

## **Boletín especial dedicado a las Elecciones de 2012**



### **Índice:**

Introducción y elecciones en los Estados Unidos	pág. 2
Los partidos políticos	pág. 4
Un electorado diverso	pág. 5
Medios sociales	pág. 7
Los medios y la campaña	pág. 8
Democracia en acción	pág. 10
Las elecciones para el Congreso	pág. 12
Encuesta y expertos	pág. 13
La financiación de las campañas	pág. 15
Elecciones primarias	pág. 16
Candidatos a la Presidencia y Vicepresidencia en el 2012	pág. 17
Mapa electoral de las elecciones primarias y caucus	pág. 19

## Introducción y elecciones en los Estados Unidos



El nominado a candidato presidencial por el Partido Demócrata Barack Obama (izda.) y el nominado a candidato vicepresidencial Joe Biden saludan a sus partidarios demócratas en la convención del partido en 2008.

Las elecciones libres y equitativas son la piedra angular de cualquier democracia. Son también son un factor esencial para la transferencia pacífica del poder.

Cuando los votantes eligen a sus representantes, escogen a los líderes que darán forma al futuro de su sociedad. Así, las elecciones confieren poder al ciudadano ordinario porque le permiten influir en la orientación futura de su gobierno y, por ende, en su propio futuro.

Estados Unidos ha sido una democracia representativa desde 1788, cuando se ratificó la Constitución del país, pero la tradición electoral se inició en la época colonial y tiene sus raíces en la historia de Gran Bretaña. En este libro se analiza la naturaleza del proceso electoral estadounidense moderno y su funcionamiento en los niveles federal, estatal y local. El proceso, complejo y a veces confuso, ha evolucionado para garantizar el sufragio universal a todos los hombres y mujeres de 18 años de edad o más que sean ciudadanos estadounidenses.

### Las elecciones en Estados Unidos

En Estados Unidos, cada año par se realizan elecciones para el Congreso y para algunos cargos de gobierno estatales y locales. Otros estados y jurisdicciones locales convocan a elecciones en años impares.

Todos los años impares se realizan elecciones para algunos cargos del gobierno federal y para la mayoría de los cargos de los gobiernos estatales y locales de este país. Algunos estados y varias jurisdicciones locales convocan a elecciones en años pares.

Los estadounidenses eligen cada cuatro años a un presidente y un vicepresidente. Cada dos años, eligen a los 435 miembros de la Cámara de Representantes y a cerca de la tercera parte de los 100 miembros del Senado de Estados Unidos. Los senadores

prestan servicio en períodos escalonados de seis años cada uno.

Estados Unidos se basa en un complejo sistema federal de gobierno, donde el gobierno nacional es central, pero los gobiernos estatales y locales también tienen autoridad sobre todos los asuntos que no han sido reservados para el gobierno federal. Los gobiernos estatales y locales gozan de diversos grados de independencia para organizar elecciones en sus propias jurisdicciones, pero realizan elecciones frecuentes y bien administradas.

### Tipos de elecciones en Estados Unidos

Hay dos tipos básicos de elecciones: las primarias y las generales. Las elecciones primarias se celebran antes de la elección general y en ellas se decide quiénes serán los candidatos de un partido en la elección general. Los candidatos que ganan las primarias siguen en la ruta para representar a su partido en la elección general (aunque a veces tienen que satisfacer antes unos cuantos requisitos más para que su partido les permita hacerlo).

Desde principios del siglo XX, las elecciones primarias han sido el principal recurso electoral para escoger a los candidatos de los partidos. Con pocas excepciones, el triunfo en una elección primaria significa que el candidato será nominado por ese partido político para la elección general. En unos cuantos estados, los candidatos del partido son elegidos en convenciones locales de nominación, en vez de elecciones primarias, ya sea por tradición o a criterio del partido político.

Después de las elecciones primarias o las convenciones, la elección general se realiza para determinar quién será elegido para ocupar el cargo. En la elección general, los votantes toman la decisión final al escoger entre los candidatos de los partidos que figuran en la papeleta de voto. En la papeleta de la elección general pueden figurar también candidatos independientes (que no están afiliados a ningún partido político importante) que logran su inclusión en la papeleta al presentar un número específico de firmas de sus partidarios, en lugar de usar el método tradicional de ganar elecciones primarias. Además, en algunos estados la papeleta de voto tiene un espacio en blanco para "escribir en él" nombres de candidatos no designados por los partidos ni cualificados por petición de sus partidarios. Se puede decir que esos candidatos son "auto designados" y de vez en cuando ganan elecciones para cargos públicos.

En Estados Unidos, las elecciones pueden involucrar más que decidir quién va a ocupar un cargo público. En algunos estados y localidades, la papeleta de voto contiene también propuestas de política pública para que el votante manifieste si las aprueba o no. Las medidas que la legislatura estatal o una junta o consejo local consultan con los votantes (referéndum) y las que se

incluyen en la papeleta de voto a solicitud de los ciudadanos (iniciativas) suelen referirse a la aprobación de emisiones de bonos (aprobación de la obtención de fondos en préstamo para proyectos públicos) y otros mandatos o censuras al gobierno. En las décadas recientes, estas medidas incluidas en las papeletas de voto han tenido repercusiones importantes, sobre todo en el presupuesto y la política de los estados.

Además de las elecciones federales, estatales y locales que se realizan en años pares, algunos estados y jurisdicciones locales convocan a elecciones en períodos "no electorales", en años impares. Muchas jurisdicciones organizan también elecciones especiales que pueden programarse en cualquier fecha con un propósito específico, como llenar una vacante inesperada en un cargo de elección.

### **Elecciones presidenciales**

La elección general de presidente de Estados Unidos tiene lugar cada cuatro años, el primer martes siguiente al primer lunes de noviembre. Antes de esa elección general, los estados celebran elecciones primarias o asambleas electorales para elegir a los delegados que enviarán a las convenciones nacionales de nominación en las que los candidatos del partido serán seleccionados. Por lo general, esas elecciones primarias y caucus de estados individuales tienen lugar entre enero y junio, y las convenciones nacionales se celebran después en el verano antes de la elección general.

Desde la década de 1970, la identidad de los candidatos presidenciales que serán designados por los principales partidos se conoce antes de las convenciones, porque que ganan el apoyo de la mayoría de los delegados antes de concluir la temporada de elecciones primarias y asambleas electorales. A causa de esto, las convenciones se han vuelto, en gran parte, simples ceremonias. Los momentos culminantes de las convenciones son el discurso de apertura de uno o varios dirigentes del partido, el anuncio de quién será el candidato a la vicepresidencia, la lectura de la lista de votos de delegados por las delegaciones estatales, y la ratificación de la "plataforma" del partido (el documento que define su posición frente a los temas importantes). Por tratarse de actos políticos televisados que marcan el inicio de la campaña hacia las elecciones generales, las convenciones brindan al partido la oportunidad de promover a sus candidatos y definir sus diferencias con la oposición.

El porcentaje de votantes elegibles que acude a las urnas varía de una elección a otra, pero en términos generales la afluencia de electores, aún en las elecciones presidenciales, es más baja en Estados Unidos que en la mayoría de las democracias. Desde 1960, la presencia de votantes se ha reducido, en general, de 64 por ciento (1960) a poco más de 50 por ciento (1996), si bien en las tres últimas elecciones ha aumentado. Varias razones explican la afluencia relativamente baja de votantes en Estados Unidos.

A diferencia de otras democracias, en Estados Unidos el votante tiene que registrarse para poder votar y el registro varía de un estado a otro. Otra explicación es que el voto es voluntario, no obligatorio como en algunas naciones. Debido al gran número de elecciones que se requieren para elegir al más de un millón de cargos de elección popular en todo el país, también es posible que la fatiga del votante contribuya a reducir la participación.

Las estadísticas indican que la concurrencia de votantes puede decrecer cuando el público está contento con la situación política o cuando las encuestas anuncian la victoria inevitable de un candidato. A la inversa, la afluencia puede aumentar cuando la contienda entre candidatos es muy reñida o cuando en la elección se dirimen asuntos controvertidos.

### **Requisitos que el candidato debe cumplir**

Para cada cargo federal de elección se imponen distintos requisitos, según se estipula en los Artículos I y II de la Constitución de Estados Unidos. Por ejemplo, el candidato a la presidencia debe ser ciudadano de nacimiento, tener 35 años como mínimo y haber residido en Estados Unidos durante 14 años por lo menos. El vicepresidente debe cumplir con los mismos requisitos. De conformidad con la Duodécima Enmienda a la Constitución de Estados Unidos, el vicepresidente no debe provenir del mismo estado que el presidente.

Los candidatos a la Cámara de Representantes de Estados Unidos deben tener 25 años de edad por lo menos, ser ciudadanos estadounidenses desde hace siete años o más, y ser residentes legales del estado que pretenden representar en el Congreso. Los candidatos al Senado de Estados Unidos deben tener 30 años por lo menos, haber sido ciudadanos estadounidenses durante nueve años y ser residentes legales del estado al que desean representar. Los que aspiran a cargos estatales o locales deben cumplir con los requisitos establecidos por esas jurisdicciones.

La vigésima segunda enmienda a la Constitución de Estados Unidos, ratificada en 1951, prohíbe que una persona sea elegida presidente del país en más de dos ocasiones. Sin embargo, la Constitución no impone límites a la gestión de los representantes y los senadores en el Congreso, pese a que varios grupos políticos han cabildeado a lo largo de los años para imponer alguna limitación. Los límites de la gestión (en caso de que los haya) aplicables a funcionarios estatales y locales están especificados en la constitución del estado y en las ordenanzas locales.

Distribuido por la Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de EE.UU. 4 de enero de 2012.

**Sitio web:** <http://iipdigital.usembassy.gov/st/spanish/publication/2012/01/20120117103600x0.7508312.html#ixzz27ULpDC2>

## Los partidos políticos

### U.S. Elections

U.S. Political Parties

U.S. Department of State  
Bureau of International Information Programs



Los partidos políticos han sido parte del tejido de la democracia casi desde que la nación se fundó, aunque la Constitución de Estados Unidos nunca los mencione y algunos de los fundadores del país los rechazaron totalmente.

En los Documentos Federalistas de 1788, Alexander Hamilton y James Madison escribieron acerca de los peligros de las facciones políticas del país. George Washington, el primer presidente de la nación, nunca perteneció a ningún partido y expresó la esperanza de que los partidos se formaran.

Actualmente, el Partido Demócrata es considerado el partido más liberal, el Republicano el más conservador. Dentro de esas amplias categorías ideológicas, cada partido abarca una gama de creencias y opiniones. Muchos estadounidenses se identifican como "independientes" (no afiliados a ningún partido), y el número de esos votantes está aumentando.

#### UN SISTEMA DE DOS PARTIDOS

En 2008, el Partido Demócrata era el partido más grande, con más de 74 millones de votantes (37 por ciento de votantes registrados) que decían tener afiliación, según el Centro de Investigación Pew. Barack Obama es el 15º demócrata que ocupa la presidencia.

George W. Bush fue el 19º republicano en el cargo. En 2008, el Partido Republicano era el segundo partido más grande, con casi 56 millones de miembros registrados, o aproximadamente una-cuarta parte de todos los votantes registrados.

Un nominado demócrata o republicano han ganado cada elección presidencial desde 1852, y uno de esos partidos ha controlado la Cámara de Representantes y el Senado desde 1856.

Otros partidos han ganado representación a nivel nacional y estatal, pero ninguno ha logrado aún apoyo suficiente para formar un bloque electoral en Congreso o montar un serio desafío para la presidencia.

Los llamados "terceros partidos" que compiten por la atención de los votantes de Estados Unidos incluyen el Partido de la Constitución, que aboga por el retorno a lo que cree fueron las intenciones originales de los fundadores del país; el Partido Verde, que defiende la protección ambiental y la justicia social; y el Partido Libertario, que apoya un papel mínimo del gobierno en la vida del ciudadano.

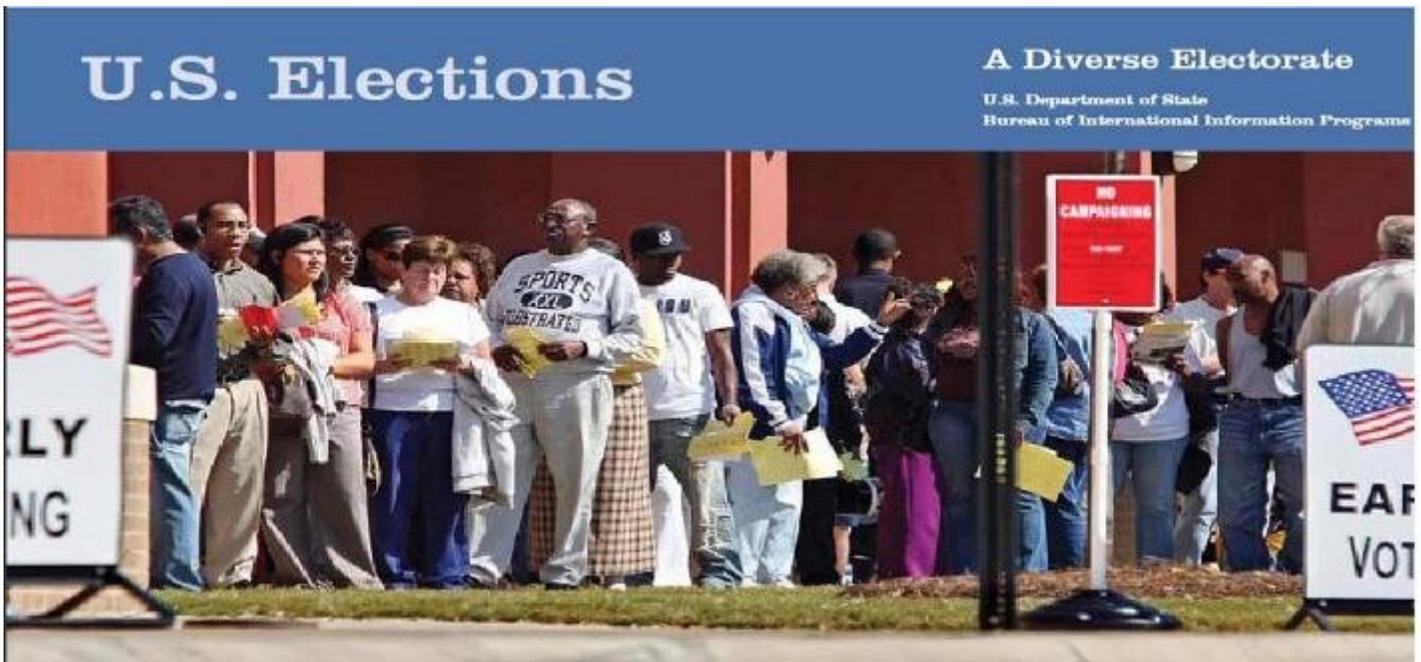
#### ROJO Y AZUL

La noche de las elecciones en Estados Unidos, las cadenas de televisión actualizan mapas de Estados Unidos como un edredón de retazos rojo y azul que designa los estados donde los demócratas o los republicanos han ganado el voto. Es una presentación que los estadounidenses comprenden intuitivamente porque el sistema de dos partidos es parte de su vida diaria.

El elefante representa al Partido Republicano, y el asno representa al Partido Demócrata. El caricaturista político Thomas Nast creó ambas imágenes para la publicación *Harper's Weekly* en 1874.

Distribuido por Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de EE.UU. 19 de julio de 2012.  
Sitio web: <http://iipdigital.usembassy.gov/st/spanish/pamphlet/2012/07/201207199350.html#ixzz26GtjyYGU>

## Un electorado diverso



### Cambios demográficos

En Estados Unidos, las cabinas de votación no preguntan sobre la raza, la religión ni el grupo étnico. La papeleta de votación lleva los nombres de los candidatos, pero no el nombre del votante. Los únicos datos personales que se conocen con certeza es que el votante tiene al menos 18 años de edad y que es ciudadano estadounidense.

La composición del electorado estadounidense cambia con cada elección. Los votantes a los que los candidatos presidenciales buscan convencer en 2012 han cambiado desde que Barack Obama fuera elegido en 2008.

“Las placas tectónicas de la política estadounidense están cambiando”, escribió el analista Ruy Teixeira en un documento que preparó para la conferencia “El futuro de los partidos” celebrada en la universidad Kenyon College, en marzo de 2010. “Una poderosa concatenación de fuerzas demográficas está transformando al electorado estadounidense y dando otra forma a los dos principales partidos políticos”.

Los datos del censo de 2010 revelan que la población minoritaria en Estados Unidos ha aumentado en la última década en un 30 por ciento (la población hispana en un 43 por ciento), mientras que la población blanca no hispana aumentó en un 1 por ciento. La drástica diferencia en las tasas de crecimiento implica que las comunidades de color representaron el 92 por ciento del crecimiento de la población estadounidense entre 2000 y 2010. En 2010 las minorías representaban el 36 por ciento de la po-

blación, un aumento de más de 5 puntos porcentuales desde el año 2000.

### Más hispanos

La concurrencia de los votantes varía significativamente entre razas y etnias

Sólo un 42 por ciento de los estadounidenses de origen hispano reúne las condiciones necesarias para poder votar, porque están descalificados por ser demasiado jóvenes o por no ser ciudadanos. Por el contrario, el 77 por ciento de los blancos no hispanos y el 66 por ciento de los afro-estadounidenses reúnen las condiciones necesarias para votar en 2012, según un informe de 2009 del Centro de Estudios de la Población en la Universidad de Michigan.

Sin embargo, la porción de hispanos en el electorado estadounidense ha aumentado a un ritmo constante, desde el 2 por ciento a comienzos de la década de 1990, al 9 por ciento en 2008 y las encuestas a la salida de las urnas indican que la participación de los hispanos está aumentando. Los analistas vaticinan que para 2020, en las elecciones de Estados Unidos habrá más votos de estadounidenses de origen hispano que de afro-estadounidenses.

Los estadounidenses de origen asiático son otro contribuyente importante al crecimiento de las poblaciones minoritarias, con un aumento de alrededor del 26 por ciento en la última década. En 2010, los estadounidenses de origen asiático representaban aproximadamente el 5 por ciento de la población y el

2 por ciento de los votantes, según un informe de 2010 de la Institución Brookings.

### Votantes jóvenes

Otro grupo demográfico clave para 2012 es el grupo de votantes jóvenes, los miembros de la llamada generación del milenio (aquellos nacidos entre 1979 y 2000). En 2008, representaban el 18 por ciento del electorado. Esta cifra será significativamente mayor en 2012 a medida que entran más jóvenes en el grupo de nuevos votantes. Alrededor de 48 millones de miembros de la generación del milenio cumplían los requisitos para votar en 2008, cifra que ha aumentado a una tasa de aproximadamente 4 millones al año. Los analistas políticos prevén que 35 millones de electores pertenecientes a la generación del milenio emitirán su voto en las elecciones de 2012, lo que se calcula que representa el 26 por ciento del total de votantes.

La juventud y la diversidad del electorado de 2008 contribuyeron a elegir al candidato Barack Obama en 2008. Cifras sin precedentes de jóvenes votaron en 2008, y un 66 por ciento de los votantes de 18 a 29 años votaron por Obama.

Aunque la diversidad religiosa aumenta en Estados Unidos, también se ha producido un aumento especialmente rápido de votantes laicos. El porcentaje de adultos que informa no tener filiación religiosa casi se ha triplicado entre 1944 y 2004, según Teixeira, con un aumento del 5 al 14 por ciento. De continuar esta tendencia, para el año 2024 entre 20 y 25 por ciento de los adultos estadounidenses no tendrá filiación [religiosa].

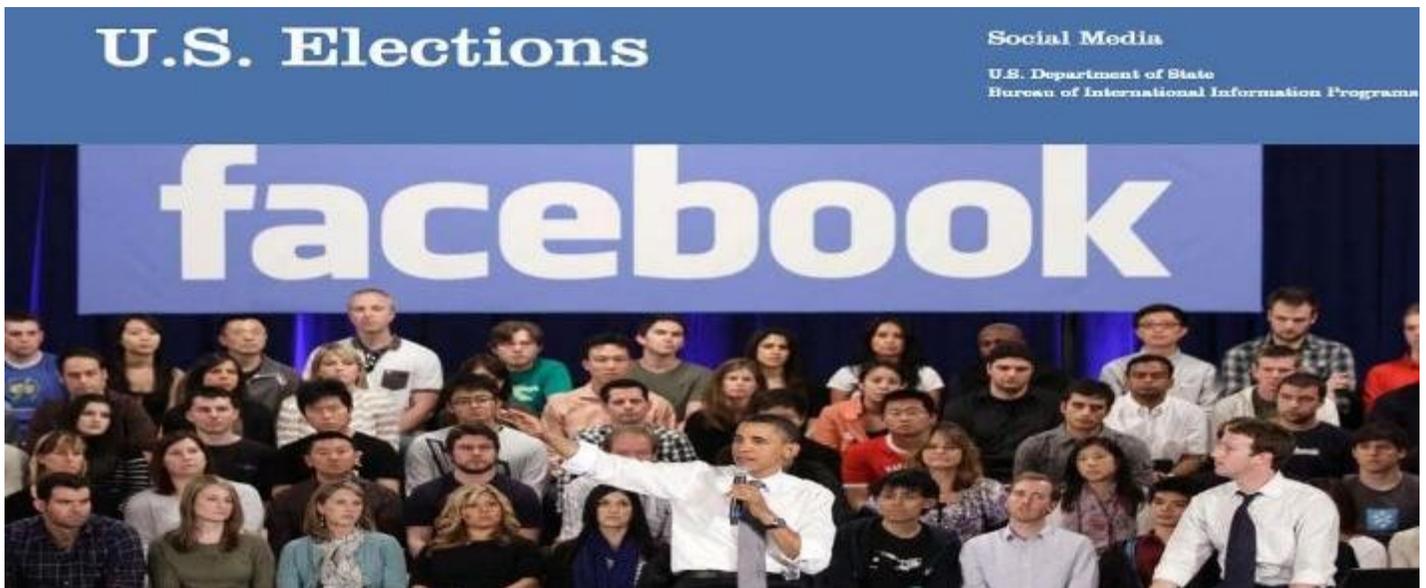
Esta tendencia, combinada con el crecimiento de credos no cristianos y las tendencias raciales y étnicas, parece indicar que una diversidad mayor caracterizará a la población de Estados Unidos.

Distribuido por Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de EE.UU. 19 de julio de 2012.

Sito web: <http://iipdigital.usembassy.gov/st/spanish/pamphlet/2012/08/20120815134727.html#ixzz284z2iROI>



## Medios sociales



### CAMBIO TECNOLÓGICO

En la campaña electoral presidencial de 2008, el candidato Barack Obama anunció por *Twitter* su selección de Joe Biden como su compañero de papeleta. En 2012, el uso de medios de comunicación social se ha vuelto esencial en las campañas para un cargo político nacional.

Los medios sociales surgieron de la tecnología Web 2.0 que proporciona a cientos de millones de usuarios comunicación a dos vías. Los usuarios comparten información, opiniones, imágenes, audio, vídeo y mucho más.

Las campañas del presidente Obama y sus potenciales rivales republicanos ya usan intensamente las tres grandes plataformas de medios sociales: *Facebook*, un sitio web con 845 millones de usuarios en todo el mundo que pueden crear perfiles personales e intercambiar mensajes con amigos; *Twitter*, un servicio con 300 millones de usuarios en todo el mundo con el que instantáneamente se pueden enviar y reenviar mensajes de texto de hasta 140 caracteres; y *YouTube*, un sitio web en el que los usuarios pueden cargar, ver y compartir vídeos.

Antes de la contienda presidencial de 2008, las campañas utilizaban tecnología de comunicaciones de una sola vía, como sitios web, principalmente para recaudar fondos. Las campañas aún usan sitios web, y también hacen llamadas telefónicas, envían correo, erigen carteles y distribuyen pegatinas. Pero ahora los consultores políticos también utilizan datos de los medios sociales para orientar su publicidad en línea. Una de estas aplicaciones encuentra a posibles votantes simpatizantes según sus perfiles de *Facebook*.

"Si se quiere apuntar sólo a republicanos en *Facebook*, se puede hacer eso", dijo a *Politico.com* Patrick Ruffini, presidente de *Engage*, una firma de consultoría política. "Con publicidad en línea dirigida, se puede lograr mucho más alcance. A medida que las plataformas sociales aumentan, se convierten en plataformas de publicidad para los políticos".

### AMIGOS POLÍTICOS

Con los datos correctos, los demócratas y los republicanos pueden tratar de atraer votantes entre los amigos de *Facebook* de un partidario conocido (cada miembro de *Facebook* tiene en promedio, 130 "amigos"). Con unos pocos datos más, los candidatos pueden tratar de atraer votantes en estados o distritos electorales estrechamente divididos. Como dijo a *Político* (administrador de *Facebook* que trabaja con candidatos republicanos), "Nos estamos alejando de la sabiduría de la multitud y realmente avanzamos hacia la sabiduría de los amigos".

A medida que buscan recaudar fondos, atraer voluntarios y persuadir a los votantes, las organizaciones de la campaña ahora pueden tratar de identificar también a los que tienen más influencia en los medios de comunicación social, personas cuyas opiniones tienen el mayor impacto. Por ejemplo, en *Twitter* pueden saber los *twits* de quién se vuelven a enviar más a menudo.

"Encontrarlos en el pajar del mundo real, es largo y tedioso", escribe el ex gerente de fondos de alto riesgo Andy Kessler en un artículo de opinión en *WSJ.com*. "Sin embargo, ya se aprovechan los servidores rápidos y algoritmos constantemente actualizados para encontrarlos en las redes sociales, y sin duda eso influirá a quien llegue a ser nuestro próximo presidente".

## EL USO DE YOUTUBE

En marzo, la campaña de Obama publicó en *YouTube* el vídeo de 17 minutos de duración *El camino que hemos recorrido*. El vídeo, narrado por el actor Tom Hanks, relata los enormes desafíos que el presidente enfrentó al asumir el cargo en 2009 y sus éxitos desde entonces.

Los que visitan la página de *YouTube* del presidente tienen muchas opciones para donar a la campaña, ofrecerse de voluntarios, o compartir con amigos el vídeo u otro contenido de la campaña por los medios de comunicación social.

"Uno de los mayores desafíos que se presentan con *YouTube* es darle a la gente una acción clara a tomar después de ver", dijo al *New York Times* Stephen Muller, director de la campaña de vídeo de Obama. Las campañas de Obama y del candidato republicano Mitt Romney utilizan vídeos para enfrentar ese desafío.

Las sesiones que los candidatos solían tener con los reporteros antes o después de los debates y otros eventos televisados han sido víctimas del crecimiento de los medios sociales. Ahora,



los candidatos las omiten y, en vez de ellas, permiten que los partidarios en *Twitter* envíen mensajes por medio de *tweets*.

La campaña de Obama ha comenzado a usar medios de comunicación social menos conocidos. Ha puesto en *Spotify* algunas de las canciones favoritas de Obama, ha publicado fotos en *Instagram*, e imágenes en *Pinterest* y usa *Tumblr* y *Google*. Teddy Goff, el director digital de la campaña, le dijo al columnista en línea Chris O'Brien que su equipo trata de crear un mensaje diferente para cada plataforma de medios de comunicación social.

Si marcamos la pauta, entonces todas estas personas pueden hacer trabajo por nosotros", dijo Goff. "Pero también es arriesgado. Porque si no somos auténticos en esas cosas, la gente no solo dejará de prestar atención, sino que dirá por *tweet* que no les interesa".

Distribuido por Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de EE.UU. 19 de julio de 2012.

Sitio web: <http://iipdigital.usembassy.gov/st/spanish/pamphlet/2012/08/20120817134805.html#ixzz26GyqNSLW>

## Los medios y las campañas

### Muchas fuentes de noticias

Los estadounidenses obtienen las noticias de las campañas electorales a partir de los programas informativos en televisión, programas de humor, sitios web y muchas otras fuentes, además de los periódicos diarios de su localidad.

"La gente todavía lee el periódico", dijo Larry Parnell, profesor de la Universidad de George Washington, en Washington, "pero para un análisis reflexivo, no para las noticias de última hora, porque eso ya se consigue en el móvil". Puede que Parnell exagere un poco (un estudio dice que el 27 por ciento de los estadounidenses recibe las noticias en sus teléfonos móviles u otros dispositivos móviles). Sin embargo, sus comentarios apuntan a los cambios que se han producido en los medios de comunicación y el papel que desempeñan estos en la vida política estadounidense.

Los fundadores de Estados Unidos establecieron la libertad de prensa como derecho fundamental cuando aprobaron la Primera Enmienda de la Constitución de Estados Unidos. Hay una cita famosa de Thomas Jefferson: "Si me tocara a mí decidir si deberíamos tener un gobierno sin periódicos o periódicos sin

gobierno, no dudaría ni por un instante en optar por lo segundo".

En su mejor momento, en las últimas décadas los medios de comunicación han representado el interés público en el sistema político, informando a los ciudadanos sobre el gobierno y la política y exponiendo los desaciertos y las malas conductas.

### Cambios a lo largo de las décadas

Pero en los albores de la historia del país, los periódicos eran a menudo abiertamente, e incluso salvajemente partidistas. Fue en el siglo XIX cuando el ideal de una información equilibrada y objetiva se fue arraigando poco a poco. Algunos periódicos publicaban los textos de los largos discursos de campaña de los candidatos presidenciales, como Abraham Lincoln, y la gente los leía con entusiasmo.

Con el inicio de las transmisiones de radio en la década de 1920, el público pudo acceder de manera más inmediata a las noticias políticas. El advenimiento de la televisión después de la Segunda Guerra Mundial permitió a la población estadounidense ser testigo de la evolución de los acontecimientos políticos desde la comodidad de sus propios hogares.

# U.S. Elections

Media and Campaigns

U.S. Department of State  
Bureau of International Information Programs



Para 1952 las principales cadenas de televisión ya retransmitían a todo el país las convenciones nacionales que se celebran cada cuatro años, donde los partidos Demócrata y Republicano eligen a sus candidatos presidenciales.

Desde hace ya varias décadas, los principales medios de prensa y televisión asignan a sus mejores periodistas y cámaras a acompañar a los principales candidatos a la presidencia durante más de un año de campaña.

Los políticos desean la atención de los medios de comunicación y casi todos los actos de campaña se eligen con el propósito de obtener la máxima cobertura mediática. Sin embargo, los bloggers o los videógrafos con cámara en mano también pueden seguir a los candidatos, pillarles desprevenidos y elaborar informes que muchos ciudadanos leen o miran.

## En Internet y en televisión

Los ciudadanos se enfrentan a una cantidad abrumadora de fuentes de información: las cadenas de noticias en televisión las 24 horas al día, las noticias locales, los programas de entrevistas en radio y televisión, los sitios web de noticias y los blog de ciudadanos periodistas.

Los sitios de noticias que existen sólo o sobre todo en la web, como por ejemplo *Huffington Post*, *Daily Beast* y *Politico*, atraen a millones de lectores con noticias originales. *Huffington Post* ha elaborado una plataforma llamada *OffTheBus* solo para periodistas ciudadanos que presentan noticias locales sobre las elecciones de 2012.

Volviendo a las andadas de los inicios de la república, algunos periodistas ya ni pretenden aspirar a la objetividad periodística. Las organizaciones de noticias y sitios de noticias en la web que deliberadamente inclinan su cobertura a puntos de vista más conservadores, como por ejemplo Fox News, o más progresis-

tas, como por ejemplo MSNBC, le han quitado parte de la audiencia a sus competidores tradicionales.

Con la finalidad de ofrecer información rápida y algún análisis, algunos grandes periódicos han agregado blogs, como por ejemplo *The Caucus* en el *New York Times* y *The Fix* en el *Washington Post*. Pero según dijo la experiodista Jodi Enda en la revista académica *American Journalism Review*, sus colegas se debaten ante la necesidad de presentar fragmentos de información lo más rápida y frecuentemente posible para satisfacer las demandas de los medios sociales y electrónicos.

"Lamentan la pérdida de tiempo para realizar informes que ahonden en los detalles", dijo Enda, "que vayan más allá del suceso del día para desenterrar los tesoros profundos que realmente nos dicen algo instructivo, algo fundamentalmente importante, sobre los hombres y mujeres que lleguen a ser presidente".

## Las noticias como entretenimiento

Algunos electores, especialmente los más jóvenes, ahora obtienen su información política sobre todo de programas diarios de humor en televisión como *The Daily Show* con Jon Stewart o *The Colbert Report* con Stephen Colbert. Otros aprenden sobre los candidatos a partir de las bromas que cuentan los presentadores de programas de entrevistas como Jay Leno y David Letterman.

Por tanto, los candidatos se dirigen allá donde estén los votantes. Durante su campaña electoral de 1992 para la presidencia, el candidato demócrata Bill Clinton, ofreció una famosa aparición en el programa de televisión *Arsenio Hall Show* tocando la canción "Heartbreak Hotel" en el saxofón. Desde entonces, los políticos se han presentado como invitados en los programas de entrevistas, hecho calculado por sus campañas.

La tecnología ha cambiado el sistema según el cual sólo unas cuantas fuentes proporcionaban las noticias. Howard Fineman, director editorial del *Huffington Post*, escribió que los periodistas de los principales medios de información se han aislado cuando solo se suben y bajan del autobús o el avión de campaña de un candidato para cubrir los numerosos actos programados.

De esa manera, se han perdido gran parte de la historia, aconsejó a los futuros periodistas ciudadanos. "Podría decirse que

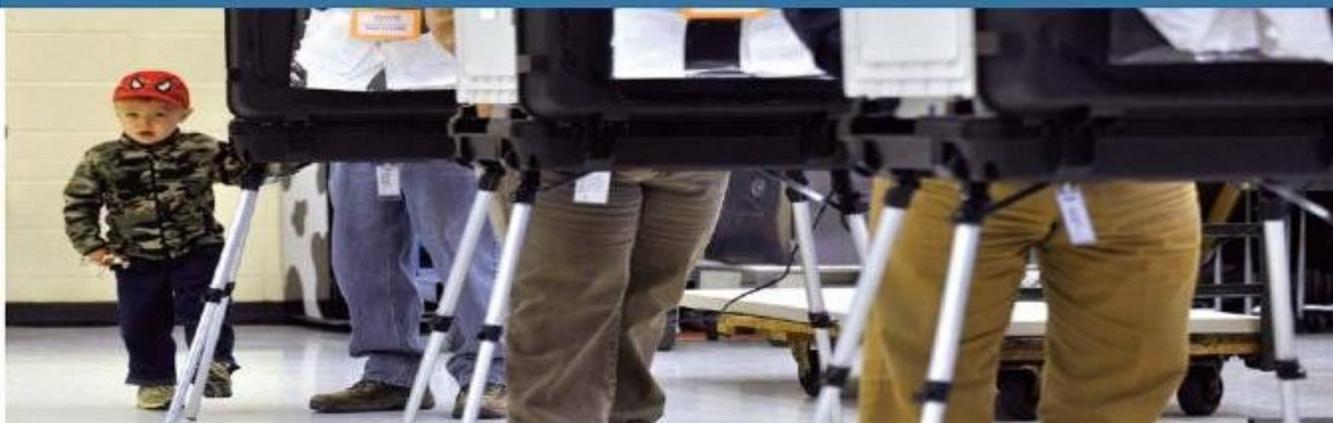
nadie puede observar a Estados Unidos mejor que las personas que, desde un principio, nunca se suben a [ese] vehículo; es decir, todos ustedes", dijo Fineman.

Distribuido por Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de EE.UU. 19 de julio de 2012.

sitio web: <http://iipdigital.usembassy.gov/st/spanish/pamphlet/2012/08/20120816134756.html#ixzz26GzqU7xb>

## Democracia en acción

### Election Day: Democracy in Action



#### ELECCIONES EN ESTADOS UNIDOS

Washington – Brillantes globos sobrevolando por un mar de carteles de colores, altavoces que emiten música y anuncios ensordecedores, personas con sombreros y camisas llenas de lemas distribuyendo volantes, pegatinas y adornos. En Estados Unidos el día de las elecciones suele llegar vestido de carnaval, listo para atraer la atención e incentivar a los votantes.

El día empieza temprano el martes después del primer lunes de noviembre en aldeas, pueblos y ciudades en todo Estados Unidos, cuando miles de voluntarios se levantarán antes del amanecer para ayudar durante las elecciones. Algunos se reunirán en torno a sus oficinas de la campaña, deseando recoger volantes, panfletos y carteles que distribuirán en los locales electorales con la esperanza de influir en las decisiones de los votantes.

Otros irán directamente a las cafeterías escolares, a los gimnasios y a los centros comunitarios que sirven como locales electorales para ayudar a comprobar las listas de votantes, ajustar las máquinas de votar y asegurar que las elecciones se llevan a cabo de acuerdo con las leyes y reglamentos aplicables.

Para estos dedicados voluntarios, el día de las elecciones es la

culminación de meses de arduo trabajo, en que los voluntarios de todas las edades y entornos disfrutan de la algarabía y caos ocasional que produce la democracia en acción.

#### LOS VOLUNTARIOS SON ESENCIALES PARA LAS CAMPAÑAS POLÍTICAS

La participación de un trabajador en la campaña puede haber empezado con un artículo en el periódico, una llamada de ayuda a un grupo comunitario o un sindicato laboral, o un encuentro inesperado con un candidato. Puede haber sido un tema con el que la persona se identifica lo que le haya impulsado a darle a un candidato algo más que un voto en el día de las elecciones.

Cualquiera que sea la razón que les impulsó a participar en un principio, estos voluntarios, la mayoría trabajan sin cobrar, donan su tiempo y experiencia para informar, educar y animar a otros votantes a apoyar a candidatos en particular, a partidos políticos o determinados temas.

Su participación es esencial en el proceso electoral en Estados Unidos. La mayoría de las organizaciones políticas en Estados Unidos se apoyan en gran parte en los voluntarios que trabajan sin cobrar y organizan efectivas campañas. Ambos partidos

reclutan voluntarios activamente a niveles local, estatal y nacional. Los trabajadores de las campañas llevan a cabo una variedad de tareas:

- “Repartir panfletos” – Consiste en distribuir a mano los folletos sobre los candidatos en las residencias de los votantes. Los voluntarios son asignados a zonas determinadas.
- “Recorridos” – Consiste en ir de puerta en puerta para hablar con los votantes.
- “Envíos por correo” – Se trata del envío de folletos a las residencias de los votantes. Los voluntarios preparan los materiales, doblan las cartas, llenan los sobres, sellan y ponen las direcciones en los sobres.
- “Maratón telefónico” – Los voluntarios hacen cientos, o a veces miles, de llamadas telefónicas a los posibles votantes promoviendo candidatos y animando a la participación en las elecciones.

Meses antes de la elección, los voluntarios empiezan a distribuir los carteles para que los votantes los pongan en sus ventanas o jardines y a distribuir panfletos en las paradas de los autobuses y metros. Asisten a concentraciones y actos de recaudación de fondos, luciendo camisetas con los lemas de la campaña y despliegan banderines y pegatinas en sus vehículos – para demostrar el apoyo por los candidatos que han decidido apoyar.

El día de las elecciones los voluntarios distribuyen folletos e información en los locales electorales y sirven como testigos de su partido y de la conducta legal durante el voto. Una larga jornada de trabajo (en ocasiones más de 12 horas en los centros de voto) que culmina con la ansiosa espera de la fiesta de la “victoria”, hasta que los resultados sobre su candidato, pierda o gane, sean anunciados.

#### **LA IMPORTANCIA DE LOS VOLUNTARIOS NO PARTIDISTA**

Muchos de los voluntarios que trabajan en el día de las elecciones toman una posición no partidista a propósito e intentan trabajar para educar, más que para influir en los votantes.

Los miembros de la Liga de Mujeres Votantes, organización política no partidista establecida en 1920, se dedican a mejorar el gobierno y ensalzar la política pública por medio de la educación ciudadana. La organización se describe a sí misma como “una organización de base, que trabaja a niveles local, estatal y nacional” en Estados Unidos y sus territorios. Estrictamente no partidista, ni apoya ni se opone a los candidatos a las elecciones para ningún nivel de gobierno y actúa como una respetada parte neutral en actos políticos tales como los debates de los candidatos. Algunos de sus miembros también actúan como funcionarios electorales.

Cada local electoral en Estados Unidos se apoya en los funcionarios electorales para asegurar una votación justa y en orden, para proteger los derechos de los votantes y para hacer cumplir las leyes y reglamentos sobre el voto. Los requisitos de los funcionarios electorales varían de estado a estado, pero todos exigen que estos estén registrados para votar. Los estados prohíben que los candidatos a puestos en la elección así como los miembros de sus familias actúen como funcionarios electorales.

Los funcionarios electorales asisten a un cursillo de formación antes del día de las elecciones para familiarizarse tanto con los procedimientos como con la maquinaria de votar. Aprenden a ayudar a los votantes sin influir, interferir o entrometerse en su derecho a votar libre y secretamente. Sobre todo, los funcionarios electorales deben ser imparciales. No pueden promover a un candidato específico y no pueden llevar o desplegar ningún símbolo que anuncie a un candidato o a un partido político.

Para el miércoles después de la elección, se habrán bajado los estandartes, los carteles se quitarán, los decorados de una activa época de campaña se guardarán, y los voluntarios volverán a sus rutinas habituales y sus nuevos líderes electos empezarán a gobernar. Y en oficinas por todo el país, empezarán los planes para las próximas elecciones.



Judy Wittkop. ©AP Images

Distribuido por la Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de EE.UU. 1ro de octubre de 2012

Sitio web: <http://iipdigital.usembassy.gov/st/spanish/pamphlet/2012/10/20121001136869.html#ixzz284y3slQx>

## Las elecciones para el Congreso



Terri Sewell (dcha.), celebra su elección en noviembre de 2010 en la que obtuvo un escaño en la Cámara de Representantes por el estado de Alabama.

Las elecciones para el Congreso de Estados Unidos pueden ser tan competitivas e importantes como las del presidente. Esto se explica por el papel medular que ese órgano desempeña en la elaboración de leyes.

A diferencia de los sistemas parlamentarios, donde el jefe del ejecutivo proviene del parlamento, en el sistema estadounidense se mantiene a la legislatura al margen de la presidencia, como ya se ha dicho. Los presidentes y los legisladores son elegidos por separado. Si bien un presidente en funciones puede proponer leyes al Congreso, éstas deben ser redactadas por sus aliados dentro de esa institución y luego tienen que ser aprobadas por el Congreso antes de ser devueltas al presidente para que las firme. La Cámara y el Senado son legal y políticamente independientes de la voluntad del presidente.

Dentro del Congreso, la disciplina partidista es menos estricta en el sistema estadounidense que en los sistemas parlamentarios. Es muy fácil que los miembros del Congreso voten las políticas como les plazca e incluso que lo hagan del modo que más les convenga para promover su propia reelección. A causa de esto, los líderes del Congreso tienen que formar una coalición ganadora, reclutando uno por uno a los congresistas, porque no pueden contar con el apoyo automático que les brindaría un partido altamente disciplinado. A causa de esto, una victoria legislativa en el Congreso nunca es fácil de obtener. Así, las

elecciones al Congreso son importantes para el país porque esa institución es poderosa y difícil de predecir, y lo mismo se aplica a cada uno de sus miembros.

### Las diferencias entre la Cámara y el Senado

La Cámara y el Senado tienen prácticamente el mismo poder, pero sus medios de elección son muy distintos. Los fundadores de Estados Unidos desearon que los miembros de la Cámara de Representantes estuvieran cerca del público para expresar los deseos y las ambiciones de éste. Por ello los fundadores planearon una Cámara relativamente numerosa que incluyera a muchos miembros de distritos legislativos pequeños, y elecciones frecuentes (cada dos años). Al principio, algunos pensaron que un período de dos años era demasiado largo. En la época en que el medio de transporte era el caballo, un período de dos años en Washington podía mantener a un congresista alejado de sus electores durante dos años. Hoy, la preocupación es que las elecciones cada dos años obliguen a los congresistas a regresar a sus distritos en avión todos los fines de semana para reforzar su base de apoyo político.



Los oponentes Cory Gardener (izda.) y Betsy Markey participan en un debate en octubre de 2010 por un escaño del estado de Colorado en la Cámara de Representantes.

Cada escaño de la Cámara representa un electorado geográfico único y, como se dijo antes, cada miembro es elegido como único representante de ese distrito según la regla de pluralidad. Cada uno de los 50 estados tiene asegurado por lo menos un asiento en la Cámara y los demás escaños son asignados a los estados según su población. Alaska, por ejemplo, tiene muy poca población y por lo tanto sólo tiene un asiento en la Cámara. California es el estado más poblado y cuenta con 53 escaños. Después de cada censo decenal, el número de escaños que se asignan a un estado se vuelve a calcular para tomar en los

límites de los distritos del Congreso dentro del estado para reflejar los cambios registrados en el número de asientos asignados a ese estado o los cambios demográficos en el mismo.

El Senado fue diseñado de modo que sus miembros representen a un electorado numeroso (el de todo el estado) y para que cada estado tenga la misma representación en ese órgano, sin importar cuál sea su población. Así, los estados pequeños tienen tanta influencia en el Senado como los estados grandes (dos senadores).

Al principio, los senadores eran seleccionados por las legislaturas estatales. No fue sino hasta la promulgación de la decimoséptima enmienda a la Constitución en 1913 que los senadores empezaron a ser elegidos directamente por los votantes de sus estados. Cada estado tiene dos senadores elegidos para servir en períodos escalonados de seis años, y un tercio de los asientos del Senado son objeto de reelección cada dos años. Cada senador es escogido por pluralidad de votos del electorado de su estado.

### La lealtad al partido o a la persona

En el pasado, las elecciones al Congreso tendían a estar "centradas en el partido", porque muchos votantes profesaban una lealtad duradera a uno u otro partido político y tendían a votar con un criterio partidista para integrar el Congreso. La personalidad y el desempeño individual de los funcionarios eran sólo un factor marginal que se sumaba o restaba al apoyo del votante. En los últimos decenios, los puntos de vista y la personalidad de los candidatos han llegado a ser un factor más importante para la política electoral y en cierto modo le han restado importancia a la lealtad al partido.

De hecho, desde la década de 1960, las elecciones nacionales se han enfocado cada vez más en los candidatos. El auge de los medios informativos e Internet, el poder de las campañas agre-

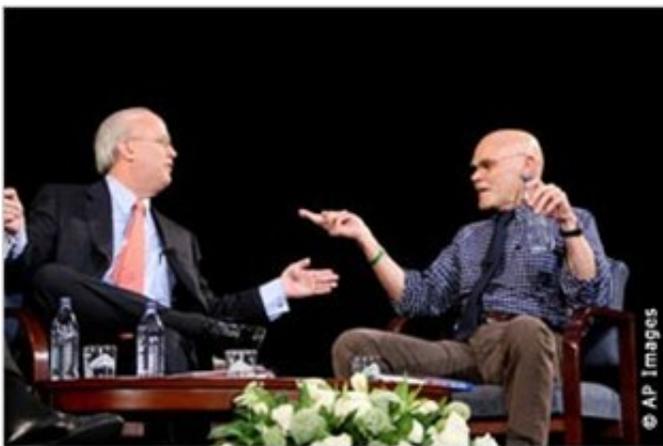
sivas para la recaudación de fondos, las constantes encuestas de opinión y otros aspectos de las campañas modernas han hecho que el votante preste más atención a los candidatos como individuos. En consecuencia, para decidir a quién va a apoyar, el votante tiende a ponderar las fortalezas y debilidades de cada candidato, junto con su propia lealtad al partido. La instauración de la educación pública en forma generalizada a principios del siglo XX, y de la educación superior después de la Segunda Guerra Mundial, ha hecho también que el votante confíe más en su propio criterio y dependa menos de las sugerencias de los partidos al elegir entre las opciones electorales.

En este contexto de elecciones centradas en los candidatos, los miembros del Congreso en funciones resultan muy favorecidos y, en efecto, los índices de reelección son de mucho más de 90 por ciento. Esto se debe, en parte, a la cobertura que ofrecen los medios informativos sobre el Congreso, a menudo anodina, y en particular a la cobertura de sus miembros en los medios de comunicación locales de sus respectivos estados o distritos del Congreso. Con esta exposición generalmente favorable en los medios y su participación diaria en cuestiones de política pública y con individuos y grupos que intentan influir en su política, los políticos que ocupan el cargo suelen recaudar mayores sumas de dinero para sus campañas. Por éstas y otras razones, los contendientes que pretenden la reelección tienen buenas probabilidades de ganar, no importa a qué partido pertenezcan.

Distribuido por la Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de EE.UU. 4 de enero de 2012

Sitio web: <http://iipdigital.usembassy.gov/st/spanish/publication/2012/01/20120117091615x0.7279278.html#ixzz295OQB9PK>

## Encuestas y expertos



Expertos políticos, el republicano Karl Rove (izda.) y el demócrata James Carville, participan en un programa en Nueva York, en mayo de 2009.

Aunque no son parte integral de las reglas y las leyes que rigen la política electoral, las encuestas de opinión pública han llegado a ser un factor esencial del proceso electoral en las últimas décadas. Muchos candidatos políticos contratan compañías encuestadoras y realizan encuestas frecuentes. Esos sondeos les informan cómo los percibe la gente en relación con sus competidores, y qué temas son más importantes en la mente de los votantes. Los medios informativos (los periódicos y la televisión) realizan también encuestas de opinión pública y las publican (junto con los resultados de las encuestas privadas) para que los ciudadanos se formen una idea de cómo se comparan sus preferencias en cuanto a candidatos, problemas y políticas, en relación con las preferencias de otras personas.

Hace cincuenta años, sólo una o dos grandes organizaciones dominaban el rubro de las encuestas de la opinión pública.

Hoy, en esta época de noticias al instante, Internet y canales de noticias por cable las 24 horas del día, muchas fuentes anuncian con regularidad los resultados de esas encuestas.

### **Las encuestas a lo largo de la historia**

Por ahora, el incesante sondeo de la opinión pública por encuestadores privados competentes ha llegado a ser común para todos los candidatos y para los funcionarios gubernamentales de alto nivel, como el presidente, que desean saber en qué dirección soplan los vientos de la política. No obstante, las encuestas independientes comisionadas por medios informativos han sido las más típicas en la historia de Estados Unidos.

Aún cuando la primera encuesta política fue realizada en 1824 por el periódico local de Harrisburg (Pensilvania), las encuestas independientes no fueron un elemento esencial de la cobertura de las campañas políticas en los medios de información antes de la década de 1930. En la década de 1970, las tres principales cadenas de televisión del país que difunden noticias (ABC, CBS y NBC) ya publicaban sus propias encuestas sobre las contiendas presidenciales, y más tarde sobre las contiendas estatales importantes para elegir gobernador, y para los miembros el Congreso de Estados Unidos.

Las encuestas de opinión modernas, como las que se realizan en nombre de una cadena de noticias por televisión y un periódico asociado (p. ej. CBS y New York Times; ABC y Washington Post; NBC y Wall St. Journal), son frecuentes y permiten seguir el rastro de la opinión pública en torno a los candidatos y los problemas cada semana o todos los días. Su diseño es idóneo para favorecer la neutralidad e independencia. Durante décadas las encuestas políticas independientes han presentado una visión objetiva de las contiendas electorales, una evaluación de las fortalezas y las debilidades de cada candidato, y un examen de los grupos demográficos que apoyan a cada uno. Esas encuestas independientes brindan a reporteros y redactores la posibilidad de elaborar y publicar evaluaciones equitativas de la situación de las campañas y dan a los votantes una visión más clara del panorama político.

### **Tamaño y composición de la muestra**

A veces se realizan encuestas de un día para otro a raíz de algún acontecimiento importante, como el discurso anual del presidente sobre el Estado de la Unión o algún debate entre candidatos a cargos políticos. Es frecuente que esas encuestas se lleven a cabo en el curso de una noche para ser publicadas sin dilación al día siguiente, a partir de una muestra de sólo 500 adultos en todo el país.

Si bien esas encuestas "relámpago" permiten formarse con rapidez una idea de la reacción del público, algunos expertos creen que una muestra de 500 ciudadanos es demasiado pequeña para hacer un sondeo serio en una nación de más de 300 millo-

nes de personas. Muchos profesionales prefieren interrogar a 1.000 adultos por lo menos para tener una muestra representativa de toda la población. Hasta las más escrupulosas encuestas están abiertas a la interpretación y hay muchos ejemplos de candidatos que han saltado de una relativa oscuridad a una gran popularidad, en contra de las tendencias que las primeras encuestas sugerían.

Las encuestas tempranas pueden ofrecer un cúmulo de datos y no sólo muestran qué candidatos son los punteros en la contienda. Pueden revelar el grado de interés que despiertan los problemas actuales y retratar el ánimo general del público. Como dijo un encuestador: "Las encuestas sólo le agregan ciencia a lo que los candidatos ven y lo que la multitud siente, ya sea satisfacción, resentimiento, indignación, frustración, confianza o incluso desaliento". Por lo tanto, los resultados de las encuestas privadas y públicas ayudan a los candidatos a determinar cuál es el mensaje óptimo en el que deben hacer énfasis al abordar en público los problemas de actualidad.

### **Encuestas a pie de urna**

Las encuestas a pie de urna (las que realizan las cadenas de televisión entrevistando a los votantes que salen de los centros de votación) han sido un factor esencial en las elecciones en Estados Unidos desde la década de 1970. También se puede decir que son los sondeos más controvertidos porque dan elementos a las cadenas de TV para predecir una victoria en las elecciones, basándose en entrevistas con las personas que acaban de votar. Las encuestas a pie de urna fueron especialmente nocivas en la elección presidencial de 2000 en este país, cuando las cadenas de televisión las utilizaron erróneamente para elaborar no una sino dos proyecciones incorrectas de quién había sido elegido como ganador por los votantes en Florida. La presión de ser el primero en publicar una proyección fue más fuerte que la presión de hacerlo bien.

Sin embargo, cuando se usan con propiedad, las encuestas a pie de urna pueden ser una herramienta vital para los encuestadores, la prensa y los académicos. Por encima y más allá de su uso cuestionable para proyectar quiénes serán los ganadores desde temprano el día de la elección, brindan a expertos y científicos políticos detalles valiosos de cómo han votado ciertos grupos demográficos específicos y las razones que han expresado para votar así.

Distribuido por la Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de EE.UU. 4 de enero de 2012

Sitio web: <http://iipdigital.usembassy.gov/st/spanish/publication/2012/01/20120117090252x0.9191662.html#ixzz295Q5P6FE>

## La financiación de las campañas



Uno de los candidatos republicanos a la presidencia, Rick Perry, gobernador de Texas, asiste a un acto de recaudación de fondos en Iowa en septiembre de 2011.

La ley federal dicta de qué manera los candidatos a los puestos federales de presidente, senador y representante, y algunos de sus aliados políticos, pueden recaudar fondos, quiénes pueden aportar éstos y en qué cantidades pueden hacerlo. Las leyes sobre la financiación de campañas federales son independientes de las leyes estatales que rigen las elecciones para cargos estatales y locales.

En el sistema estadounidense, los candidatos a la presidencia recaudan cientos de millones de dólares para hacer campañas dirigidas a un país con más de 100 millones de votantes. Aún cuando en muchos casos la recaudación de fondos proviene de fuentes privadas, el proceso por el cual se reúne y se gasta el dinero está exhaustivamente reglamentado.

Un candidato a la presidencia debe establecer una organización de campaña que se conoce como su comité político. Éste debe tener un tesorero y obtener su registro en la Comisión Federal de Elecciones (FEC). A pesar de su nombre, la FEC sólo supervisa y aplica las leyes de financiación de las campañas pero en realidad no dirige las elecciones. (El proceso de registrar votantes, organizar la emisión de sufragios y contar los votos es responsabilidad de funcionarios electorales estatales y locales).

En la FEC se registran comités políticos de varios tipos. Además

de los candidatos, los partidos políticos deben registrar sus propios comités en ese organismo. Lo que es más, cualquier grupo de ciudadanos particulares puede formar un comité político.

Una vez registrados, los comités políticos ya pueden empezar a recaudar fondos para las campañas. Es preciso informar a la FEC sobre esos fondos y también sobre los gastos, ya sea mensual o trimestralmente. Los informes pueden presentarse electrónicamente y están disponibles para el público en el sitio web de la FEC [[www.fec.gov](http://www.fec.gov)]. Muchas organizaciones privadas tienen también sitios web para quien desee estar al tanto de las contribuciones que reciben y los gastos que realizan los candidatos, los partidos políticos y los comités de acción política (PAC). El propósito de ello es que la prensa y los votantes puedan saber con más facilidad qué grupos aportan dinero a los distintos candidatos y para las diversas causas. Hay límites legales en cuanto a las sumas que los ciudadanos individuales y los comités individuales pueden aportar para los candidatos que favorezcan. Por lo tanto, un candidato a la presidencia que desee reunir cientos de millones de dólares para su campaña tiene que atraer a miles de contribuyentes.

En 2010, una controvertida decisión del Tribunal Supremo cambió drásticamente la ley de financiación de las campañas. Antes de la sentencia la ley prohibía a las empresas y a los sindicatos laborales gastar dinero directamente para apoyar u oponerse a candidatos a la presidencia o al Congreso. Grupos de individuos tenían permitido establecer fondos segregados separados en lo que se conoce como Comités de Acción Política (PAC) para hacer contribuciones a partidos políticos o campañas de candidatos sin utilizar fondos de la tesorería de las empresas o del sindicato laboral. A causa de la sentencia, las empresas y los sindicatos laborales pueden gastar directamente cantidades ilimitadas de dinero para elegir o derrotar candidatos siempre y cuando no lo hagan en concierto con las organizaciones de campaña de los candidatos.



Voluntarios de la campaña de Obama trabajan haciendo llamadas en la sede local de Filadelfia en mayo de 2011.

recaudar fondos. Un candidato a la Cámara de Representantes tendrá como centro de esas actividades su distrito específico del

Congreso, mientras que un candidato al Senado tendrá que abarcar todo el territorio de su estado. (En el caso de miembros del Congreso y senadores, sus eventos para recaudar fondos los pueden realizar también en otros lugares, como en Washington, D.C.). Los candidatos a la presidencia tienen la agobiante tarea de organizar sus campañas para las primarias en cada uno de los estados, y más tarde, si resultan nominados, desarrollar su campaña para la elección general en todo el país.

### La financiación pública

Desde 1976, los candidatos a la presidencia están autorizados para participar en un sistema de financiación pública. Antes de las elecciones de 2000, todos los candidatos nominados para la presidencia participaban en ese sistema aceptando fondos del gobierno a cambio de la promesa de no gastar más que una suma específica. Sin embargo, este sistema les pareció cada vez menos atractivo a los candidatos porque consideraban que los límites en él impuestos eran demasiado bajos, e inferiores a las sumas que los candidatos importantes a menudo pueden fácilmente recaudar de fuentes privadas. Por esa razón, muchos candidatos fuertes han optado por renunciar a los fondos públicos.

Los gastos aumentan invariablemente de una elección a la siguiente. Además de los candidatos, los partidos políticos, los PAC y otros grupos de interés gastarán dinero para influir en las elecciones. Por ejemplo, una innovación reciente en la canalización de fondos para las elecciones es la "organización política 527", llamada así para aludir a una sección del código fiscal de Estados Unidos. Esos grupos se organizan sobre todo con la finalidad de influir en la selección, nominación, elección o designación de individuos para un cargo público federal, estatal o local. Las organizaciones políticas 527, como *MoveOn* y *Swiftboat Veterans for Truth*, no están reguladas ni por la Comisión Federal de Elecciones ni por comisiones electorales estatales, y

tampoco están sujetas a los mismos límites que los PAC en las aportaciones. Los detractores de esos grupos y otros similares afirman desde hace tiempo que los elevados gastos que se realizan en las elecciones de Estados Unidos combinados con la dependencia de fuentes privadas para obtener fondos, evocan el espectro de una influencia indebida de patrocinadores ricos y de grupos de interés poderosos sobre la política pública.

Las reformas propuestas han suscitado la oposición de quienes calculan que los gastos en las elecciones son proporcionales al costo de los bienes y los servicios en la economía actual. Al respecto, los gastos para las elecciones se consideran como el precio que una democracia debe pagar para tener contiendas electorales, y que las grandes sumas que los grupos de interés aportan y gastan son la expresión contemporánea del viejo pluralismo estadounidense. Es difícil demostrar una relación específica entre los donativos de grupos de interés y la política del gobierno. Los tribunales se han preguntado también si la imposición de más restricciones a las donaciones y los gastos de las campañas pueden limitar indebidamente el derecho de los donantes a la libre expresión en la arena política, protegido por la Constitución. En vista de los enormes gastos que las campañas modernas implican, ciertos individuos sumamente ricos financian sus propias campañas para ocupar cargos públicos y ninguna regla lo prohíbe. A veces ganan y a veces pierden.

Distribuido por la Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de EE.UU. 4 de enero de 2012.

Sitio web: <http://iipdigital.usembassy.gov/st/spanish/publication/2012/01/20120117085634x0.3367382.html#ixzz295RSMkwY>

## El Colegio Electoral

Un Colegio Electoral es el grupo de ciudadanos designados por los estados para emitir votos por el presidente y vicepresidente en nombre de los ciudadanos de su estado. El proceso para seleccionar a los electores varía de estado a estado, pero generalmente los partidos nombran a los electores en convenciones estatales del partido o por voto del comité central del partido. Al votar por presidente y vicepresidente, los votantes de cada estado, escogen a los electores en el día de la elección general.

El sistema de colegio electoral da a cada estado el mismo número de votos electorales que los congresistas que tiene. Al Distrito de Columbia se le asignan tres votos electorales. Hay un total de 538 votos en el Colegio Electoral; un candidato a presidente debe obtener 270 para ganar (una mayoría simple). Todos los estados con excepción de dos tienen un sistema en que el ganador se lleva todos los votos, en el que al candidato

que obtiene la mayoría de votos populares en el estado se le asignan todos los votos electorales del estado.

Los electores generalmente se reúnen en sus capitales estatales en diciembre para votar. Los votos electorales se envían entonces a Washington, donde son contados en presencia de una sesión conjunta del Congreso en enero.

Si ningún candidato a la presidencia gana una mayoría de los votos electorales, la 12ª enmienda a la Constitución dispone que la elección presidencial la decida la Cámara de Representantes. En tales situaciones, la Cámara selecciona al presidente por voto de mayoría, escogiendo entre los tres candidatos que recibieron el mayor número de votos electorales. Cada estado emite un voto.

## Candidatos a la Presidencia y Vicepresidencia en el 2012



### Barack Obama

Barack Obama, con su biografía insólita y su exitosa campaña para llegar a la presidencia de Estados Unidos, ha inaugurado un nuevo capítulo en la política de este país.

Nacido en Honolulu, Estados Unidos, 4 de agosto de 1961) es el cuadragésimo cuarto y actual presidente de los Estados Unidos de América. Obama fue senador por el estado de Illinois desde el 3 de enero de 2005 hasta su renuncia el 16 de noviembre de 2008. Además, es el quinto legislador afroamericano en el Senado de los Estados Unidos, tercero desde la era de reconstrucción. También fue el primer candidato afroamericano del Partido Demócrata y es el primero en ejercer el cargo presidencial.

El presidente Obama, el primer afro-estadounidense que ocupa la presidencia de Estados Unidos, llega con una biografía que no se parece a la de ninguno de los mandatarios anteriores de este país. Con su carácter bi-racial, hijo de padre keniano y madre blanca procedente del Medio Oeste de Estados Unidos, Obama adquirió prominencia nacional con su muy bien recibido discurso principal en la Convención Nacional Demócrata en 2004, el mismo año en el que fue elegido para el Senado de EE.UU. por el estado de Illinois. Sólo habían pasado cuatro años cuando subió a la cumbre, en un territorio atestado de grandes personajes demócratas, hasta conquistar la candidatura de su partido para la Casa Blanca y luego ganar la elección presidencial contra el candidato republicano, el senador John McCain.

Distribuido por la Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de EE.UU.

Sitio web: <http://www.america.gov/st/pubs-spanish/2007/February/20070201171703ahwg0.9203913.html>



### Mitt Romney

Mitt Romney nació en Detroit el 12 de marzo de 1947.

Mitt no es un típico político. Él ha pasado la mayor parte de su vida en el sector privado, investigando a fondo como funciona nuestra economía. Pero él también ha sido un servidor público excepcional. En un capítulo de su distinguida carrera, él cambió radicalmente el declive de un estado enredado en una recesión. En otro capítulo, él rescató a los Juegos Olímpicos de Invierno de 2002 de un desastre seguro.

Cuando Mitt fue electo Gobernador de Massachusetts en 2002, el estado estaba en una grave crisis, el presupuesto estaba en números rojos, los gastos incrementaban y a los contribuyentes se les estaba requiriendo que pagaran más y más impuestos por cada vez menos servicios. El estado de la economía estaba en picada, con los negocios recortando inversiones e incluso hasta cerrando, el desempleo subiendo. Mitt tomó decisiones difíciles que pusieron los gastos estatales bajo control. Él reestructuró y consolidó programas gubernamentales, haciendo cortes necesarios y encontrando eficiencias en todas partes.

Enfrentando una legislatura estatal dominada por los Demócratas, Mitt emitió más de 800 vetos, trayendo principios conservadores al gobierno estatal. Él recortó los trámites burocráticos para las pequeñas empresas, promocionó incentivos que crearon trabajos y luchó arduamente para traer nuevas empresas al estado. Mitt eliminó un déficit de \$3 mil millones sin préstamos y sin aumentar los impuestos. En 2007, al final de su término como gobernador, el estado había acumulado en sus cofres un fondo de \$2 mil millones para los tiempos difíciles. Esta rigurosa disciplina fiscal fue algo esencial para la recuperación económica. Cuando Mitt llegó a la gobernación, el estado estaba perdiendo empleos cada mes. Cuando él dejó la gobernación, la economía estaba generando miles de trabajos nuevos.

**Continúa en página 18**

### Continuación de Mitt Romney...

Con muy poco tiempo, él renovó el liderazgo de la organización, recortó el presupuesto y restableció la confianza pública. Él supervisó una movilización de seguridad sin precedentes para resguardar la seguridad de los atletas y los millones de visitantes internacionales, montando uno de los juegos más exitosos que se hayan llevado a cabo en los Estados Unidos.

Las impresionantes habilidades de Mitt no aparecieron de la nada, ya que él comenzó su carrera en los negocios.

Después de graduarse de la Universidad Brigham Young en 1971, Mitt obtuvo un título doble - tanto de la Facultad de Derecho de Harvard, como de la Facultad de Administración de Em-

presas de Harvard. Después de trabajar como asesor de negocios durante varios años, Mitt fundó la empresa de inversión Bain Capital en 1984. Bajo su liderazgo, Bain Capital ayudó a lanzar y reconstruir cientos de compañías, incluyendo reconocidos nombres como Staples, Bright Horizons y The Sports Authority. Mientras Bain Capital crecía en prominencia, Mitt regresó a su antigua empresa de inversión, Bain & Company, como CEO. En un tiempo de dificultades financieras en la compañía, él lideró un cambio exitoso.

Fuente: Learn about Mitt / Acerca de Mitt

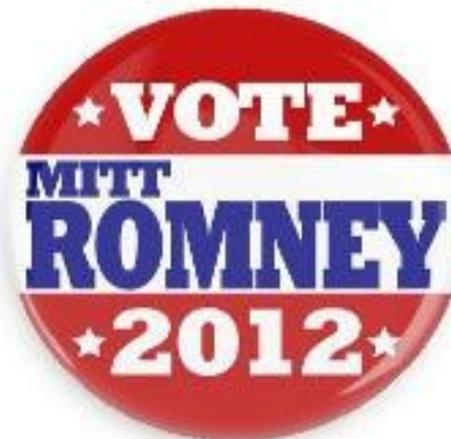
Sitio web: <http://www.mittromney.com/es/acerca-de-mitt>



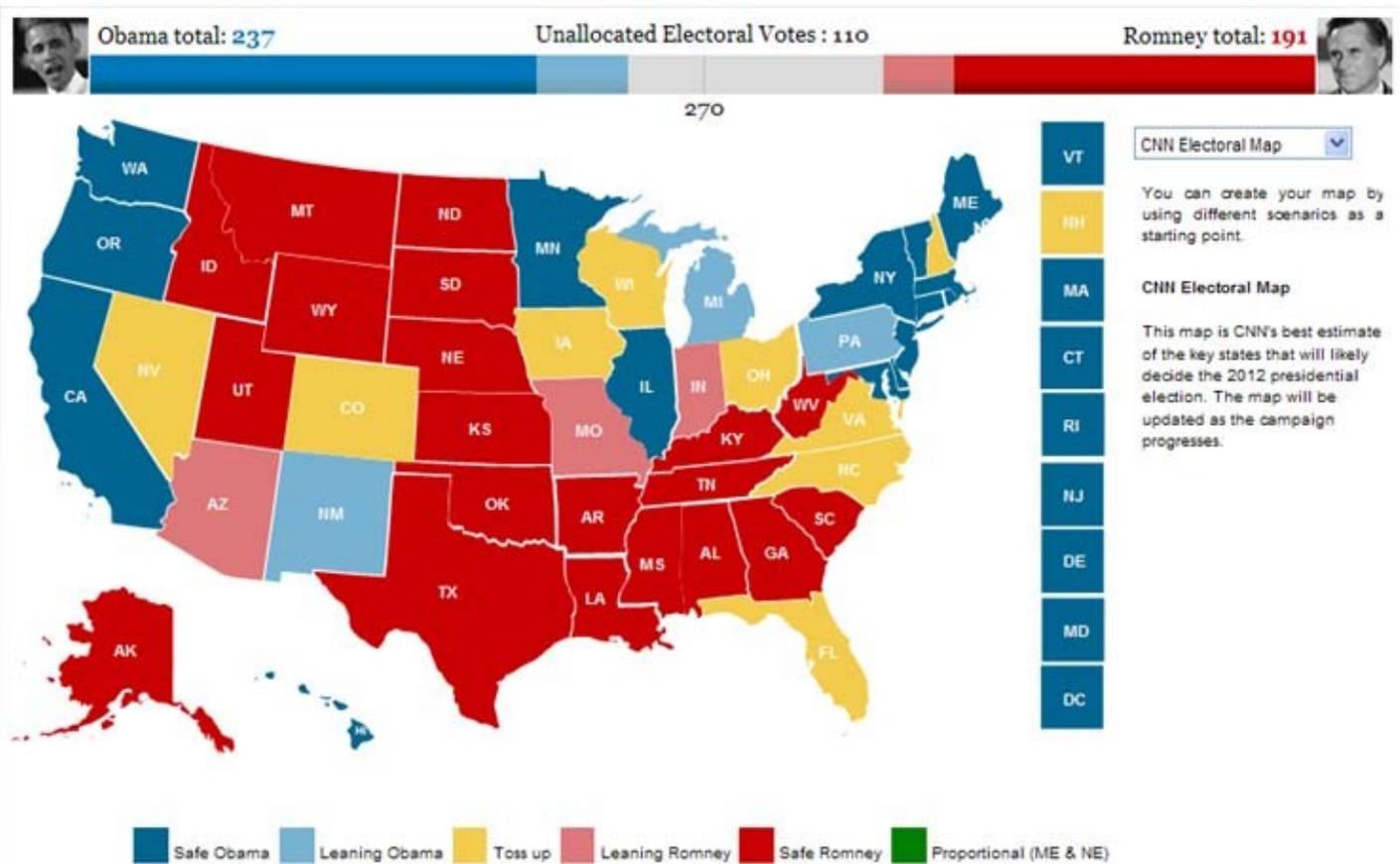
Barack Obama, candidato demócrata para Presidente de EE.UU (izquierda) y Joe Biden, candidato demócrata para Vice-Presidente (derecha)



Mitt Romney, del estado de Massachusetts, candidato republicano para Presidente de EE.UU (izquierda) y Paul Ryan, del estado de Wisconsin, candidato republicano para Vice-Presidente (derecha)



# Mapa de los votos electorales



**Numero total de votos del colegio electoral: 538**

**Total necesario para ganar: 270**

Fuente: CNN

Sitio web: <http://www.cnn.com/election/2012/ecalculator/#?battleground>

El **Centro de Recursos Informativos (CRI)** de la Sección de Intereses de los EE.UU. en La Habana es un centro de referencia que provee información actualizada sobre diferentes aspectos de los Estados Unidos, Cuba y temas internacionales, así como ofrece acceso gratuito a Internet al público en general. Igualmente, ofrece clases de computación e Internet a nivel básico para aquellas personas que desean ser usuarios de nuestros Centros de Internet y no poseen las habilidades necesarias para trabajar de forma independiente.

El **CRI** incluye dos centros de acceso público, el **Centro Abraham Lincoln** y el **Centro Eleanor Roosevelt**, los cuales están disponibles a cualquier cubano que solicite nuestros servicios.



## Centro de Recursos Informativos

**Centro Eleanor Roosevelt** - Teléfonos: 833-35-51 al 59

**Centro Lincoln** - Teléfono: 835-0118

**Oficina de Prensa y Cultura**

**Sección de Intereses de los EE.UU. en La Habana**

**Dirección:** Calzada e/ L y M, Vedado

**Correo electrónico:** [HavanaPrensaY Cultura@gmail.com](mailto:HavanaPrensaY Cultura@gmail.com)

**Sitio web:** <http://spanish.havana.usint.gov/>

**Twitter:** <http://twitter.com/#!/USIntHavana>