso, S. “Obama: La inmigración es la tradición más antigua de Estados Unidos”. *El País*, 16 de diciembre de 2015. Web.

¹² President Barack Obama's Inaugural Address. The White House. Web.

¹³ Schaller, Th. F, M. A. Barreto and G. M. Segura. “DACA's Three Year Anniversary and its Legacy for 2016 Election”. *Latino Decisions*. 15 de junio de 2015. Web.

¹⁴ “Hispanic population reaches record 55 million, but growth has cooled”. *Pew Hispanic Center*, 25 de junio de 2015. Web.

¹⁵ Ureña, D. “El futuro de Estados Unidos será hispano”. *El Mundo*, 20 de marzo de 2014. Web.

¹⁶ Banco, E. “A speech in Spanish is a first for the Senate”. *The New York Times*, 11 junio de 2013. Web.¹⁷ *Ibidem*.

¹⁷ Moreno Fernández, F. “Mapa hispano de los Estados Unidos-2015”. *Informes del Observatorio / Observatorio Reports*. S. Steinmetz y C. González Tosat. Colab. 2015. Web.

¹⁸ Pereda, C. F. “Los hispanos aún no saben que guardan la llave de la Casa Blanca”. *El País*, 4 de enero de 2016. Web.



responsabilidad única. Sin embargo, su acceso a estratos de educación superior continúa siendo inferior a otros grupos por lo que el ascenso social a través de la educación sigue siendo un obstáculo a superar por muchos jóvenes, particularmente para los hispanohablantes¹⁹.

8 Guños al votante hispano: primeros discursos en español

En 1960 la esposa de John F. Kennedy, Jackie Kennedy, sorprendió a la audiencia con un pequeño anuncio grabado íntegramente en español²⁰ en el que animaba a votar por su esposo y desde entonces, en mayor medida a partir del año 2000, el español ha sido un recurso esencial en las campañas del Partido Republicano, primero, y del Partido Demócrata, después.

Fue en el año 2002 cuando se celebró el primer debate íntegro en español²¹ en Estados Unidos. Dan Morales y Tony Sánchez, ambos demócratas y candidatos a la gobernación de Texas, debatieron frente a frente en inglés y después en español. Una de las primeras muestras de que el idioma era un elemento estratégico para llegar a los votantes hispanos.

Incluso el Senado de Estados Unidos, acogió el primer discurso pronunciado íntegramente en español²² en la historia de la Cámara. El 12 de junio de 2013, el senador de Virginia, Tim Kaine, dio su discurso de principio a fin en español para explicar la ley sobre inmigración, una ley que según el propio Senador²³ “merecía ser explicada en el idioma que hablan más de 40 millones de americanos”.

Después llegarían los primeros discursos (o frases en discursos) en español, las versiones en español de las páginas web de los candidatos y, ya

Por primera vez dos candidatos que aspiran a la presidencia del país hablan español con fluidez y ambos son republicanos

en las dos últimas elecciones, los perfiles en redes sociales escritos en español.

La carrera hacia la Casa Blanca, cuyas elecciones se celebran el 8 de noviembre, está manteniendo la presencia del español en estas líneas en ambos partidos aunque añade un nuevo hito para la historia de la política estadounidense. Por primera vez dos candidatos que aspiraban a la presidencia del país hablan español con fluidez y ambos son republicanos: el ex gobernador de Florida, Jeb Bush, casado con una mujer mexicana, y el actual senador del mismo estado, Marco Rubio, descendiente de cubanos²⁴. Sin mencionar a Ted Cruz, el candidato que más lejos ha llegado en la primaria republicana contra Donald Trump y que también es de origen hispano, aunque el español no sea su fuerte.

9 Hispandering, “Clinton no es mi abuela”

Una de las reglas básicas en comunicación, saber adaptar el mensaje a cada público objetivo, se ha convertido en un arma de doble filo en la carrera a la Casa Blanca. Durante el último año hemos podido ver constantes guños a los votantes hispanos tanto



Muestras de apoyo de “Latinos for Hillary” en Texas, diciembre de 2015.

10 Hispanos, un desafío para los republicanos

Por lo general, la mayoría de los líderes suelen caer, antes o después, a lo largo de su carrera política en sonadas contradicciones. Sin embargo, una de las más notorias es, a juicio de algunos analistas, la del propio Partido Republicano. Por un lado, ha sabido erigirse como el partido con más precandidatos con orígenes hispanos—Ted Cruz, el retirado Jeb Bush o Marco Rubio—, mientras que cuenta entre sus filas con el candidato más polémico y antagónico de todos, el magnate Donald Trump.

Además, según un informe de 2015 publicado por The Economist, muchos hispanos no se identifican con los partidos políticos estadounidenses. Así, muchos hispanos tienden a ser “socialmente conservadores”, pero “políticamente liberales”. De este modo, entre los hispanos que están de acuerdo con las posiciones republicanas, algunos sienten que el Partido Republicano no atiende a los hispanos dentro de su programa, sino que representa a una mayoría blanca de clase alta²⁷.

en el bando demócrata como en el republicano. Pero su uso conlleva muchos riesgos. La tormenta de críticas que han recibido en redes sociales campañas como la de “Siete cosas que Hillary tiene en común con tu abuela”, seguido del hashtag #NotMyAbuela, que fue *trending topic* en Facebook y Twitter, han popularizado el término *Hispandering*, esto es, ser condescendiente con los hispanos usando mensajes o campañas que pecan de ser demasiado simplistas o estereotipadas. Algunos de los ejemplos de *hispandering* más sonados los ha protagonizado el candidato a la nominación presidencial republicana Jeb Bush, que vende por 75\$ un guaca bowl²⁵ en su web, en referencia al guacamole y a las raíces mejicanas de su esposa Columba; o el demócrata Bernie Sanders, que no dudó en animar sus eventos con bandas de mariachi. A pesar del sonado traspies de “La Hillary”, como se refieren a ella en otro cartel de campaña²⁶, Clinton es la favorita de los hispanos y cuenta con uno de los equipos de campaña más nutridos por hispanos.

Sin embargo, igual de arriesgado puede resultar adoptar el extremo contrario, es decir, tratar de evitar ser percibido como un *hispanderer*, ya que en ese caso se puede caer en el error de acabar en el polo opuesto, como un candidato que ignora al votante hispano. O si vamos un paso más lejos, caer en la “hispanofobia”, que tiene como máximo representante al candidato republicano Donald Trump.

²⁵ Official campaign site of the Republican candidate in 2016 for U.S.

²⁶ Jiménez de Sandoval, P. “‘La Hillary’ se asegura el voto latino en Nevada”. *El País*, 30 de diciembre de 2015. Web.

²⁷ A Suitable box to tick: The origin of the “Hispanic label”. *The Economist*, 14 de marzo de 2015. Web.

¹⁹ Badillo, Á. y J. Retis. “Los latinos y las industrias culturales es español en Estados Unidos”. *Real Instituto Elcano*. 2015. Web.

²⁰ “Jackie Kennedy en español”. *Youtube*. 18 de febrero de 2007. Web.

²¹ Del Pino, J. “El castellano entra en política. Por primera vez en la historia, dos candidatos a gobernadores en EE.UU. debaten en español”. *El País*, 2 de marzo de 2002. Web.

²² “In Spanish Floor Speech, Senator Kaine Makes Case For Immigration Reform - Full Speech”. *Youtube*. 12 de junio de 2013. Web.

²³ Felde, K. “History on Senate floor: first speech in Spanish”. 89.3 KPCC: *Southern California Public Radio*. 13 de junio de 2013. Web.

²⁴ Ureña, D. “El español entra en campaña”. *Diálogo Atlántico*, 11 de noviembre de 2015. Web.