

# Indicador Político

Carlos Ramírez

## ■ Obama: cómo mover al pueblo

### ■ Razones y sinrazones del 4-N

*A la memoria de la amistad  
de José Luis Santiago Vasconcelos*

WASHINGTON, DC.— Si bien es cierto que el 4 de noviembre triunfó la democracia en la elección presidencial de Estados Unidos, en el fondo queda por analizar las estrategias de campaña para mover al electorado, aprovechar los errores del adversario y manejar los medios. En las elecciones de EU gana la mejor campaña mediática.

John McCain nunca pudo **quitarse** el sambenito de la edad, de ser el **tercer** periodo de Bush y de representar el pasado político, sin importar el contenido avanzado y hasta audaz de su discurso, en algunos puntos **más** progresista que el de Obama. Y Obama logró **apoderarse** del perfil de candidato joven y del cambio, aunque con ambigüedades dejó entrever que representaba **también** los intereses del establishment de poder de EU. Eso sí, asumió el papel del **anti** Bush.

Con habilidad, Obama se **corrió** de la izquierda al centro y McCain nunca pudo salirse de la derecha. Pero al final de cuentas, la campaña presidencial fue eminentemente **mediática** y de spots publicitarios. Obama explotó su carisma con spots verdaderamente aburridos y largos, demasiado explicativos, mientras que McCain **perdió** el tiempo atacando a Obama y no definiendo su propuesta de gobierno.

De ahí que haya que analizar el resultado final en un escenario **diferente** al sentimental.

Hay diez razones por las cuales **perdió** John McCain:

1) La edad y su **correlación** con sus políticas antiguas.

2) La **incoherencia** de su

mensaje de campaña, pues dejó la impresión de que **carecía** de una oferta para la crisis y efectivamente iba a ser el continuismo de las políticas devastadoras de Bush.

3) La **pésima** selección de Sara Palin. Si bien resultó carismática y no tonta, cometió muchos **errores** políticos y fue presa de los ataques de los demócratas. Palin fue **saboteada** por el fuego amigo de republicanos.

4) El **desconocimiento** del papel activo de los jóvenes.

5) La imposibilidad de concertar compromisos entre las **tres** corrientes del Partido Republicano: los neoconservadores, los bélicos y los religiosos.

6) La **incomprensión** de la crisis económica. El 15 de septiembre llevaba una ventaja de 2-3 puntos sobre Obama. El 31, colapsada la economía, Obama se puso arriba con

6 puntos y ya no bajó. Y **no** pudo ofrecer una salida.

7) No pudo definir su candidatura en una palabra.

8) Su **alianza** con Bush. Cuando estalló la crisis ya no pudo deslindarse.

9) La **incomprensión** del perfil político y social de Barack Obama.

10) La utilización de spots para **atacar** a Obama y no para explicar su oferta. Ahí perdió la oportunidad de **explotar** su política migratoria más audaz que la de Obama y la cual le hubiera colocado en el centro ideológico y ganado el voto de los migrantes.

Del lado contrario, hubo diez razones por las cuales **ganó** Obama:

1) La definición desde el principio de un candidato **ajeno** a los grupos de poder del establishment de decisiones, aunque aliado a esos grupos.

2) La lucha contra la señora Hillary Clinton basada justamente en su perfil de político **lejano** a las redes de poder. Hillary era la **continuidad** de Bill.

3) Un manejo impecable de mensajes de los spots. Obama fue uno de los candidatos mediáticos **intencionados** más hábil en la historia moderna.

4) La **coherencia** articulada entre su equipo de ima-



Continúa en siguiente hoja

Fecha <b>10.11.2008</b>	Sección <b>Política</b>	Página <b>42</b>
----------------------------	----------------------------	---------------------

gen con su operación de campaña. No hubo diferencias ni choques.

5) La decisión de Obama de aparecer siempre como el jefe de la campaña. Inclusive logró controlar a su candidato a la vicepresidencia, Joe Biden.

6) La estrategia de eludir su perfil de candidato de la minoría afroamericana para impedir la radicalización del debate. Con un discurso pacificador se **salió** muy rápido del tema racial y con ello evitó la parcialización.

7) Su habilidad para **tomar** la iniciativa en la propuesta primero de un discurso y luego de ideas generales

sobre la crisis económica, pero siempre en la lógica de **proteger** al pueblo, aunque con las medidas ortodoxas de siempre.

8) La **ocupación** de todos los espacios mediáticos por medio de la recolección de fondos que lo hizo llegar a casi **mil millones** de dólares.

9) Su estrategia de acudir al financiamiento popular de su campaña, eludiendo controles y apelando al discurso de que con sus aportaciones los grupos populares iban a **compartir** la candidatura y el poder.

10) Fijar su candidatura como **opositora** al presidente Bush y con ello asumir el liderazgo del hartazgo popular de ocho años de *bushismo*, interpretando el sentimiento popular **anti** Bush.

Así que **detrás** de lo sentimental se oculta una racionalidad política. ☒

*Obama explotó su  
carisma con espots  
verdaderamente  
aburridos y largos,  
demasiado  
explicativos,  
mientras que  
McCain perdió el  
tiempo atacando a  
Obama y no  
definiendo su  
propuesta de  
gobierno*