

Glosario para entender la elección presidencial en EU

NOTA DEL EDITOR: Luis Estrada es doctor en Ciencia Política por la Universidad de California en San Diego y director general de SPIN-Taller de Comunicación Política.

Las opiniones de los colaboradores y los usuarios de ADNPolítico.com no representan el punto de vista de este sitio ni el de Grupo Expansión.

A unos cuantos días de que las convenciones del Partido Republicano y Demócrata den por iniciada oficialmente la campaña por la Presidencia en [Estados Unidos](#), a continuación presento una breve lista de temas que ayudan a entender el arranque del proceso electoral.

- **Convenciones partidistas:** Durante una semana, los partidos reúnen a los delegados que fueron electos en [las primarias partidistas](#) para nominar a los candidatos a la Presidencia y a la Vicepresidencia de Estados Unidos. El partido de oposición celebra primero su convención, seguida de la del partido en el gobierno, y existe un acuerdo en el que los integrantes del partido que no está llevando a cabo su convención no realicen ningún acto público durante esa semana. Como resultado, los partidos y sus candidatos en convención reciben una cobertura favorable de los medios de comunicación, que se traduce en un incremento breve en las preferencias que históricamente ha representado entre 4 y 6 puntos porcentuales. La convención de los republicanos comienza el lunes 27 de agosto y termina el 31 de agosto. La de los demócratas empieza el 3 de septiembre y termina el 7 de septiembre.
- **Vicepresidentes:** La fórmula de los demócratas repite a Joseph Biden. La fórmula de los republicanos incluye a [Paul Ryan](#), quien ha generado altas expectativas entre los opinadores norteamericanos, ya que aporta a Romney la seriedad y el conocimiento técnico de la propuesta económica, pero no se ha visto reflejada en un incremento en las preferencias por los republicanos, en buena medida porque su nominación refuerza el mensaje a las bases, más complaciendo a los partidistas que atrayendo a los independientes. A pesar de que, en contraste, Ryan aparenta ser mejor que Biden, la verdadera confrontación será en el debate que tenga lugar el 11 de octubre en Kentucky.

- **Encuestas:** De acuerdo con [la mayoría de las encuestas](#), y especialmente con la serie diaria de Gallup, Barack Obama y Mitt Romney están en empate técnico alrededor de 46 puntos porcentuales. No obstante, existe un debate relacionado con la sub-representación de los votantes afroamericanos en las encuestas (nueve de cada 10 estarían dispuestos a votar por Obama), que se hacen por teléfono, fijo o celular. Algunos han observado que, dada la evaluación de la situación económica del país, los números a estas alturas debieran ya favorecer a Romney por un amplio margen, lo que aún no sucede y, por tanto, es un mal presagio para el candidato republicano.
- **Aprobación presidencial:** La variable más importante para predecir la reelección de un presidente-candidato es la aprobación presidencial, ya que, históricamente, quien no supera el 50% no se reelige. En los últimos 50 años, todos los presidentes-candidatos republicanos se han reelecto (excepto George H.W. Bush en 1992), mientras que ningún presidente-candidato demócrata se ha reelecto (excepto [Bill Clinton](#) en 1996). De acuerdo con Gallup, Barack Obama no ha superado el 50% de aprobación.
- **Desempleo:** La tasa de desempleo en Estados Unidos para el mes de julio de 2012 es de 8.3%. De acuerdo con las cifras oficiales, al gobierno de Barack Obama le faltan alrededor de 300,000 empleos sólo para recuperar el nivel previo a la crisis de 2008. Estados volátiles que tienen desempleo por debajo de la tasa nacional favorecen a Obama. [Romney y Ryan](#) argumentan que ha sido la mala administración de Obama la que no ha podido superar la crisis, por lo que enfatizarán su campaña alrededor de este tema.
- **Guerra cultural:** La campaña de reelección de Obama se perfila para una versión corregida y aumentada de la de 2008, puesto que se diferenciará en lo más posible de sus adversarios conservadores en temas socioculturales. De acuerdo con las encuestas, los temas socioculturales dividen a los demócratas y republicanos, y el partidismo determina el voto como en pocas ocasiones: nueve de cada 10 simpatizantes del Partido Republicano votarían por Romney; 9 de cada 10 simpatizantes del Partido Demócrata votarían por Obama. El matrimonio entre personas del mismo sexo, aborto, [migración](#) y programas sociales (incluyendo *Medicare* y *Medicaid*) son herramientas para criticar las férreas posiciones de los republicanos. Obama y Biden (apoyados por la prensa mayoritariamente liberal) argumentan que las posiciones de los republicanos son obsoletas, por lo que enfatizarán su campaña alrededor de estos temas.

- **Ann Romney y Michelle Obama:** Una de las piezas de información y un atajo informativo útil en campaña es la familia del candidato. Como parte del equipo de campaña, las esposas de los candidatos son voceras, especialmente en temas propensos a conectar al candidato con el electorado. A su vez, el mensaje de los candidatos se refuerza con las acciones públicas de la señora Romney y de [la señora Obama](#). Ambas mejores comunicadoras que sus esposos (en buena medida porque naturalmente conectan con el electorado), aunque sin un debate formal entre ellas de por medio, serán seguidas de cerca por los medios de comunicación y por tanto serán clave en las convenciones y en la campaña.
- **SuperPACs:** El financiamiento de las campañas puede ser público (con un límite preestablecido) o privado (sin límite). Ambos candidatos han elegido el financiamiento privado y, de acuerdo con las cifras más recientes, Romney supera en recaudación a Obama, lo que algunos han resaltado como un indicador de fortaleza relativa previa al inicio de las campañas (normalmente los republicanos recaudan más que los demócratas). La recaudación y el gasto se realiza a través de organizaciones conocidas como Political Action Committees (PACs) que para 2012 cuentan con una versión sin límite de recaudación ni de gasto, conocidas como SuperPACs, que se han dedicado a pagar lo que hasta ahora emerge como la campaña más cara y más negativa de la historia (gracias a que es una campaña altamente competida). Cabe recordar que la única condición para que las SuperPACs puedan pagar spots es que no inviten explícitamente a votar por sus candidatos en los spots.
- **Estados volátiles:** El método de elección de presidente en Estados Unidos es a través de un Colegio Electoral, en el que cada uno de los 50 estados aporta votos de acuerdo con su tamaño de población. Se necesitan 270 votos del Colegio Electoral para ganar. Así, como le sucedió a Al Gore en 2000, no gana el que tiene más votos, sino el que tiene más delegados. Por tanto, la campaña está estratégicamente segmentada en los estados en los que los demócratas y republicanos están empatados: Mientras que en California (tradicionalmente demócrata) la campaña pasa casi desapercibida, la pelea se dará en Arizona, Carolina del Norte, Colorado, Florida, Iowa, Michigan, Missouri, Nevada, New Hampshire, Ohio, Pennsylvania, Virginia y Wisconsin. Los spots de los candidatos estarán orientados a convencer a los electores independientes de estos estados, cuyos resultados serán los más observados la noche del martes 6 de noviembre.

- **Debates:** Los debates son una institución en las campañas norteamericanas. Con una instancia oficial que los organiza, los candidatos a la Presidencia de Estados Unidos debaten tres veces durante un mes de campaña en universidades que solicitan ser la sede con años de anticipación. Como usualmente sucede, los debates son el momento trascendental de la campaña. Romney tiene una preparación de 20 debates previos durante la primaria republicana, mientras que algunos dirán que es la oportunidad de Obama de destacar sus habilidades como orador y polemista. En esta ocasión, serán el 3 de octubre (Denver University, en Colorado), el 16 de octubre (Hofstra University, en Nueva York) y el 22 de octubre (Lynn University, en Florida).

Las **campañas presidenciales en Estados Unidos** muestran las fortalezas y debilidades de los candidatos, así como el diseño y ejecución de sus estrategias de comunicación. Si en México –cada vez más– llevamos a cabo campañas políticas al estilo norteamericano, no está de más darles seguimiento para compararlas y observar todo lo que falta por profesionalizar en la política mexicana.