Boletín Informativo de la Embajada de los Estados Unidos - Panamá

Febrero 2008

LA LARGA CAMPAÑA:

ELECCIONES 2008 EN ESTADOS UNIDOS

Sección Informativa y Cultural
Centro de Recursos Informativos Amador Washington
Edificio 783, Avenida Demetrio Basilio Lakas, Clayton
Tel: 207-7100 / Fax: 207-7363

Volumen 12, número 10

Programas de Información Internacional:

Coordinador	Jeremy F. Curtin
Editor ejecutivo	Jonathan Margolis

Director creativo	George Clack
Editor en jefe	Richard W. Huckaby
Editor gerente	Anita N. Green
Gerente de producción	Christian Larson
Ayudante de gerente de producción	Sylvia Scott
Producción Web	Janine Perry
Editora	Rosalie Targonski
Editora de fotografía	Maggie J. Sliker
Diseño portada	Timothy Brown
Especialista en consulta	Anita N. Green

Imagen de portada:
Padre e hijo en Ohio utilizan una máquina electrónica de votar en la elección de 2006. ©AP Images/Amy Sancetta

La Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de Estado de Estados Unidos publica un periódico electrónico mensual bajo el logotipo *eJournal USA*. Estos periódicos examinan asuntos principales que afectan a Estados Unidos y a la comunidad internacional, así como a la sociedad, los valores, el pensamiento y las instituciones estadounidenses.

Cada nuevo periódico se publica mensualmente en inglés, y lo siguen, versiones en francés, portugués, ruso y español. Algunas ediciones seleccionadas aparecen también en árabe, chino, y persa. Cada periódico está catalogado por volumen y número.

Las opiniones expresadas en los periódicos no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas del gobierno de Estados Unidos. El Departamento de Estado de Estados Unidos no asume responsabilidad por el contenido y acceso constante a los sitios en Internet relacionados con los periódicos electrónicos; tal responsabilidad recae enteramente en quienes publican esos sitios. Los artículos, fotografías e ilustraciones del periódico pueden reproducirse y traducirse fuera de Estados Unidos, a menos que incluyan restricciones específicas de derechos de autor, en cuyo caso debe solicitarse autorización a los propietarios de derechos de autor mencionados en el periódico.

La Oficina de Programas de Información Internacional mantiene números actuales y anteriores en varios formatos electrónicos, así como también una lista de los próximos periódicos, en *http://usinfo.state.gov/pub/ejournalusa/spanish.html*. Se agradece cualquier comentario en la embajada local de Estados Unidos o en las oficinas editoriales:
Editor, eJournal USA

IIP/PUBJ
U.S. Department of State
301 4th Street, SW
Washington, DC 20547
United States of America
E-mail: eJournalUSA@state.gov

Acerca de este número

En una verdadera democracia la gente puede estar en desacuerdo. Al entrar en el ciclo electoral del año 2008 veremos candidatos, votantes, encuestas y expertos que están de acuerdo y en desacuerdo con todo y con todos. ¿Eligen los votantes al presidente por sus cualidades de liderazgo o en función de los asuntos que les preocupan? ¿Funciona el sistema del Colegio Electoral o debería cambiarse de sistema? ¿Significan algo las encuestas políticas en los meses previos a la elección?

Mucho antes de las elecciones de 2008, la campaña electoral ya está en camino, los candidatos presidenciales ya han celebrado varios debates, los anuncios de las campañas están por todas partes, y los resultados de las encuestas se mencionan con frecuencia. En las elecciones de 2008 los votantes estadounidenses tendrán la oportunidad de votar por el presidente y el vicepresidente, representantes en el Congreso, funcionarios estatales y locales y por otras iniciativas incluidas en la papeleta de votación. Hay mucho en juego. Como varios autores ponen de manifiesto en este periódico electrónico, ésta es la primera elección en 80 años en la que ni el presidente ni el vicepresidente en el cargo se presentan a las elecciones. Los expertos políticos Charlie Cook y Jerry Hagstrom aclaran la escena. En un campo muy abierto, con 18 candidatos presidenciales en el momento en que este periódico electrónico se imprime, nadie se atreve a predecir un ganador.

La elección presidencial es sólo una parte de la historia. En el sistema estadounidense de división del gobierno, el resultado de las elecciones al Congreso determinará el éxito del próximo presidente para llevar a cabo sus planes. L. Sandy Maisel, profesor de administración pública, describe el papel del Congreso y el posible impacto de las elecciones al mismo.

El encuestador político demócrata Daniel Gotoff nos dice lo que las encuestas de opinión revelan acerca de las actitudes de los votantes con respecto a la elección de 2008 y el modo en que los temas de actualidad candentes pueden afectar el ciclo electoral. El encuestados político republicano Kellyanne Conway observa el voto de la mujer, su importancia en la próxima elección y los asuntos que le preocupan.

Tres expertos comparten sus puntos de vista sobre el papel de los medios de comunicación en las campañas electorales. Jim Dickenson, reportero político del *Washington Post* durante mucho tiempo, ofrece un relato en primera persona de un día en la vida de un periodista que cubre las elecciones. El genio de Internet Andy Carvin describe cómo el periodismo ciudadano, las bitácoras o *blogs*, las recaudaciones de fondos por Internet y las redes sociales electrónicas han afectado el proceso político y por lo tanto no pueden ser ignorados en el ciclo electoral de 2008. El encuestador político John Zogby habla sobre el valor de la información adquirida por medio de las encuestas de opinión pública.

Finalmente, observaremos el proceso. ¿Es el sistema electoral estadounidense perfecto? Desde luego que no, ningún sistema es perfecto. Jan Witold Baran describe la legislación diseñada para corregir los problemas relacionados con la financiación de las campañas. El Colegio Electoral, el sistema de votar estado por estado por el cual se elige al presidente de Estados Unidos, ha sido debatido durante toda su historia. Los expertos Ross K. Baker y Jamie Raskin presentan argumentos en favor y en contra de la utilidad del sistema. Paul S. DeGregorio, ex presidente de la Comisión de Asistencia Electoral de Estados Unidos, habla sobre el esfuerzo para mejorar los procesos electorales en los estados.

¿Cuál es la historia de las elecciones estadounidenses de 2008? La elección es un punto de partida nuevo, una oportunidad para que los votantes acudan a las urnas y voten según sus opiniones. El sistema electoral es un proceso que continúa, pero los estadounidenses pueden entrar a Internet, y de hecho lo hacen, para organizarse, registrarse para votar, donar a sus candidatos, celebrar meriendas para conocer al candidato, convertirse en observadores o jueces de las elecciones locales y trabajar activamente de muchas maneras para hacer que el sistema funcione mejor.

Los editores

DEPARTAMENTO DE ESTADO DE LOS ESTADOS UNIDOS / OCTUBRE 2007 / VOLUMEN 12 / NÚMERO 10
http://usinfo.state.gov/pub/ejournalusa/spanish.html

LA LARGA CAMPAÑA: ELECCIONES 2008 EN ESTADOS UNIDOS

4 Internet está cambiando el campo de juego
ANDY CARVIN, EX DIRECTOR, DIGITAL DIVIDE NETWORK
Candidatos políticos y ciudadanos particulares utilizan tecnología en línea para influir en los votantes de forma innovadora.

8 La nueva tecnología electoral: ¿Problema o solución?
PAUL S. DEGREGORIO, EX PRESIDENTE, COMISIÓN DE ASISTENCIA ELECTORAL DE ESTADOS UNIDOS
A medida que los sistemas de votación electrónica se hacen más comunes para administrar las elecciones, las democracias deben garantizar que todos los ciudadanos puedan votar de manera libre, fácil y segura.

12 Votar por primera vez
REBECCA ZEIFMAN, OFICINA DE PROGRAMAS DE INFORMACIÓN INTERNACIONAL DEL DEPARTAMENTO DE ESADOS UNIDOS
Dos jóvenes estadounidenses hablan sobre su primera votación y lo que significó para ellas.

14 Las elecciones al Congreso
L. SANDY MAISEL, PROFESOR DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, COLEGIO UNIVERSITARIO COLBY, WATERVILLE, MAINE
El Congreso, la rama legislativa del gobierno de Estados Unidos, comparte la autoridad para tomar decisiones con el presidente y los resultados de las elecciones al Congreso son importantes para la elaboración de políticas en Estados Unidos.

17 El nuevo elector estadounidense
DANIEL GOTOFF, LAKE RESEARCH PARTNERS, WASHINGTON, D.C.
Encuestas recientes revelan las preocupaciones, creencias y sentimientos de los ciudadanos estadounidenses; a medida que se acerca la elección de 2008, los resultados indican que los estadounidenses quieren un cambio.

20 El voto femenino en Estados Unidos
KELLYANNE CONWAY, PRESIDENTA Y DIRECTORA EJECUTIVA, THE POLLING COMPANY,™INC., WASHINGTON, D.C.
Las mujeres representan más de la mitad del electorado estadounidense y pueden influir significativamente en los resultados de las elecciones. Contrario a algunas opiniones, las encuestas muestran que a la mujer le importan una variedad de asuntos.

24 La cobertura de la campaña presidencial vista desde el autobús de la prensa
JIM DICKENSON, PERIODISTA POLÍTICO, *THE WASHINGTON POST*
Un reportero con mucha experiencia describe la vida en la carretera con un candidato presidencial que hace campaña, lo que incluye ponerse en ruta a las 6 de la mañana y presentar informes a las 11 de la noche.

28 Las encuestas políticas: ¿Se puede prescindir de ellas?
JOHN ZOGBY, PRESIDENTE, ZOGBY INTERNATIONAL, WASHINGTON, D.C.
Las encuestas revelan mucho más que quiénes son los candidatos a la cabeza a la hora de recibir los votos de los ciudadanos, también nos dan a conocer en los valores y preocupaciones de los votantes sobre temas de actualidad.

31 Un nuevo comienzo
ENTREVISTA CON CHARLIE COOK, DIRECTOR Y EDITOR, *THE COOK POLITICAL REPORT*, Y JERRY HAGSTROM, EDITOR CONTRIBUYENTE, *THE NATIONAL JOURNAL*
Dos expertos políticos discuten los aspectos únicos de la elección presidencial de 2008 en Estados Unidos.

36 Financiación de las elecciones del año 2008 en Estados Unidos
JAN WITOLD BARAN, SOCIO, WILEY REIN LLP, WASHINGTON, D.C.
La Comisión Federal de Elecciones reglamenta estrictamente la recaudación y gasto de dinero de las campañas políticas y los candidatos deben decidir el mejor modo de utilizar los fondos disponibles así como si aceptarán financiación pública o no.

40 ¿Ha excedido su vida útil el Colegio Electoral?
Dos estudiosos debaten los puntos a favor y en contra del Colegio Electoral, el sistema mediante el cual cada estado nombra electores que eligen al presidente de Estados Unidos.

El Colegio Electoral todavía es útil en el siglo XXI
ROSS K. BAKER, PROFESOR DE CIENCIAS POLÍTICAS, UNIVERSIDAD DE RUTGERS, NEW BRUNSWICK, NUEVA JERSEY

Utilicemos el Colegio Electoral para darle a Estados Unidos un voto nacional popular para elegir el presidente.
JAMIE RASKIN, SENADOR POR EL ESTADO DE MARYLAND Y PROFESOR DE DERECHO CONSTITUTIONAL, *AMERICAN UNIVERSITY*, WASHINGTON, D.C.

46 Bibliografía (en inglés)

47 Recursos de Internet (en inglés)

Vídeos en Internet (en inglés)

• *A Fresh Start*
An IIP Video Conversation with Charlie Cook and Jerry Hagstrom

• *Local Governments Conduct All Elections in U.S.*
VOA News Video

• *Presidential Candidates Show New Diversity*
VOA News Video

• *Where Do Rural People Fit Into the 2008 Election?*
A Center for Rural Strategies video
(Used With Permission)

http://usinfo.state.gov/journals/itdhr/1007/ijds/ijds1007.htm

Internet está cambiando el campo de juego

Andy Carvin

© AP Images/Charles Dharapak

Los aspirantes presidenciales demócratas Mike Gravel, Chris Dodd, John Edwards, Hillary Clinton, Barack Obama, Bill Richardson, Joseph Biden y Dennis Kucinich escuchan una pregunta del reverendo Reggie Longcrier de Hickory, Carolina del Norte, durante su participación en el debate patrocinado por CNN, YouTube y Google en el colegio militar The Citadel en Charleston, Carolina del Sur, en julio de 2007.

Internet ha revolucionado las comunicaciones durante la última década, uniendo a la gente para todo tipo de propósitos que se pueda imaginar. El autor examina varias innovaciones en línea que han surgido en la arena política y el uso de la tecnología por parte de los candidatos y – de manera aún más creativa – por parte de los ciudadanos para influir en los votantes. Andy Carvin es el ex director de Digital Divide Network [http://www.digitaldivide.net] *y escribe un blog llamado Learning.now para el Servicio Público de Televisión* [http://www.pbs.org].

Las elecciones generales de 2008 en Estados Unidos serán sin duda un momento crucial en la historia de la nación, pero no necesariamente debido a un candidato o política en particular. Como ya ha ocurrido en recientes ciclos electorales, Internet ha llegado a ser una herramienta política poderosa para hacer campaña, recaudar fondos y facilitar la participación cívica. Lo que hace a este ciclo electoral tan interesante en particular, sin embargo, es que muchas de las innovaciones que tienen lugar no las hacen las campañas o los políticos sino el mismo público estadounidense.

El acceso a Internet no es en ningún caso un fenómeno nuevo en Estados Unidos. Desde mediados de la década de 1990, millones de estadounidenses han adquirido acceso a Internet y destrezas tecnológicas, ya sea en el hogar, en el trabajo o en la escuela. Según un informe del Proyecto Pew de Internet y Vida Estadounidense de junio de 2007, el 71 por ciento de todos los adultos estadounidenses tenían acceso a Internet desde el hogar, mientras que casi el 50 por ciento de los adultos tenía acceso por medio de banda ancha de alta velocidad.

De la misma manera, la vasta mayoría de las escuelas públicas y bibliotecas se encuentran conectadas en línea. Todavía hay brechas en cuanto al acceso y la pericia entre sectores de la población con carencias, particularmente en lo que se refiere a educación y niveles de ingreso, así como entre los ancianos, personas discapacitadas y minorías étnicas, pero la tendencia general de la última década

ha sido de un aumento importante de la penetración de Internet.

Cuando el público estadounidense comenzó a entrar en línea, la mayoría del contenido disponible en Internet era producido por profesionales o gente con experiencia tecnológica. La publicación en línea exigía como requisito previo destrezas tecnológicas, así como la capacidad de producir grandes cantidades de contenido de alta calidad. En particular, se consideraba que el audio y el vídeo en línea pertenecían generalmente al dominio de los grandes medios de prensa.

Esto no significa, sin embargo, que Internet careciera de contenido producido por el público. A partir de fines de la década de 1990 una cantidad creciente de personas comenzó a publicar sus propios diarios personales, bitácoras o "*web logs*" sobre las ocurrencias de su vida diaria. Algunas eran interesantes, aunque muchas no lo eran. Pero la idea de los *web logs*, o *blogs*, despertó el interés suficiente en algunos programadores en línea para que comenzaran a diseñar herramientas para facilitar la tarea de cualquiera que quisiera publicar textos en línea. Este fenómeno desarrolló rápidamente su propia terminología, en la cual los términos "Web 2.0" y "medios sociales" son algunas de las maneras más comunes de describir estas tendencias.

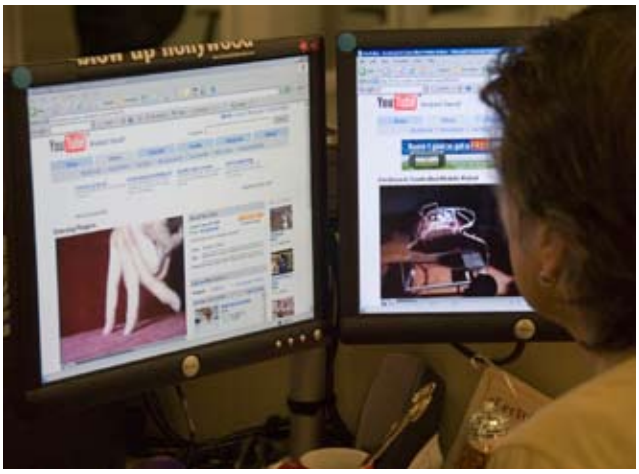
COMUNIDADES VIRTUALES

Un número creciente de usuarios de Internet también comenzó a participar en comunidades en línea. Estas comunidades no eran un fenómeno nuevo en ningún caso – los grupos de correo electrónico y de comunidades de tablones de anuncios y boletines en línea existen desde la década de 1970 – pero a medida que el uso de Internet se hizo más común, los tipos de grupos que se formaron en línea también se hicieron más comunes. En vez de estar dominada por grupos orientados hacia la tecnología, la gente comenzó a formar agrupaciones en línea en torno a comunidades geográficas, como ciudades o vecindarios, así como comunidades de interés, como pasatiempos o asociaciones profesionales.

Hacia comienzos del 2000, la actividad de bitácora había levantado vuelo con fuerza, con miles de personas que creaban sus propios *blogs*. En cuestión de años esos miles llegarían a ser millones. No pasó mucho tiempo hasta que algunas personas comenzaran a publicar diarios en torno a cuestiones políticas. Pronto los *bloggers* o comentaristas en línea empezaron a alentar a sus partidarios sobre causas políticas o candidatos con los que simpatizaban. También comenzaron a usar herramientas de la comunidad en línea para coordinar su interacción.

Uno de los ejemplos mejor conocidos de estas comunidades populares en línea, "*netroots*" o redes populares, como también se conocen, es el de la campaña presidencial de Howard Dean en 2004. Dean, considerado previamente por la prensa y los expertos como un candidato de tercera línea, despertó enorme apoyo en línea mediante el uso de bitácoras, campañas masivas de correo electrónico y discusiones comunitarias en línea. Pronto Dean recibió apoyo político, incluso contribuciones de campaña, de miles de personas de todas partes del país. A medida que aumentaba su presencia en línea, las organizaciones de prensa tradicionales comenzaron también a cubrir más sus actividades, tomando nota de su popularidad en las redes cibernéticas y de su éxito en la recaudación de contribuciones. Casi de la nada, surgió como una fuerza política a la que había que tener en cuenta. Aunque al final perdió la candidatura presidencial del Partido Demócrata, sus técnicas de organización en línea que tuvieron tanto éxito ayudaron a desarrollar una infraestructura en línea de activistas liberales preparados para movilizarse en apoyo de otras causas.

Otras campañas de redes populares antecedieron a la campaña de Dean y siguen hasta el día de hoy. Por ejemplo, los fundadores de una compañía de desarrollo de programas de computadora en el área de San Francisco comenzaron enviando mensajes de correo electrónico a amigos y colegas en 1997, instándoles a que exigieran de sus funcionarios elegidos que se pusiera fin al proceso de juicio político contra el entonces presidente Bill Clinton y que se siguiera adelante (*move on*) con otras cuestiones políticas. La campaña tuvo tanto eco que sus amigos y colegas comenzaron a pasar los mensajes de correo electrónico a otras personas. Con el tiempo, la pequeña campaña se estructuró como una organización de política pública actual dedicada a causas progresistas, en particular a terminar la guerra en Iraq. MoveOn.org es en la actualidad uno de los comités de acción política más poderosos en Estados Unidos, con millones de usuarios de Internet que participan en sus campañas políticas mediante el uso del correo electrónico.



© AP Images/Cameron Bloch

YouTube, un servicio para compartir vídeo en Internet, está desempeñando una función en la política de Estados Unidos.

© AP Images/Lauren Burke

En la Convención Nacional Demócrata se instaló una sección especial para los bloggers cerca del área de periodistas de prensa y televisión. La "Avenida de los Blogers" cubrió la convención nacional política en directo por primera vez en Boston, Massachusetts, en 2004.

CGU y las redes sociales

Al llegar las elecciones presidenciales de 2006, hubo dos tendencias de Internet nuevas que ofrecieron ejemplos de lo que estaba por venir durante el ciclo de 2008. Primero, hemos presenciado una explosión de lo que se describe como "contenido generado por el usuario" o CGU. El CGU es esencialmente cualquier tipo de material en línea producido por aficionados, incluso texto, fotos, audio y vídeo. Un ejemplo de CGU conocido internacionalmente es la grabación de la ejecución de Saddam Hussein, hecha con un teléfono portátil. Aunque el gobierno iraquí dio a conocer un vídeo oficial documentando los preparativos de la ejecución, el que acaparó los titulares en todo el mundo fue el contenido generado por el usuario, grabado por una persona que presenciaba la ejecución.

No hay escasez de contenido generado por el usuario en Internet, gracias a sitios web que se especializan en compartir contenido multimedia, como *YouTube* (para vídeo) y *Flickr* (para fotografía). Según el estudio publicado en 2006 por el Proyecto Pew de Internet y Vida Estadounidense, aproximadamente 40 millones de estadounidenses han publicado alguna forma de CGU en línea, mientras que uno de cada siete usuarios de Internet en Estados Unidos mantenían un blog.

Durante el ciclo electoral de 2006 ningún incidente capturó el poder del CGU más que el llamado "momento macaca".

Durante su campaña para la reelección el senador George Allen, de Virginia, fue seguido regularmente por un joven llamado S.R. Sidarth, quien trabajaba para la campaña de su rival, Jim Webb. La función de Sidarth era registrar las presentaciones públicas de Allen en vídeo, a fin de grabar todo lo que dijera públicamente, en caso de que pudiera usarlo la campaña de Webb. Durante una visita de la campaña en agosto de ese año, Allen reconoció públicamente la presencia de Sidarth a los participantes en el acto, refiriéndose dos veces a Sidarth como "macaca". Sidarth, quien es de origen indio, publicó el vídeo con los comentarios de Allen en *YouTube* y en otros sitios de la Red, donde pronto fue visto por cientos de miles de usuarios de Internet. Rápidamente el vídeo pasó a ser un incidente importante de la campaña, cuando Allen tuvo que defenderse de acusaciones de que la palabra "macaca", que denomina a un género de primate, fue utilizada de modo derogatorio en cuanto a una raza. Allen pidió disculpas y sostuvo que, para él, la palabra no tenía ningún sentido insultante. Más tarde en noviembre Allen perdió su reelección por una votación muy reñida y muchos comentaristas especularon que el contenido generado por el usuario grabado por Sidarth tuvo influencia en la derrota de Allen por Jim Webb.

El contenido generado por el usuario probablemente nunca habría llegado a ser una fuerza importante en la política en línea si no hubiera sido por una segunda tendencia importante: el crecimiento de las redes sociales en línea. Las comunidades en línea existen desde los primeros días de Internet. Pero en los últimos siete años el número y tamaño de las comunidades en línea han crecido significativamente con la mejora de la tecnología y al ser más fácil para los usuarios cargar su contenido e interactuar entre ellos. Sitios como *MySpace* y *Facebook* se expandieron de comunidades reducidas usadas por adolescentes y estudiantes universitarios a poderosos sitios en línea con decenas de millones de miembros. Según un informe de julio de 2007 realizado por Ipsos, Inc., el 24 por ciento de los usuarios estadounidenses de Internet habían participado en una red social durante el mes previo, mientras que una tercera parte de todos los usuarios en línea habían descargado vídeo. Los candidatos durante los comicios de 2006 aprovecharon estas tendencias creando semblanzas personales en línea en los principales sitios de interacción social, mientras que algunos también cargaron anuncios de campaña y otros materiales multimedia.

© AP Images/Charles Dharapak

El entonces Director de Comunicaciones de la Casa Blanca, Dan Barlett, participa en una sesión de chateo en línea en directo desde la Casa Blanca en 2003, comunicándose directamente con ciudadanos estadounidenses.

Innovaciones en línea para 2008

El ciclo electoral 2006 fue sólo una muestra de lo que podríamos ver para 2008. Desde la campaña electoral previa, los posibles candidatos comenzaron a llevar la interacción social más adelante al crear redes sociales dedicadas específicamente para sus campañas. Los aspirantes demócratas Barack Obama y John Edwards en particular se han destacado con sus grandes redes sociales, y utilizan estos instrumentos para entusiasmar a sus partidarios y, desde luego, atraer contribuciones a los cofres de sus campañas.

Los aspirantes de ambos partidos políticos principales han adoptado el vídeo en línea como una manera natural de interactuar con sus bases de apoyo, algunos de ellos llegando tan lejos como a anunciar su candidatura mediante un vídeo por Internet.

De la misma manera en que los candidatos han comenzado a crear sus propias redes sociales, se observa ahora una tendencia completamente nueva en la que miembros del público también están creando las suyas, atrayendo a personas que piensan de manera parecida con respecto a los intereses políticos que comparten. Las redes sociales hechas por uno mismo no se conocían siquiera en el otoño de 2006, pero en el breve tiempo transcurrido desde entonces, herramientas en línea como Ning.com hacen posible que cualquiera arme una red social orientada hacia temas de su interés. Ahora los individuos, así como las campañas que comienzan con recursos financieros limitados, pueden usar estas herramientas para forjar la base de una red popular.

También ha surgido el desarrollo reciente de redes sociales que se concentran específicamente en la recaudación de fondos. Una de las más interesantes es un sitio llamado Change.org. El sitio fue fundado originalmente para permitir que las personas se congregaran en torno a causas caritativas pero ahora la red social ha rediseñado su estructura para permitir que la gente se junte en apoyo de causas o candidatos políticos. Por ejemplo, un grupo de activistas del derecho a poseer armas de fuego puede usar el sitio para formar un comité de acción política informal y recaudar fondos en apoyo de candidatos que estén de acuerdo con sus posiciones políticas. Si el candidato no ha sido escogido todavía, Change.org puede mantener el dinero en una cuenta hasta que el partido político pertinente lo designe, y cuando el candidato reciba oficialmente el dinero de estos activistas en línea, su rival recibe una carta diciendo que el otro candidato recibió el dinero de Change.org, informándole que hay ciudadanos que están recaudando fondos en su contra debido a su posición con respecto al tema.

En suma, aunque la campaña de 2008 todavía tiene que correr su curso, hay una cosa cierta: Internet ha cambiado para siempre la manera en que los candidatos y el electorado de Estados Unidos interactúan unos con otros. No sólo los candidatos principales pueden tener éxito en recaudar fondos, y los candidatos ya no pueden controlar completamente su mensaje. La gente ha adoptado las herramientas Web 2.0 para hacer oír su voz; ahora es sólo cuestión de ver cuan bien la escuchan los candidatos. ■

Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas del gobierno de Estados Unidos.

La nueva tecnología electoral: Problema o solución?

Paul S. DeGregorio

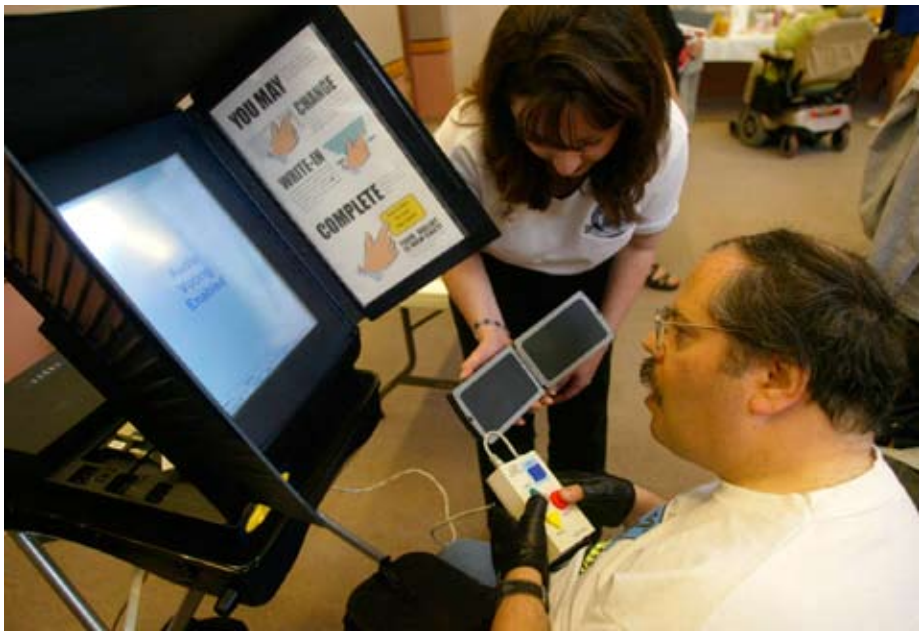
© AP Images/Rajesh Kumar Singh

En la India, un funcionario electoral verifica el funcionamiento de las máquinas electorales electrónicas antes de los comicios de mayo de 2007.

Al igual que otras muchas democracias, Estados Unidos está considerando la necesidad de mejorar su proceso electoral para asegurar que todos los ciudadanos puedan votar libremente, con facilidad y seguridad. Un experto en elecciones describe las medidas que ha adoptado el gobierno de Estados Unidos para facilitar la votación a lo largo y a lo ancho del país y se refiere a las promesas y los problemas de los sistemas de voto electrónicos, ahora que la tecnología está pasando a ser un elemento principal de la administración de las elecciones. Paul S. DeGregorio, ex presidente de la Comisión de Asistencia Electoral de Estados Unidos, ha trabajado durante 22 años como experto en elecciones en más de 20 países.

En el curso de los últimos diez años, el proceso electoral ha absorbido la atención del mundo. Muchos países, ricos y pobres, desarrollados y no tan desarrollados, están utilizando nuevas tecnologías para elegir a sus dirigentes. En la India, la mayor democracia del mundo, los electores emiten su voto mediante una tecnología consistente en pulsar un botón, mientras que en Haití, el país más pobre del Hemisferio occidental, presentan una tarjeta de identidad con su fotografía y huella dactilar al retirar su papeleta. De hecho, en Estonia (E-stonia, nombre por el que prefieren ser conocidos) los electores pueden ahora usar una tarjeta inteligente para emitir su voto por Internet desde cualquier lugar del mundo.

En los Estados Unidos, más de 90 por ciento de los votos se emiten o cuentan electrónicamente. Todos los centros de voto están obligados por ley a disponer de un dispositivo de votación que permita a las personas con discapacidades votar en privado e independientemente. Así pues, un votante ciego puede ponerse audífonos y tocar una pantalla o pulsar botones para emitir su voto — en privado. Estados Unidos es el único país del mundo donde existe este requisito.



© AP Images/Home News Tribune/Keith Muccilli

Con arreglo a la Ley de ayuda a Estados Unidos a votar, la nueva tecnología ayuda a los electores con discapacidades a emitir su voto.

Los votantes con otras necesidades especiales, como aquellos para los que el inglés no es su primer idioma, también se benefician de esta nueva tecnología. En el condado de Los Ángeles, en California, las papeletas electorales se emiten en ocho idiomas. Es obvio que las nuevas tecnologías pueden ser de gran ayuda para los votantes con discapacidades físicas o dificultades con el idioma.

La mayoría de estas nuevas tecnologías electorales se han venido utilizando en los últimos 10 años, y cada año es mayor el número de países que introduce nuevos métodos para hacer el voto accesible a todos los sectores de la sociedad.

¿Contribuyen estas tecnologías a mejorar el acceso a las urnas y a evitar el bajo número de electores que acuden a ellas? ¿Ofrecen garantías a todos los sectores de la población? ¿O presentan nuevos problemas y dan una ventaja injusta a determinados votantes? Estas son cuestiones importantes que se están debatiendo ahora en los distintos países y en la comunidad internacional.

La mejora del proceso electoral en Estados Unidos

El proceso electoral de los Estados Unidos fue seguido con un interés desbordante, tanto dentro como fuera del país, a raíz de las elecciones presidenciales del año 2000, cuando, durante un período de seis semanas, nadie sabía con seguridad quién había ganado la presidencia. Términos como papelillos "colgantes", "obsoletos" y "con hoyuelos" entraron a formar parte del léxico mundial. La administración electoral de los Estados Unidos ha recorrido un largo camino desde aquel acontecimiento trascendental. En 2002, el Congreso de Estados Unidos promulgó la histórica *Ley ayuda a Estados Unidos a votar*, conocida como HAVA por sus siglas en inglés, en virtud de la cual, por primera vez, el gobierno federal prestaba considerable asistencia a los 50 estados, al Distrito de Columbia y a los territorios de estadounidenses para mejorar el proceso electoral. De hecho, se han promulgado más leyes y reglamentos electorales en Estados Unidos en los últimos siete años que en los anteriores 200 años de su historia.

De manera bastante similar a los Países Bajos, Inglaterra, Japón y varios otros países, en Estados Unidos todas las elecciones son locales; es decir, que están administradas por funcionarios locales, que toman la mayor parte de las decisiones sobre el método que utilizarán los votantes de su jurisdicción para emitir su voto. HAVA otorgó a los funcionarios electorales estatales más autoridad para supervisar y regular a las entidades locales. En la mayoría de los estados un secretario de estado, funcionario del estado elegido en un programa de un partido, es la autoridad electoral principal. En unos pocos estados, entre ellos Nueva York e Illinois, una junta electoral bipartidista supervisa el proceso electoral. Estados Unidos es el único país donde 70 por ciento de las autoridades electorales locales son elegidas de modo partidista, con títulos como secretario del condado, interventor del condado y supervisor de elecciones. Cada cuatro años los electores exigen a estos funcionarios que rindan cuentas.

La Ley ayuda a Estados Unidos a votar estableció un organismo federal, la Comisión de Asistencia Electoral (EAC), como centro nacional de la administración de elecciones y, por primera vez en la historia del país, se asignaron más de tres mil millones de dólares en fondos federales para la mejora del proceso electoral. La EAC [http://www.eac.gov], que inició su labor a finales de 2003, es un órgano integrado por cuatro miembros, dos republicanos y dos demócratas, nombrados por el presidente y confirmados por el Senado de Estados Unidos. Yo fui uno de los primeros miembros de la EAC, y su presidente en 2006.

Además de distribuir fondos, la EAC estableció nuevas normas para el uso de tecnología en las votaciones, normas que están siguiendo atentamente otros países. Junto con el Instituto Nacional de Ciencia y Tecnología [http://www.vote.nist.gov], la EAC dictó nuevas e importantes directrices sobre sistemas de votación basadas en factores humanos y de seguridad. Estas directrices están ayudando a los estados a velar por la integridad y utilidad de los dispositivos electrónicos utilizados por millones de votantes en cada elección. La EAC ha dirigido su atención asimismo al aspecto administrativo de la tecnología para votar y está elaborando importantes documentos para ayudar a los funcionarios electorales en la gestión de los importantes elementos de los sistemas electrónicos de votación, incluidas las pruebas lógicas y de precisión. En fechas recientes, el Consejo de Europa [http://www.coe.int] también ha puesto en marcha un proyecto destinado a instituir normas similares para los sistemas electrónicos de votación, en vista de que muchos países europeos están empezando a utilizar dispositivos electrónicos en las elecciones.

Tal vez una de las tareas más arduas de todos los funcionarios electorales sea la formación de trabajadores de los centros de voto y votantes sobre nuevas tecnologías de votación. En Estados Unidos, donde la edad media de los trabajadores de los centros de voto es de 72 años, la introducción de dispositivos electrónicos con tarjetas informáticas de memoria que es preciso verificar y mover ha provocado la baja de muchos de los 1,3 millones de trabajadores que se necesitan para llevar a cabo una elección nacional. Es posible que los Estados Unidos tenga que seguir la pauta de Bélgica, donde se recluta a jóvenes de 18 años para administrar los centros de voto.

¿Serán las elecciones por Internet lo que nos reserva el futuro?

Gracias a la creciente expansión de Internet por todo el mundo, y sin duda dentro de muchos países, la democracia electrónica es un concepto que está empezando a arraigarse y propagarse rápidamente. Al igual que en el sector privado, candidatos, partidos políticos y gobiernos están recurriendo a Internet para llevar su mensaje al público — y recibir la respuesta del público. Varios países, entre ellos Estonia, los Países Bajos, Suiza e Inglaterra, permiten ahora a los ciudadanos emitir su voto a través de Internet. En unas elecciones locales celebradas en mayo de 2007 en Swindon, Inglaterra, con tecnología segura inventada por *Everyone Counts* [http://www.everyonecounts.com], los votantes pudieron emitir su voto por teléfono, Internet, en bibliotecas públicas, por correo postal, en papeletas o a través de cualquiera de los 300 ordenadores portátiles instalados en 65 localidades del distrito. Fue uno de los

© AP Images/Paul Sakuma

En San José, California, los colegios electorales exhiben carteles informativos en inglés, español, chino y vietnamita en cumplimiento de la Ley federal sobre el derecho al voto.

planes piloto más ambiciosos y con más éxito que haya patrocinado jamás el Gobierno Británico.

En una sociedad mundial y móvil, los ciudadanos que viven fuera de su país, encuentran dificultades para participar en las elecciones. Este otoño, para poner remedio a esta situación, los militares australianos podrán votar en las elecciones parlamentarias a través de Internet. Los seis millones de estadounidenses que se calcula que viven en el extranjero han tenido graves dificultades para votar, y se han visto obligados, en su mayoría, a recurrir a un enojoso proceso postal para ejercer su derecho al voto. La Fundación *Overseas Vote* [http://www.overseasvotefoundation.org] y la EAC han calculado que las papeletas de más de uno de cada cuatro de esos ciudadanos que intenta votar no se cuentan. Esta situación ha mejorado algo gracias a la labor del Programa Federal de Asistencia al Votante (U.S. Federal Voting Assistance Program) [http://www.fvap.gov], pero un informe reciente de la Oficina de Auditoría del Gobierno (U.S. Government Accountability Office) [http://www.gao.gov] indica que todavía queda mucho por hacer.

© AP Images/Harry Cabluck

La primera dama de Texas Anita Perry acude temprano a votar al juzgado del condado de Travis, en Austin, en noviembre de 2006.

Si se piensa que en el programa de televisión más popular en los Estados Unidos, *Ídolo americano,* se emitieron más votos en cuatro horas (73 millones) que los emitidos a favor del ganador de las elecciones presidenciales estadounidenses de 2004 (62 millones), no es difícil imaginar que los jóvenes votantes del ídolo exijan el uso de algún tipo de tecnología móvil cuando lleguen a la edad de votar en elecciones presidenciales.

Paralelamente al creciente uso de tecnología en las elecciones, se ha registrado un aumento del escrutinio y escepticismo en relación con el proceso electoral electrónico. Si bien en Estados Unidos se han venido utilizando dispositivos electrónicos en las elecciones desde finales de la década de 1980, sólo después de la promulgación de HAVA y la propagación del voto electrónico en Estados Unidos y el resto del mundo han empezado grupos organizados a cuestionar o incluso expresar su oposición al uso de dichos dispositivos, en particular los que no dejan ningún tipo de rastro en papel [http://www.verifiedvoting.com]. En Irlanda, donde el recuento manual de papeletas preferentes puede llevar hasta una semana, todo intento de introducir el sufragio electrónico para acelerar el proceso ha estado condenado al fracaso.

Las instituciones internacionales y otras organizaciones que participan en la vigilancia y evaluación de elecciones, como la Oficina de Instituciones Democráticas y Derechos Humanos de la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa [http://www.osce.org]; IFES, anteriormente conocida como la Fundación Internacional para Sistemas Electorales [http://www.ifes.org]; el Centro Carter [http://www.cartercenter.org] y *Electionline* [http://www.electionline.org], han tenido que elaborar nuevas metodologías para decidir si las elecciones por medios electrónicos son libres y justas. Una cosa es observar el recuento manual de papeletas de papel y otra totalmente distinta vigilar la captura electrónica de un voto.

Es indudable que la nueva tecnología electoral que se está extendiendo rápidamente por nuestras democracias colectivas ha potenciado a los votantes, incrementado la participación y, en muchos casos, mejorado la transparencia al dar los resultados antes de que puedan cambiarse; pero, ¿ha hecho que aumente la confianza en los resultados? Esa es una pregunta para la que todavía no habrá respuesta mientras la reforma electoral y el uso de la nueva tecnología se sigan debatiendo en el mundo. No obstante, no hay duda de que la tecnología continuará mejorando la forma en que votamos, igual que continúa mejorando nuestra vida diaria. ■

Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas del gobierno de Estados Unidos.

Votar por primera vez

Rebecca Zeifman

Dos jóvenes estadounidenses explican lo que significa para ellas depositar su voto, y su entusiasmo al hacerlo por primera vez. Rebecca Zeifman es redactora de la Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de Estado de Estados Unidos.

El derecho a votar es uno de los privilegios fundamentales de una democracia. En Estados Unidos, cualquier residente que sea ciudadano norteamericano y tenga por lo menos 18 años de edad, tiene derecho a votar.

Para quienes votan por primera vez, depositar ese sufragio inaugural es una ocasión monumental. Para ellos, es una oportunidad de ejercer su derecho protegido por la constitución y de participar en una toma de decisión política.

A continuación, dos votantes, una estudiante que acaba de llegar a la edad de votar y una ciudadana estadounidense naturalizada recientemente, reflexionan sobre la primera vez que acudieron a las urnas.

Joanna Fisher es una estudiante universitaria de 20 años de edad. Es de Charlotte, en Carolina del Norte, pero pasa nueve meses del año en un colegio universitario de Waterville, Maine. Votó por primera vez en el año 2005, en la elección estatal de Maine.

Fisher nunca dudó que votaría en la primera oportunidad que se le presentara. "Siempre supe que me inscribiría para votar tan pronto como hubiera una elección y yo tuviera la edad suficiente", dijo. "Supongo que me crié en una familia en la que uno se interesa por la política y se interesa por lo que ocurre en derredor".

Aun antes de tener edad suficiente para votar, Fisher participó en el proceso político. Durante las elecciones presidenciales del año 2004 tenía 17 años, justo uno menos de la edad legal para votar. En lugar de votar, trabajó para Erskine Bowles, candidato a senador de Estados Unidos, repartiendo volantes de puerta en puerta en su ciudad de Charlotte. Actuó también como voluntaria en su escuela, ayudando a inscribirse a sus compañeros mayores que ella. "Esa fue, para mí, la elección realmente importante, y aunque no voté en ella, trabajé mucho", indicó.

Cuando Fisher cumplió los 18 años, ella misma se ocupó de inscribirse. "Mis padres ni siquiera me dijeron 'tienes que inscribirte para votar'", señaló. "Era algo lógico para mí".

Foto cedida por Joanna Fisher

Joanna Fisher, votante primeriza de Charlotte, Carolina del Norte, en la puerta de su residencia del colegio universitario.

Así fue que el 8 de noviembre de 2005 Joanna Fisher se inscribió y, unos minutos después, emitió su primer voto. "Fue una elección sólo para Waterville. Para alcalde, comisionado de la ciudad, y cosas realmente locales", explicó. "Mostré mi licencia de conducir de Carolina del Norte (para identificarse). Me llevó tres minutos y, luego, voté".

Desde esa primera elección, Fisher ya ha votado de nuevo, esta vez en las elecciones para gobernador del estado en noviembre de 2006. Ahora, espera con interés las elecciones del año 2008. "Me siento muy entusiasmada con la idea de votar, porque es mi primera elección presidencial", dijo. "Se trata de una elección para cuatro años y de nuestra imagen nacional, tanto para nosotros como para otros países".

Malavika Jagannathan, de 23 años de edad, sintió un entusiasmo similar sobre el hecho de votar por primera vez. Como reportera de la gaceta *Green Bay Press-Gazette* de Green Bay, Wisconsin, Jagannathan estaba frustrada al cubrir las elecciones en su trabajo sin poder participar.

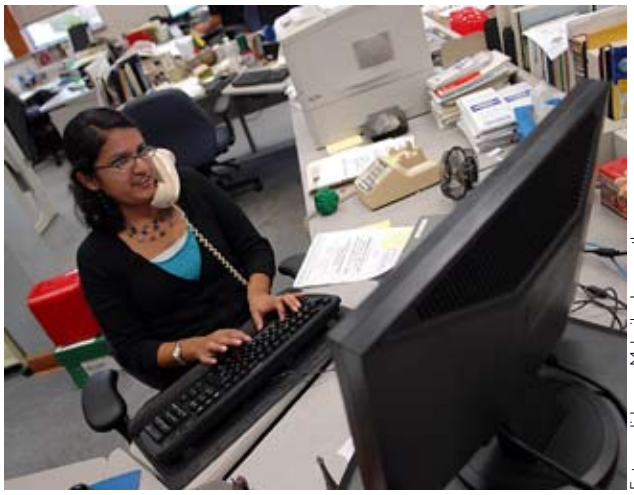


Foto cedida por Malavika Jagannathan

Malavika Jagannathan, reportera del Green Bay Press-Gazette, flamante ciudadana y votante, en su puesto de trabajo en la sala de redacción.

Nacida en Bangalore, India, Jagannathan se mudó a Estados Unidos con su familia en 1995, estableciéndose en College Station, Texas. Desde temprana edad, su familia le inculcó la importancia de participar en la política. "Mi mamá decía siempre que aunque nuestros pasaportes eran de un país diferente, uno tenía que ser participante activo en cualquier sociedad en la que estuviera", dijo Jagannathan.

Como Fisher, Jagannathan se involucró en política mucho antes de tener derecho al voto. En la escuela superior trabajó como voluntaria del Partido Demócrata y del Partido Verde, repartiendo volantes y organizando iniciativas de inscripción de votantes en la escuela. "Monté esos pequeños kioscos, pero no pude inscribir yo misma a los otros estudiantes porque no estaba inscrita para votar", explicó.

Según Jagannathan, la condición de no ser ciudadana le inspiró para participar más en la política. "Sabía que no podía (votar), pero, podía, definitivamente, contribuir de otras formas que no fueran el voto", señaló. "Creo que esa es, en parte, la razón por la cual me interesaba la política".

El 14 de diciembre del año 2006, Jagannathan se convirtió en ciudadana de Estados Unidos. Al día siguiente, visitó la sede municipal de Green Bay y marcó con un "sí" la casilla del formulario de inscripción de elector que pregunta: "¿Es usted ciudadano de los Estados Unidos de América?"

Si bien tendrían que pasar casi dos meses hasta la próxima elección, Jagannathan estaba ansiosa por apuntarse. "Pensé que había hablado tanto de votar, que lo primero que debía hacer era inscribirme", dice.

Dos meses después, Jagannathan votó en una elección primaria local en la que había algunas iniciativas en la papeleta. "Me sentía muy entusiasmada. Mi centro de votación es una iglesia a la vuelta de mi casa, y la administran unas viejecitas. Les dije que era la primera vez que votaba, y ellas también se entusiasmaron".

Después de cubrir varias elecciones como reportera y trabajar como voluntaria para un partido político, fue un alivio participar, finalmente, como votante. "Lo había estado asumiendo durante mucho tiempo, y creo, especialmente tras las elecciones de noviembre de 2006, cuando me moría por que tenía que sentarme allí y cubrir las elecciones y no podía participar, que me satisfizo en cierta manera", indicó.

Aun cuando no todos sus candidatos favoritos ganaron ese día, Jagannathan se comprometió con sus amigos y familiares a tratar de votar en cada elección subsiguiente. "Simplemente, sentía que yo era parte de algo", explicó. "Y creo que al no haberlo sido durante tanto tiempo, comprendí que serlo es muy importante".

Según Jagannathan, los nuevos ciudadanos pueden valorar el derecho de votar incluso más que los estadounidenses nacidos en el país. "Creo que cuando uno nace con estos derechos, tal vez no piense mucho en ellos", dice. "Cuando uno tiene que vivir sin ellos y luego los consigue, se vuelven mucho más importantes". ■

© AP Images/Lingbing Hang

En la Universidad de Virginia Oeste en Morgantown, varios estudiantes despliegan un cartel de los universitarios republicanos.

Las elecciones al Congreso

L. Sandy Maisel

© AP Images/Lawrence Jackson

A su regreso de Irak en julio del 2006, estos miembros del Congreso hablan con periodistas tras sostener una reunión con el presidente Bush en la Casa Blanca.

Para el pueblo de Estados Unidos, la elección de los miembros del Congreso es tan importante como la elección del presidente. Este artículo expone la composición del Congreso estadounidense, los factores que entran en juego en las elecciones congresionales y el posible impacto de las elecciones de 2008 en las políticas del gobierno de Estados Unidos. L. Sandy Maisel es profesor de Administración Pública en el Colegio Universitario Colby de Waterville, Maine.

Cuando los ciudadanos estadounidenses vayan a las urnas el 4 de noviembre de 2008 estarán votando no sólo por el presidente, sino también por la totalidad de los 435 miembros de la Cámara de Representantes y por un tercio del Senado de Estados Unidos. La atención se concentrará en la elección presidencial, pero las elecciones al Congreso son igualmente importantes.

En el sistema de gobierno establecido por la Constitución de Estados Unidos, las ramas ejecutiva y legislativa comparten la toma de decisiones. La separación de poderes no tendría significación si el mismo partido controlara siempre la presidencia y el Congreso y si a los miembros de un partido se los disciplinara para que siguieran a sus líderes. Ello no es así. Los poderes gubernamentales están separados no sólo en el sentido de que las dos ramas elegidas del gobierno federal se componen de individuos diferentes – por ejemplo, ningún senador o representante puede tener un cargo simultáneamente en la rama ejecutiva – sino también en que aquellos que desempeñan un cargo son elegidos en elecciones separadas, aunque estas se celebren el mismo día. Los ciudadanos pueden optar por un presidente de un partido, un senador de otro y un miembro del Congreso que pertenezca ya a uno de esos, ya a un tercer partido. No sólo es posible, sino que es corriente que un partido controle la Casa Blanca y el otro controle una o ambas ramas del Congreso. A esta situación se la llama un "gobierno dividido". Más aún, los miembros del Congreso y los senadores no dependen de los líderes del partido para ser reelegidos y, a menudo, expresan esa independencia votando de acuerdo con los intereses de sus electores incluso si estas difieren de las posiciones partidistas.

La composición del Congreso

El Congreso se compone de dos cuerpos, la Cámara de Representantes y el Senado. La Cámara debía ser el cuerpo más próximo al pueblo, elegido por el voto popular de distritos relativamente pequeños, con elecciones frecuentes (cada dos años). Hoy, California, el estado más poblado, tiene 53 escaños en la Cámara de Representantes. Los siete estados menos poblados tienen uno cada uno.

El Senado fue concebido para que reflejara los intereses de los estados. Cada estado, no importa cuál sea su población, tiene dos senadores. Los senadores ejercen su cargo durante seis años, escalonados de modo tal que cada dos años un tercio de los escaños del Senado tenga que presentarse a una elección. Originalmente a los senadores los elegían las legislaturas estatales, pero desde 1913 han sido elegidos por voto popular. Los fundadores de la nación pensaban que los senadores estarían al margen del apasionamiento popular debido a que eran elegidos indirectamente por períodos más largos; muchos se preguntan si ese es el caso hoy día.

© AP Images/Elaine Thompson

Kathy Roseth, una ciudadana de Seattle, estado de Washington, interesada en los asuntos cívicos, reúne peticiones para colocar una iniciativa educativa en la papeleta electoral.

Aunque el Senado y la Cámara tienen iguales poderes, se cree generalmente que un escaño en el Senado tiene más prestigio que uno en la Cámara. Los electores son más numerosos (excepto en el caso de los siete estados más pequeños, donde ese número es el mismo), el período es más largo y los senadores reciben más atención a nivel nacional porque hay menos de ellos.

Las elecciones para la Cámara y el Senado funcionan bajo las mismas reglas, con pequeñas variantes según los estados. Los partidos demócrata y republicano y cualquier otro partido que esté activo en un estado designan candidatos en elecciones primarias; los candidatos independientes obtienen un lugar en la papeleta por petición. El ganador de las elecciones generales de noviembre es el candidato que haya conseguido más votos; no necesita obtener mayoría cualificada.

Factores en la elección de los miembros del Congreso

Hay tres elementos básicos que determinan las elecciones al Congreso: la tendencia partidista del distrito, la presencia o ausencia de un ocupante ya en el cargo, y los temas del día. El sistema político estadounidense ha sido descrito como un sistema competitivo de dos partidos; los partidos demócrata y republicano han dominado la política estadounidense desde mediados del siglo XIX. Más del 99 por ciento de los elegidos al Congreso en años recientes han sido demócratas o republicanos. Un sistema de distritos donde hay un solo candidato individual y donde gana el que obtiene mayoría simple, favorece a un sistema de dos partidos. Los candidatos de terceros partidos o independientes, que se beneficiarían con un sistema de representación proporcional, no reciben ningún beneficio en una elección reñida.

La competición por el control del Congreso ha sido intensa en las décadas recientes, tanto como lo ha sido para la presidencia. Sin embargo, la competición no es intensa en todos los distritos y en todos los estados. Algunos distritos e incluso algunos estados se inclinan fuertemente por uno u otro partido. Por ejemplo, los demócratas ganan por lo común en Massachusetts, y los republicanos en Wyoming. Han ocurrido excepciones, pero ningún político entrará en la elección congresional de 2008 sin conocer la tendencia partidista normal de los votantes del distrito o el estado.

Los resultados de una elección pueden explicarse por la presencia o ausencia de un candidato que ya esté ocupando el escaño. Durante más de tres décadas, más del 95 por ciento de los miembros de la Cámara de Representantes que se han presentado a su reelección, han tenido éxito. Los senadores federales que ya ocupaban un escaño también han logrado su reelección. Incluso en elecciones en las que muchos escaños cambian de partido, hay más rotación de partido en los escaños por las que no compite un miembro actual del cuerpo legislativo. El efecto de estos factores se aprecia cuando uno examina los posibles candidatos que buscan ser designados para competir por la Cámara o el Senado. En los escaños con alta probabilidad de ardua disputa – por ejemplo, aquellos donde no compite ningún miembro actual en un distrito estrechamente

© AP Images/H. Rumph, Jr.

En Filadelfia, Pensilvania, Patrick Murphy, veterano de la guerra en Iraq, hace campaña para un escaño el Congreso en las elecciones de mitad de período de 2006.

dividido entre demócratas y republicanos – es probable que muchos candidatos compitan en la elección primaria de cada partido. Si un escaño está abierto a la reelección y un partido domina el distrito, es probable que haya una intensa competición en la elección primaria de ese partido, pero la competencia será escasa o nula en el otro partido. Finalmente, si un miembro actual compite es improbable que encare una competencia seria, y los líderes del otro partido podrían tener que revolver cielo y tierra para encontrar a alguien que quiera presentarse. Cada una de estas generalizaciones corresponde menos al Senado que a la Cámara, debido a que los escaños senatoriales se consideran más valiosos y los resultados son menos predecibles.

En 2008 se elegirá un nuevo presidente, y los temas nacionales – la guerra en Iraq, el terrorismo, la política de inmigración, la dependencia energética – dominarán el escenario. Si la tasa de aprobación del presidente Bush entre los votantes sigue siendo baja y estos temas llegan a las elecciones de noviembre sin resolverse, los demócratas podrían tener ventaja en las competiciones disputadas reñidamente.

Implicaciones para la gobernabilidad

Tras las elecciones a Congreso de 2006, Washington se destacó por su gobierno dividido, con los republicanos en el control de la Casa Blanca y la rama ejecutiva y los demócratas en el control de ambas cámaras del Congreso, aunque en el Senado lo hagan por un margen mínimo.

Actualmente los republicanos ocupan 22 de los 34 escaños senatoriales a disputarse en 2008. Incluso una pequeña ganancia demócrata no le dará a ese partido una mayoría abrumadora. Las reglas del Senado requieren 60 votos para llevar a cabo acciones importantes; es extremadamente improbable que los demócratas se acerquen a ese número.

En la Cámara de Representantes los demócratas poseen aproximadamente 30 escaños más que los republicanos. Aunque los planes de muchos miembros son fluctuantes, es probable que aproximadamente 25 representantes abandonen sus bancas después de este Congreso. La mayoría de esos escaños – y, tal vez, otros 25, muchos de ellos ocupados por demócratas que los obtuvieron en lugar de los republicanos que los ocupaban antes en 2006 – serán arduamente disputados en 2008. Los demócratas parecen tener una pequeña ventaja en estas competencias y podrían aumentar ligeramente su mayoría pero, nuevamente, no lo bastante como para darles mano libre en el gobierno.

Como resultado de las elecciones al Congreso que se avecinan, si un republicano es elegido presidente en 2008 puede encarar una oposición decidida, que controle una mayoría en ambas cámaras del Congreso. Si resulta elegido un demócrata, es probable que gobierne con un congreso controlado por su partido, pero en el que los republicanos retendrán fuerza suficiente como para entorpecer importantes iniciativas de política.

Un sistema de gobierno con separación de poderes, sistemas significativos de control y contrapesos y en el que la mayoría de los resultados de la elección legislativa son determinados por la fuerza del candidato y no por las tendencias nacionales, promueve un cambio lento de las políticas nacionales. Eso es lo que pretendían los autores de la Constitución. Los temas críticos dominarán las elecciones del 2008. Aún cuando en ciertos temas el nuevo presidente podrá actuar sin la concurrencia del Congreso, en muchos más, las políticas del gobierno de Estados Unidos, si no la retórica, cambiarán sólo ligeramente. ■

Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas del gobierno de Estados Unidos.

El nuevo elector estadounidense

Daniel Gotoff

Recientes sondeos electorales revelan las inquietudes, creencias y sentimientos de los ciudadanos de los EE.UU. que se preparan a votar por su presidente en 2008. Los electores expresan inquietud por las amenazas terroristas, pesimismo sobre las cuestiones internas e interés en la reforma del gobierno. Un encuestador demócrata llegó a la conclusión de que "el electorado de EE.UU. — con frecuencia reacio a cambios fundamentales—se siente ahora más inquieto ante la idea de mantener el statu quo". Daniel Gotoff es socio de Lake Research Partners en Washington, D.C.

© AP Images/Ed Andrieski

Este militante político espera aportar fondos a la campaña para promover la inscripción de votantes hispanos y movilizarlos para que acudan a las urnas en Colorado.

Al acercarse la fecha de las elecciones presidenciales de 2008, el electorado de Estados Unidos se encuentra en una situación singular y tumultuosa. Los sondeos de opinión revelan que el país está empeñado en una guerra a la que se oponen la mayoría de los estadounidenses. Casi seis años después del 11 de septiembre de 2001, el temor de otro ataque terrorista todavía está presente en la conciencia pública y las perspectivas de una serie de cuestiones internas son, a los ojos de los electores, cada vez más sombrías. Esta marejada de descontento público se perfila contra un fondo de escepticismo generalizado con respecto a nuestros líderes electos, contrarrestado por un sentido de que sólo una fuerza institucional tan poderosa como el Gobierno de los EE.UU. puede ayudar al país a superar las dificultades a las que se enfrenta. Los cambios en las corrientes políticas de los últimos años ponen de relieve el hecho de que ninguno de los principales partidos políticos es capaz de captar una mayoría de gobierno. Además, por primera vez en decenios, ni el presidente ni el vicepresidente se presentan para el cargo supremo del país.

En medio de esta turbulencia, el electorado estadounidense, con frecuencia reacio a cambios fundamentales, se siente ahora más inquieto ante la idea de mantener el statu quo. Actualmente, los sondeos de opinión revelan que sólo 19 por ciento de los estadounidenses creen que el país va por buen camino, el porcentaje más bajo de los últimos diez años. (En julio de 1997, el 44 por ciento de la población opinaba que el país iba en buena dirección y sólo un 40 por ciento que estaba descarriado). Ahora nada menos que un 68 por ciento cree que el país va por mal camino.

El descontento generalizado de los electores ha dado lugar a un deseo palpable de cambio en los Estados Unidos en tres frentes principales: mejor seguridad en el interior y en el extranjero, reparto de la prosperidad en cuestiones económicas nacionales y mayor rendición de cuentas del gobierno ante el pueblo al que intenta servir.

Inquietud pública por el terrorismo y la seguridad

Si bien el talante del electorado ha cambiado radicalmente en el curso de los últimos meses, algunas realidades políticas siguen siendo válidas en 2008. Tal vez la más sobresaliente, los ataques del 11 de septiembre de 2001 — y sus secuelas — siguen definiendo en alto grado nuestro tiempo y nuestra política. La inquietud instintiva de los electores ha significado que cada una de las tres elecciones federales celebradas desde el 11 de septiembre se ha basado principalmente, aunque no exclusivamente, en cuestiones de seguridad.

De acuerdo con los sondeos a pie de urna en las ultimas dos elecciones, la preocupación por el terrorismo figuraba en lugar preeminente. En 2004, el 19 por ciento de los votantes citaba el terrorismo como su principal

preocupación (sólo sobrepasado por la economía, citada por un 20 por ciento). De manera similar, en 2006, el 72 por ciento de los electores estadounidenses consideraba el terrorismo factor importante en su decisión de voto. Todavía en septiembre de 2006, la última vez que la cadena de noticias *ABC News* hizo esta pregunta, cerca de tres cuartas partes de los estadounidenses (74 por ciento) declararon estar preocupados por la posibilidad de que se produjeran más ataques terroristas graves en Estados Unidos, y un 29 por ciento de los cuales aparecían muy preocupados. Aunque la intensidad de estos temores ha disminuido ligeramente en los años siguientes al 11 de septiembre, el grado general de inquietud apenas ha cambiado. En octubre de 2001, menos de un mes después de los ataques, el 81 por ciento de los ciudadanos estaban preocupados por la posibilidad de nuevos ataques terroristas en el país, y un 41 por ciento de ellos, muy preocupados.

Creciente pesimismo con respecto a asuntos internos

Si bien es verdad que Iraq y el terrorismo suelen captar los titulares, las preocupaciones de los votantes por cuestiones internas son igualmente acuciantes. De hecho, en 2006, los sondeos a pie de urna revelaron preocupaciones por la economía a la par con las provocadas por la seguridad nacional, Iraq y cuestiones éticas. Al preguntar a los encuestados por la importancia de diversas cuestiones en su decisión de voto en las elecciones parlamentarias, el 82 por ciento de los estadounidenses respondió que la economía era extremadamente importante (39 por ciento) o muy importante (43 por ciento). En comparación, el 74 por ciento señaló como importante la corrupción y la ética (41 por ciento, "extremadamente"), 67 por ciento identificó Iraq como importante (35 por ciento, "extremadamente") y un 72 por ciento consideró el terrorismo importante (39 por ciento, "extremadamente").

Desde las elecciones de 2006 las inquietudes de los electores por la economía se han intensificado. Dos terceras partes (66 por ciento) de la población estadounidense opina que la situación económica del país es sólo regular (43 por ciento) o mala (23 por ciento). Nada más que un 5 por ciento califica la economía de excelente y un 29 por ciento, de buena. Además, una mayoría del 55 por ciento de los estadounidenses cree que la economía nacional está empeorando. Otro 28 por ciento afirma que la economía no ha cambiado — lo que difícilmente se puede considerar un diagnóstico optimista — y sólo el 16 por ciento dice que la economía esté mejorando.

Las preocupaciones de los estadounidenses por la economía han ido evolucionando con el tiempo. El empleo seguro y bien remunerado sigue siendo esencial, pero en un entorno en que los trabajadores están tropezando con crecientes dificultades para mantenerse al ritmo del alza del

© AP Images/Mike Carlson

El presidente Bush habla de la guerra mundial contra el terror en el puerto de Tampa, Florida, en febrero de 2006.

coste de vida, la disponibilidad de servicios de atención de salud ahora ha pasado a ser el principal motivo de preocupación económica de los votantes. Cuando se les pidió que indicasen la cuestión económica que más les preocupaba personalmente, el 29 por ciento de los votantes citó el costo en continuo aumento de la atención de salud, por encima de los elevados impuestos (24 por ciento), una jubilación segura (16 por ciento), la pérdida del empleo (11 por ciento), o gastos como guardería infantil y matrículas escolares (10 por ciento). Los estadounidenses, que definen una atención de salud asequible como uno de los pilares del ideal americano, ahora ven en los costos en alza de la atención a la salud una amenaza directa a la capacidad de sus familias para mantenerse en la clase media y realizar ese ideal. Los electores también opinan que los costos de la atención de salud son un grave impedimento al establecimiento de su propio negocio, revelación importante en una sociedad basada en la iniciativa privada, en la que un 48 por ciento es justamente a eso a lo que aspira.

Además, dado que los trabajadores estadounidenses se ven obligados por las fuerzas de la globalización a competir con trabajadores mal remunerados de otros países que no protegen sus derechos fundamentales, ven con creciente escepticismo los beneficios de este régimen comercial. Nada menos que un 65 por ciento de los estadounidenses opina que el creciente comercio entre Estados Unidos y otros países perjudica, en su mayor parte, a los trabajadores estadounidenses. Un hecho que pone de relieve el cambio de actitudes que se ha producido en los últimos diez años, cuando una mayoría de 56 por ciento veía en el aumento del comercio sobre todo una bonanza para las empresas estadounidenses, es que ahora la mitad de los estadounidenses (50 por ciento) opina que el comercio está, en su mayor parte, perjudicando a dichas empresas.

Aún más significativa es la sensación que se está extendiendo entre el público en general de que la clase media ya no participa en la prosperidad del país, sino que está perdiendo terreno, mientras que una reducida clase

selecta está recogiendo beneficios descomunales. Los sondeos a pie de urna revelan esta erosión de la fe de los electores en el ideal americano en el siglo XXI. Nada menos que la mitad de los votantes afirmó que tenía lo justo para mantenerse a flote, mientras que otro 17 por ciento admitió estarse quedando atrás. Menos de la tercera parte de los votantes (31 por ciento) reconoció que su situación financiera estaba mejorando. Todavía más sorprendente es el pesimismo que se ha apoderado de los estadounidenses en cuanto al futuro de sus hijos. Una pluralidad del 40 por ciento expresó que cree que la vida de la próxima generación de estadounidenses será peor que la de ahora, el 28 por ciento opinó más o menos lo mismo, y sólo un 30 por ciento expresó confianza en que la vida de la próxima generación de estadounidenses sería mejor que la de la generación actual. En 2008, los votantes de EE.UU. elegirán al candidato que les ofrezca más confianza de garantizar la promesa del sueño americano, es decir, prosperidad económica compartida y la posibilidad de que los trabajadores puedan brindar mejores oportunidades a sus hijos.

El creciente deseo de cambio y la rendición de cuentas

El cúmulo de inquietudes públicas en torno a cuestiones internas y externas está estimulando un apetito de reforma fundamental del gobierno de Estados Unidos. Las elecciones de 2006 fueron en muchos aspectos un clamor público por un mayor rendimiento de cuentas. Tres cuartas partes de los votantes señalaron la corrupción y la ética como factores importantes en su voto en las elecciones parlamentarias, y con considerable intensidad (41 por ciento "extremadamente importantes").

© AP Images/Mark Humphrey

Muestra de botones con lemas que instan a los excombatientes a votar, presentada en una conferencia sobre liderazgo organizada por *Vietnam Veterans of America,* en Nashville, Tennessee.

Aunque la guerra del Iraq explica en parte los bajos índices de aprobación que está recibiendo la gestión del presidente, no explica por qué al nuevo Congreso, controlado por el partido de oposición, también le tienen en tan baja estima los votantes. El índice de aprobación del presidente Bush se sitúa justo en un 31 por ciento, y el del Congreso, un 21 por ciento, es todavía más crítico. En resumen, el público está exigiendo un cambio y responsabilizando a todos los que ocupan cargos electivos de efectuar dicho cambio. A saber, una mayoría del 56 por ciento de los estadounidenses está ahora de acuerdo en que "el gobierno federal necesita transformarse — es decir someterse a cambios importantes y fundamentales". Exactamente un 34 por ciento cree que "el gobierno federal necesita pequeños cambios, pero no transformarse", y sólo un 3 por ciento opina que "el gobierno federal no necesita cambio alguno".

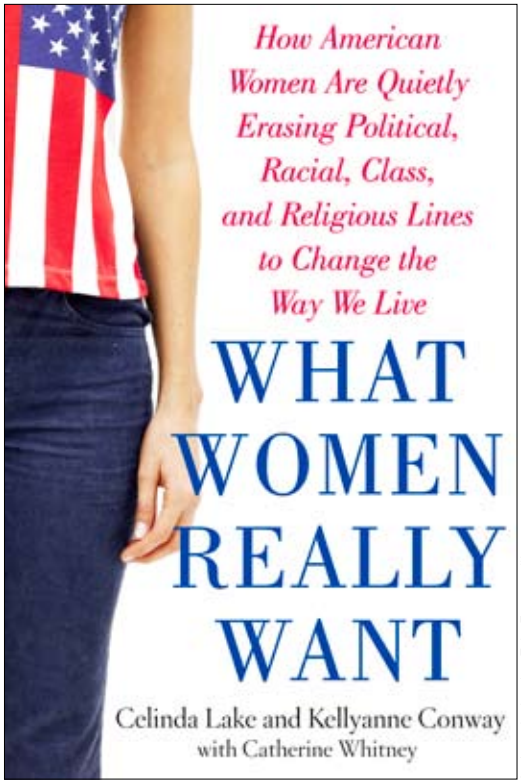
Pese a la erosión de la confianza en el gobierno, más de la mitad de los estadounidenses desea que la institución desempeñe un papel más importante en la búsqueda de soluciones a los problemas que aquejan al país. Cincuenta y dos por ciento coincide en que "el gobierno debe hacer más por resolver los problemas y atender a las necesidades de la población", frente al 40 por ciento que opina que "el gobierno está haciendo demasiadas cosas que sería preferible dejar que las empresas y los particulares manejaran". Cabe señalar que estas cifras reflejan prácticamente la imagen inversa del sentir de hace cerca de diez años (41 por ciento "el gobierno debería hacer más", frente al 51 por ciento "el gobierno está haciendo demasiado").

Para concluir, el votante estadounidense está, en efecto, cambiando: volviéndose más escéptico, más preocupado y menos seguro. Al mismo tiempo, mantiene una actitud de cautelosa confianza en el futuro. Los electores están buscando un líder con la habilidad demostrada de reconocer y resolver los problemas a los que se enfrentan los Estados Unidos en el siglo XXI y asegurar así la posición del país en el mundo. Frente a esta inclinación a favor de una mano firme y con experiencia, existe un profundo deseo por un líder que represente el cambio que ahora exige una abrumadora mayoría de los estadounidenses. El candidato que sepa reconciliar de manera convincente estas dimensiones de liderazgo, en apariencia contradictorias, es el candidato que ganará la presidencia en 2008 , y con ello, los medios de transformar al país tanto a los ojos de sus ciudadanos como, igualmente importante, a los ojos del mundo. ■

Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas del gobierno de Estados Unidos.

El voto femenino en Estados Unidos

Kellyanne Conway



Jacket design by Eric Fuentecilla
Jacket photograph © Stockbyte/Getty Images

Portada del libro *What Women Really Want,* del que es coautora Kellyanne Conway, 2005. Cubierta diseñada por Eric Fuentecilla.

Más de la mitad del electorado estadounidense son mujeres y estas han influido en los resultados de las elecciones durante más de 40 años. Una especialista republicana en encuestas electorales examina los patrones de conducta en la votación entre las mujeres, trata asuntos que son importantes para ellas y describe las varias categorías del voto femenino que deben observarse en 2008. Kellyanne Conway es presidenta y directora ejecutiva de la empresa The Polling Company ™*, con sede en la ciudad de Washington. Woman Trend es una división de esta compañía.*

La mujer típica en Estados Unidos despierta en la mañana para enfrentarse a muchas responsabilidades, curiosidades y preocupaciones, ninguna de las cuales es de naturaleza política en sí misma, aunque todas ellas se ven afectadas por la política y las medidas gubernamentales. Entre éstas se hallan interrogantes como: ¿Está aprendiendo algo mi hijo en esta escuela? ¿Es este un vecindario seguro? Si cambio de trabajo, ¿perderé mi seguro médico? ¿Serán suficientes los ingresos del seguro social para que mis padres puedan seguir viviendo en su casa y no tengan que agotar sus ahorros?

Una mirada al pasado: perspectiva histórica

Desde 1964 las mujeres forman una mayoría dentro del electorado, pero no fue hasta 1980 que el porcentaje de las mujeres con derecho a votar que participó en las elecciones sobrepasó el porcentaje de hombres votantes, como indica el cuadro 1. A pesar del desasosiego de quienes llevan una cuenta minuciosa de la fracción de mujeres que procuran u ocupan un puesto electivo en este país (y el hecho de que jamás se haya elegido a una mujer presidente), el voto femenino ha influido en los resultados electorales durante más de ocho décadas, pues ha decidido quién es presidente y ha sentado precedentes en forma tal que ha moldeado la política pública directa y dramáticamente.

Las mujeres tienden a favorecer al candidato que ya ocupa el puesto, especialmente en el caso de los presidentes; prefieren lo ya conocido a lo por conocer. De hecho, los tres últimos presidentes que ganaron la reelección obtuvieron un aumento del apoyo de la mujer en su segunda candidatura. En las elecciones al congreso las mujeres también son fieles a quienes ya ocupan los escaños, lo que prueba que son más

Cuadro 1
Tendencia del voto femenino

	% de personas con derecho a votar	
	Mujeres	**Hombres**
1980	59,4%	59,1%
1992	62,3%	60,2%
1996	55,5%	52,8%
2000	56,2%	53,1%
2004	60,1%	56,3%

consecuentes en sus tendencias electorales que los hombres. Irónicamente, esta parcialidad natural hacia la reelección es una razón por la cual muchas mujeres que se presentan en oposición a quien ya ocupa el puesto no tienen éxito.

Los políticos, los partidos, los expertos y los asesores profesionales ignoran a las mujeres que no votan y en cambio parecen tener una obsesión por los votantes "probables" u "oscilantes". En las elecciones presidenciales de 2004 más de la mitad (54,5 por ciento) de las mujeres entre los 18 y los 24 años de edad no votaron. Sin embargo, las mujeres de esa edad votaron en mayor proporción que sus contrapartes en el grupo masculino, de los cuales sólo el 40 por ciento acudió a las urnas. En el otro extremo de edad, sólo el 29 por ciento de las mujeres de 65 a 74 años no votó, comparado con el 26,1 por ciento de los hombres en la misma categoría. Entre las principales razones citadas por las mujeres para no votar están la "enfermedad y la incapacidad física" (19,8 por ciento), "demasiado trabajo y la simultaneidad con otros compromisos" (17,4 por ciento), el "desinterés" (10,7 por ciento) y la "ausencia de candidatos o plataformas de su agrado" (9,7 por ciento). Cuando se excluyen los dos últimos motivos, es importante observar que cerca de nueve de cada diez mujeres no participaron por razones ajenas a la falta de interés.

¿Qué quieren realmente las mujeres votantes?

Tradicionalmente se ha pensado que la mujer gravita más hacia el conjunto de los intereses propios de "ella", como el seguro social, la atención médica y la educación; en cambio se considera que los hombres se interesan en las cosas que pueden llamarse de "nosotros", como la guerra y la economía. Las últimas tres elecciones nacionales (2002, 2004 y 2006) demuestran que estas definiciones tan cómodas ya no son aplicables.

Según las encuestas, en 2004 y nuevamente en 2006, las mujeres indicaron que las inquietudes que las motivaron a decidir si votaban o no y a escoger por quién votar se concentraron en cuestiones no consideradas tradicionalmente "de la mujer". En la respuesta a una pregunta compuesta de 10 opciones fijas posibles, la situación en Iraq encabezó la lista de las inquietudes que las motivaron (22 por ciento), seguida por la guerra contra el terrorismo (15 por ciento). La integridad moral y los valores de familia, el empleo y la economía alcanzaron cada una el 11 por ciento, en tanto que las seis opciones restantes sólo obtuvieron porcentajes de un solo dígito, como indica el cuadro 2.

Tal como mi coautora, Celinda Lake, especialista demócrata en encuestas electorales, y yo lo afirmamos en *What Women Really Want: How American Women Are Quietly Erasing Political, Racial, Class, and Religious Lines to Change the Way We Live (Free Press, 2005)* [Lo que la mujer realmente quiere: la forma en que las estadounidenses borran calladamente las líneas políticas, raciales, de clase y religiosas para cambiar nuestra forma de vida] el interés de las mujeres no se concentra en un solo punto. Por el contrario, tienden a considerar una diversidad de ideas,

Cuadro 2
Encuestas superiores a las elecciones 2004 y 2006 hechas por *the polling company,™ Inc.*

¿Al decidir por quién votar hoy, cuál de los siguientes puntos fue más importante para usted?

Voto femenino en la noche de las elecciones

2006	**2004**	
22%	16%	Situación en Iraq
15%	23%	Guerra contra el terrorismo
11%	17%	Valores morales/familia
11%	16%	Empleo/economía
6%	3%	Educación
6%	7%	Atención médica/Medicare Recetas médicas
5%	3%	Impuestos
5%	N/A	Aborto
4%	N/A	Inmigración
2%	2%	Medio ambiente

problemas, individuos, impresiones e ideologías antes de tomar una decisión final. El énfasis en los medios de comunicación en los puntos de fricción hace que parezca que a la mujer sólo le importa un único problema el día de las elecciones y que se requiere atención especial a ese problema para animarla a que vote. La realidad es que la trayectoria de la votación femenina indica totalmente lo opuesto.

Las mujeres no constituyen un grupo especial

Las mujeres no son un grupo monolítico dentro del sistema político en cuanto a su actitud o a su voto. Cuando se trata de votar, una mujer puede votar por todos los demócratas, otra quizá vote por la lista completa republicana, en tanto que una tercera puede hacerlo tomando de aquí y allá, escogiendo la persona y las cuestiones según le parezca. A fin de cuentas, las mujeres se hacen dos preguntas básicas para decidir a quién apoyar para la presidencia: "¿Me cae bien esa persona?" y "¿Es esa persona como yo?". La primera pregunta responde a la clásica "prueba de la sala de estar", es decir ¿me gustaría ver a ese candidato en mi televisión en la sala durante los próximos cuatro u ocho años? La segunda es una interrogante más compleja que examina si la mujer cree que para el candidato son importantes las mismas virtudes que ella admira y confronta y teme las mismas cosas.

Es imposible dividir las experiencias de la vida y las actitudes de las mujeres estadounidenses en la categoría binaria de republicanas y demócratas. En la medida en que las mujeres llevan a las urnas su ideología política, se hace necesario que los políticos conozcan las etapas de la vida, así como las categorías demográficas dentro de las cuales se encuentran las mujeres. Un concepto que frecuentemente usamos en mi empresa, T*he Polling Company*™ Inc./*WomanTrend*, es el de "los tres rostros de Eva", que se explican según tres vidas muy distintas que puede tener una mujer de 48 años en este país. Quizá se trate de una abuela obrera, de una profesional soltera y sin hijos o de una mujer casada con dos hijos pequeños. Técnicamente se encuentran dentro de las mismas categorías demográficas por edad y género, pero sus experiencias en la vida difieren grandemente y por tanto sus perspectivas varían en cuanto a la situación actual. La política no es una categoría aislada para las mujeres, sino que es un campo que comprende todo y dentro del cual las mujeres acomodan sus experiencias, necesidades y expectativas.

© AP Images/Ted S. Warren

Estudiantes de 12 años de edad cargan cajas con peticiones en su autobús escolar. Esperan lograr un referéndum sobre fondos adicionales para la educación en Seattle, Washington.

Algunos grupos de mujeres que deben observarse en 2008:

- Las mujeres empresarias: las mujeres son dueñas de aproximadamente 10,4 millones de empresas en Estados Unidos y emplean más de 12,8 millones de estadounidenses. Mientras que el 75 por ciento de las firmas en este país no tienen empleados, un sorprendente 81 por ciento de las que pertenecen a mujeres están formadas por una persona o por una pareja. La tasa de crecimiento de los negocios de mujeres aumenta constantemente al doble del ritmo de todas las firmas.
- Las mujeres solteras: las estadounidenses posponen el matrimonio, no porque no tengan oportunidades, sino simplemente porque las tienen. Actualmente el 49 por ciento de todas las mujeres mayores de 15 años está formado por mujeres solteras y más de la mitad (54 por ciento) de estas tienen entre 25 y 64 años de edad.
- Las que no son madres todavía: Puesto que cada vez más mujeres ingresan a la fuerza laboral y que el número de las que tienen hijos después de la edad tradicional crece constantemente, pocas mujeres entre los veinte y los comienzos de los treinta años de edad se reconocen como parte de la categoría de "casadas con hijos".
- Las que están a principios de la tercera edad: las mujeres entre los cincuenta y los sesenta y cuatro años de edad, muchas con hijos que viven con ellas, se sienten con derecho a beneficios sociales y esperan la eternidad (el deseo de extender los años de vida) y buscan soluciones y refinamiento.
- Las mujeres de grupos minoritarios: las minorías actualmente constituyen un tercio de los habitantes de Estados Unidos, cuatro estados ya tienen una mayoría de población perteneciente a grupos minoritarios y otros cinco esperan llegar a la misma proporción para el año 2025. La población hispana está a punto de tener la mayor repercusión demográfica en Estados Unidos y además, el aumento de los votantes estadounidenses de origen asiático es también una tendencia que debe observarse.
- Las mujeres de la generación Y: como indica el cuadro 3, una encuesta para *Lifetime Television*, realizada por *The Polling Company*™ *Inc.* y *Lake Research Partners*, reveló que una mayoría (54 por ciento) de dicha generación (nacida después de 1979) cree que la mejor manera de influir en la política

estadounidense es votar. Más allá de la política, cerca de la mitad (42 por ciento) de las mujeres de esta generación afirma que la mejor forma de ejercer una influencia significativa en el mundo es "ayudar a los menos afortunados que yo, bien sea con tiempo o dinero". Entre las otras seis opciones ofrecidas en la encuesta sólo el 2 por ciento dijo que la mejor manera de hacerlo es desempeñar "un papel activo en la política". A la ayuda a los necesitados siguió "ser una buena persona" (16 por ciento), "ayudar a poner fin a la violencia y las agresiones sexuales contra la mujer" (9 por ciento), "ayudar a conservar el medio ambiente" (8 por ciento) y "defender y mantener seguro a mi país prestando servicio en el ejército" (4 por ciento).

Cuadro 3

¿Cuál es la mejor forma en que Ud. podría influir personalmente de forma relevante en la política estadounidense personalmente?

(sólo se contó una respuesta)

54%	Votar en las elecciones
9%	Ser voluntario en una campaña política
8%	Donar dinero a una causa
7%	Escribir por correo o por internet al funcionario elegido
7%	Activar mi red social de amigos y familia
4%	Presentarse a una posición política
3%	Donar dinero a una campaña

Si una mujer se incomoda y dice "detesto la política", lo que está diciendo en realidad es que no le importa quién administra las escuelas públicas ni lo que se enseña en ellas; o cuál sea el acceso a la atención médica, su práctica y su costo en Estados Unidos; o si el país está seguro, es próspero o competitivo mundialmente. No obstante, es obvio que no quiere decir eso. La política y el ejercicio del poder son el vehículo mediante el cual se logra el cambio en estos campos, pero no necesariamente el prisma a través del cual las mujeres actúan.

Más allá del año 2008

¿Qué pueden esperar de las mujeres los contendientes en la campaña presidencial de 2008? La variable en estas elecciones presidenciales podría ser una mujer candidata, lo que llevaría el debate hacia el momento en que habrá una presidenta, no a la posibilidad de que ello ocurra. La discusión ha cambiado de una presidenta hipotética a esa mujer en particular como presidenta, es decir, Hillary Rodham Clinton.

Con todo, la práctica en el pasado ha demostrado que las mujeres no necesariamente votan por otras mujeres. Si lo hubieran hecho, las senadoras Elizabeth Dole o Carol Moseley-Graun habrían ganado la candidatura de sus partidos a la presidencia cuando trataron de lograr su aprobación en los años 2000 y 2004 respectivamente, con base en la idea sencilla de que las mujeres constituyen una mayoría entre los votantes. El certamen presidencial de 2008 difiere de elecciones pasadas en que suceden muchas cosas por primera vez. Una mujer, un estadounidense de origen africano, un mormón y un hispano tienen la posibilidad de recibir la candidatura de sus partidos.

La lealtad al partido triunfa sobre el género, como lo reveló una encuesta de la revista *Newsweek* en julio de 2007, según la cual el 88 por ciento de los hombres y el 85 por ciento de las mujeres indicaron que si su partido candidatizaba a una mujer votarían por ella, siempre y cuando tuviera los requisitos para la posición. Sin embargo, al juzgar las tendencias de sus conciudadanos los estadounidenses expresaron menos entusiasmo en cuanto al "factor femenino", sólo 60 por ciento de los hombres y 56 por ciento de las mujeres creen que el país está preparado para tener una presidenta. En cuanto a raza, los votantes vacilan menos en votar por un candidato afroestadounidense de su partido que esté calificado, como lo sugiere el hecho de que el 92 por ciento de los encuestados blancos y 93 por ciento de los no blancos indicaron que respaldarían a dicho candidato. Como en el caso del género, un número menor de votantes duda que el país esté preparado para tener un presidente afroestadounidense: Sólo el 59 por ciento de los votantes blancos y el 58 por ciento de los no blancos creen que el país elegiría a un presidente negro. Algunas veces los votantes, al responder en las encuestas, pueden atribuir sus actitudes y estereotipos a sus amigos, familia y miembros de la comunidad, como una forma de reafirmar su propia posición y simultáneamente ocultar lo que creen o saben que es una posición "inaceptable" o "impopular'. Una advertencia en cuanto a este concepto es que la opinión de los votantes pudo haber sido influida por el hecho de que en 2007 hay candidatos prominentes, un afroestadounidense y una mujer. Cualquier oposición a un "estadounidense de origen africano" o a una "mujer" podría muy bien ser que no les gusta un candidato en particular.

Aunque el certamen para la presidencia es el más abierto en décadas (es la primera vez en 80 años que ni el presidente en el poder ni su vicepresidente son candidatos) una cosa es cierta: como lo han sido desde 1980, las mujeres serán una mayoría del electorado que decidirá quién será el próximo ocupante de la Oficina Oval. ■

Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas del gobierno de Estados Unidos.

La cobertura de la campaña presidencial vista desde el autobús de la prensa

Jim Dickenson

© Reuters/Jim Bourg

Reporteros de los medios de comunicación social, toman fotos, graban imágenes y hacen preguntas a un candidato a bordo del autobús asignado a la prensa durante un viaje de campaña en Iowa en enero de 2004.

Un veterano reportero de asuntos políticos relata sus experiencias en la carretera durante la campaña de un aspirante a la presidencia de Estados Unidos y habla sobre la función del periodista en la transmisión del mensaje de un candidato al pueblo estadounidense. Los días de la campaña son largos y de intensa actividad. El equipo de campaña del candidato puede ser una valiosa fuente de información si se sabe aprovechar, y aunque las paradas durante la campaña pueden llegar a ser rutinarias, el periodista profesional debe estar siempre preparado para informar sobre sucesos imprevistos y últimos acontecimientos. Jim Dickenson es periodista jubilado de la redacción de asuntos políticos del diario The Washington Post.

El último acto del largo día de campaña es la distribución del igualmente largo itinerario del día siguiente o "la biblia" – como la conocen coloquialmente los asesores, el equipo de campaña y la prensa — y que nos entregan cuando bajamos del avión o bien deslizan por debajo de la puerta de nuestra habitación del hotel. Un día típico transcurre de modo parecido al que se describe a continuación:

- 6:15 horas - Se baja todo el equipaje al vestíbulo del hotel.
- 7:15 horas - El candidato y el grupo de periodistas que sigue la campaña salen del hotel hacia los estudios de KXYZ-TV.
- 7:30 horas - El equipo de campaña y otro grupo de periodistas suben al autobús con destino al restaurante Palm para asistir al desayuno auspiciado por la Cámara de Comercio y el Club de Rotarios a las 8:00 de la mañana.
- 7:45 horas – Entrevista de cinco minutos de duración del candidato por el presentador Joe Smith para el programa matutino de KXYZ-TV.
- 7:50 horas - El candidato sale de KXYZ-TV para dirigirse hacia el restaurante Palm.
- 9:00 horas - Hora de partida del restaurante Palm hacia el aeropuerto Avery Houston.

Y así continúa. Muchas actividades y mucho movimiento de un lado para otro durante todo el día. Por lo menos, en la reunión de la Cámara de Comercio y de

Rotarios, no tendremos que preocuparnos de si habrá tiempo para tomar el desayuno en la cafetería del hotel. (Una regla básica de la campaña: comer siempre que haya oportunidad de hacerlo, por que la cargada agenda puede dejarte sin probar bocado). El subgrupo de prensa destinado a la estación KXYZ-TV nos entregará un informe escrito sobre todo lo transcurrido en la entrevista. Este subgrupo de reporteros informa sobre aquellos actos de campaña a los que por motivos de tiempo, espacio y otras consideraciones es imposible la asistencia de todos los periodistas. Esta representación suele incluir a un reportero de un diario, uno de una cadena televisiva, otro de una revista de noticias y otro de una agencia de noticias (AP o Reuters). A todos nos asignan por turno a este subgrupo de reporteros.

© AP Images/Robert F. Bukaty

Un equipo televisivo graba el autobús de un candidato a su llegada a Davenport, Iowa, en octubre de 2004.

La "biblia" es un documento que incluye información detallada que ha sido recopilada por el equipo de campaña y que hace posible que todos organicemos nuestro día, porque cada reportero tiene sus prioridades y proyectos en los que trabaja. ¿Cuál será la actividad principal o la que generará la noticia principal del día? ¿Se ha considerado en el itinerario la hora de cierre de las ediciones para disponer del tiempo necesario para redactar y transmitir la noticia a tiempo y desde los lugares propicios? Muchos reporteros tenemos diferentes horas de cierre debido a la geografía del país y a la producción de cada organización de noticias. ¿Podré faltar a una actividad y en lugar de ello charlar con el equipo de campaña sobre el análisis de noticias en el que estoy trabajando?

La campaña presidencial estadounidense es una danza intricada y compleja en la que participan muchas personas. Para todos ellos es también un proceso largo y tedioso, más agotador para unos que para otros. Un candidato que ocupa un tercer, cuarto o quinto lugar en las primarias, por ejemplo, tendrá que incluir más actividades en su jornada, particularmente en los estados más pequeños pero cruciales como Iowa (que celebra la primera conferencia de partido en el país para indicar su preferencia de candidato presidencial) y Nuevo Hampshire (donde se celebra la primera elección primaria) donde la "política al detall" o la comunicación directa con los votantes no es sólo esencial sino que es lo que todos esperan del candidato.

Los preparativos de campaña

Mucho antes de abordar el avión de un candidato, ya he realizado una investigación sobre su equipo de campaña. ¿Quiénes son los asesores políticos remunerados, los expertos en medios de comunicación social y los encuestadores? ¿Quiénes son los asesores no remunerados o extraoficiales, que pueden ser ex funcionarios, activistas o expertos en política y que más influencia ejercen?

También he asimilado la estrategia de la campaña. ¿Cuánto esfuerzo requerirán los estados que celebran las tradicionales primarias iniciales, como Iowa, Nuevo Hampshire y Carolina del Sur? ¿Cómo se hará frente a la nueva "superprimaria" del 5 de febrero de 2008 que se celebrará simultáneamente en muchos estados, entre ellos algunos de tanta envergadura como Nueva York, California y Florida, que hasta podrían decidir la designación del candidato a la presidencia de cada partido ese mismo día, nueve meses antes del día de las elecciones? ¿En qué estados tiene un apoyo fuerte el candidato y en cuáles menos? ¿En qué áreas de cada estado tienen más fuerza o menos influencia cada uno de los candidatos? Todos estos detalles son factores que contribuyen a la toma de la decisión política más importante del pueblo estadounidense, la elección de su presidente.

Nosotros, la prensa, somos otro factor importante en este proceso electoral. Debido a la merma de la importancia de los partidos políticos, que coincide con el incremento de la trascendencia de las primarias, los medios de comunicación social actúan como preseleccionadores de los candidatos. Nuestra función es evaluar sus políticas, características personales tales como inteligencia, temperamento, honradez, discernimiento, capacidad organizativa y poder de persuasión, y su competencia para la presidencia, para ayudar a los votantes a adoptar decisiones informadas sobre este asunto tan vital. Hemos asumido esta función con mucha seriedad desde la publicación en 1960 del libro de Theodore White titulado *The Making of the President*, éxito de venta que trata sobre la victoriosa campaña presidencial de John F. Kennedy contra Richard Nixon.

© AP Images/Stephan Savoia

Poco después del anuncio de su candidatura a la presidencia, el senador John McCain es acompañado por su esposa y equipo en un viaje en su autobús de campaña desde Portsmouth a Concord, Nuevo Hampshire, en abril de 2007.

Consulta de fuentes

Para los reporteros de asuntos políticos, una prioridad máxima es cultivar una buena relación con los asesores y equipo de campaña del candidato que pueden ser buenas fuentes de información. Este es un ejercicio permanente que implica la evaluación del carácter de la persona, aparte de diplomacia y la galantería. La clave es identificar las fuentes que realmente saben lo que pasa en la campaña y están dispuestas a intercambiar información con uno, una mezcla poco usual tanto en la campaña como en la oficina oval. Los expertos profesionales que trabajan bajo contrato suelen ser más idóneos para este propósito que el personal fiel e incondicional del candidato porque saben que probablemente volverán en una campaña futura, como también lo haré yo, y nos necesitaremos mutuamente.

También hago una evaluación de los asesores no remunerados que tienen más interés en la política nacional que en una carrera profesional o en una inversión personal en la campaña. Durante una campaña presidencial demócrata, me hice amigo de un simpático activista político y veterano de las campañas presidenciales de Kennedy. Cenamos juntos algunas veces en la ruta de la campaña y coincidimos en otras ocasiones en el bar. En un momento determinado, él decidió que le resultaba imposible seguir tolerando los errores y desaciertos que se cometían en la campaña. Seguro de que podía confiar en que yo daría una versión fidedigna de su relato y de que protegería su identidad, hizo un recorrido mental por el interior de la campaña a manera de "información de contexto", lo que significa que me autorizaba a utilizar esta información pero sin citar su nombre o revelar su identidad. El resultado fue uno de los mejores análisis de campaña que he escrito.

En 1988, cuando trabajaba para el diario *The Washington Post* me asignaron la cobertura de la campaña del entonces senador Al Gore en el llamado *Supermartes*, día en el que varios estados sureños celebraron las primarias al mismo tiempo con el fin de aumentar la influencia de la región en la designación del candidato presidencial. (Le fue muy bien en ellas, pero carecía de los recursos monetarios necesarios para presentarse en las primarias de los estados del norte). Gore hizo una parada en su estado natal de Tennessee en el ala de pediatría de un hospital recién inaugurada y equipada con la tecnología más avanzada. Allí nos encontramos con el entonces gobernador de Arkansas, Bill Clinton, y decidí saltarme el recorrido por el hospital para entrevistar a Clinton. Por conversaciones anteriores sabía que era un analista excelente de asuntos políticos, aparte de ser accesible, y el tiempo dedicado a la entrevista fue bien aprovechado. Para llevar a cabo esta entrevista acordé con un colega de un diario no competidor de la región del medio oeste del país que compartiría con él la información sobre Clinton a

Foto cedida por Jim Dickenson

El autor del artículo Jim Dickenson (izquierda) y Lionel Linder, director de la revista *National Observer*, en 1972.

cambio de su información sobre el recorrido por el hospital.

ESPERANDO LO INESPERADO

La "biblia" contiene un programa de actividades, pero no le es posible anticipar los uno y mil acontecimientos imprevistos que invariablemente se producen. Siempre debo estar preparado para responder a lo inesperado que, después de todo, es la definición de las noticias. Los últimos acontecimientos en Iraq, las nuevas medidas adoptadas en el Congreso sobre la inmigración o la atención a la salud, un candidato que se da de baja de las primarias de su partido por dificultades en la recaudación de fondos y así sucesivamente.

A veces, los giros de los acontecimientos son bien recibidos, sencillamente porque tanto los reporteros como los jefes de redacción ya están aburridos de las mismas expresiones del candidato en sus discursos de campaña. Repite lo mismo acto tras acto en la campaña a un público nuevo que lo acepta, pero hace que los periodistas estemos constantemente a la caza de la noticia más sobresaliente, del reportaje especial o del análisis de noticias. Sin embargo, en una ocasión había escrito y enviado lo que me parecía una crónica maravillosa sobre los principales actos de campaña de ese día que ilustraban muy acertadamente la postura del candidato frente a tres temas importantes, me sentía muy orgulloso del artículo y lo había enviado antes de la hora de cierre, y sin embargo, en una actividad celebrada más tarde ese mismo día, mi candidato expresó que su oponente había dado inicio a su campaña con la afirmación cuestionable de que el dióxido de carbono emitido por las hojas de los árboles era el causante de la neblina y el *smog* en una cordillera de montañas al este de Estados Unidos, y con ello inició una discusión importante sobre su política ambiental. Durante los dos días siguientes estuvimos liados con la cobertura de estas declaraciones y mi laborioso esfuerzo literario de días anteriores quedó enterrado bajo lo que, a mi parecer, era una cuestión absurda.

Con la nueva tecnología de computadoras portátiles, dispositivos de comunicación electrónicos, teléfonos móviles y demás, nos es posible anticiparnos cada vez más a los acontecimientos aun cuando estamos en ruta. Podemos consultar las agencias de noticias y otros sitios informativos en la Web. No tenemos que ir tras el equipo y los asesores de campaña para saber la respuesta a los últimos acontecimientos porque, usualmente, se nos han adelantado y enviado en un mensaje vía correo electrónico. El envío puntual de las crónicas desde el terreno era difícil antes de la era de las computadoras y los módem, pero la comunicación con la redacción en la sede es ahora algo generalmente constante e instantáneo gracias a los teléfonos móviles, el acceso inalámbrico a Internet y los módem de alta velocidad y de banda ancha de alta calidad para la transmisión y recepción de artículos, memorandos y documentos de información de contexto por medio de nuestras computadoras portátiles. También es evidente que la nueva tecnología, incluidos los satélites, ha facilitado la vida de los equipos de televisión, para quienes la tarea de hacer llegar a tiempo las grabaciones e imágenes para el noticiero de la noche solía ser la pesadilla logística de todos los días.

Sin embargo, la nueva tecnología conlleva más trabajo. Se espera que los periodistas de las organizaciones de noticias con portal en la Web y las emisoras radiales transmitan las últimas noticias a lo largo de todo el día. Por razones técnicas que nunca nadie ha podido entender, después de informatizar la redacción de los dos principales diarios en los que trabajé, *The Washington Star* y *The Washington Post*, la hora de cierre de la primera edición se fijó a las 19.00 y no a las 20.00 horas. Por otra parte, la tecnología facilita que el jefe de redacción pueda localizar a los periodistas para asignarles crónicas sobre temas bastante absurdos.

Es una gran vida si uno no se desanima. Es una vida para gente joven y de constitución fuerte que puede trabajar una jornada de 16 horas y aplazar la hora de la cena hasta las once de la noche. Cuando era joven y me sentía muy fuerte (hasta los 50 años) consideraba que era un desafío vigorizante.

Uno de los comentarios que con más frecuencia escucho cuando alguien se entera de que he trabajado en el mundo de las noticias es "parece muy interesante. Se aprenderá algo nuevo todos los días". "Sí", les respondo y pienso en mi interior, "no tienes la más mínima idea". ■

Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas del gobierno de Estados Unidos.

Las encuestas políticas: ¿se puede prescindir de ellas?

John Zogby

A partir de la década de 1960, el incremento en el número de encuestas de opinión pública ha sido notable. En el siguiente artículo, el experto encuestador John Zogby habla sobre la importancia de las encuestas, no sólo en la medición de actitudes respecto a los candidatos que aspiran a puestos políticos sino por lo que revelan sobre la forma de pensar y sentir de los electores sobre los temas de actualidad. El autor es presidente de la compañía de encuestas Zogby International, con sede en Útica, Nueva York, y oficinas en Washington, Miami y Dubai. Su empresa ha tomado el pulso de la opinión pública en América del Norte, América Latina, Oriente Medio, Asia y Europa desde 1984.

© AP Images/Jeff Geissler

Alfonso Martínez se inscribe como votante mientras pone gasolina en Santa Fe, Nuevo México.

Me gano la vida hacienda preguntas y aquí les plantearé varias: ¿Qué importancia tienen las primeras encuestas realizadas meses antes de las elecciones? ¿Hacen una predicción o son una mera lectura del termómetro social? Con todo el interés que existe sobre el calentamiento global, ¿no serán los estadounidenses (y aquellos que siguen las elecciones estadounidenses) víctimas del "uso excesivo de encuestas"; es decir, demasiadas encuestas en el dominio público? ¿Se puede prescindir de las encuestas de opinión pública? Intentaré formular respuesta a cada una de estas preguntas.

¿Qué importancia tienen las encuestas realizadas meses antes de las elecciones? ¿Hacen una predicción o son una lectura del termómetro social?

La metáfora más apta que me viene a la mente para explicar la importancia de las encuestas iniciales es la de una persona que se establece como objetivo el perder peso para noviembre de 2008. ¿Debería esa persona evitar subirse a la báscula durante meses o debería intentar medir su progreso con regularidad? La mayoría de las personas que intentan perder peso son como los profesionales y adictos de la política. Quieren información y la quieren con frecuencia. Ahora bien, la persona que está a régimen no tiene la seguridad de que alcanzará su meta para la fecha límite, pero los informes sobre su progreso, que es lo que representan las encuestas, le darán razones para poner más empeño o bien para permitirse comer de vez en cuando un pedazo de tarta de chocolate.

Las encuestas iniciales pueden proporcionar un caudal de datos que rebasan la mera información sobre el lugar que ocupan los candidatos en la competición electoral. ¿Cuáles son los temas que dominan en determinado momento? ¿Dejarán de ser cuestiones prioritarias o será necesario dedicarles atención? Las encuestas iniciales también reflejan el sentir general del público. ¿Se sienten complacidos con la dirección en la que va encaminado el país? o, como se plantea en las encuestas, "¿considera Ud. que van las cosas por el camino equivocado?" Estas son percepciones muy importantes, y las encuestas meramente añaden el elemento científico a lo que los candidatos ven y a lo que las multitudes sienten: satisfacción, resentimiento, ira, frustración, confianza y hasta desesperación.

Es importante entender que los encuestadores investigamos mucho más que sentimientos unidimensionales u opiniones fugaces sobre temas que puede que hasta los mismos votantes no entiendan. Las buenas encuestas intentan definir los valores que los electores atribuyen a cuestiones específicas. Estos valores no son efímeros. Son principios profundamente arraigados y sagrados. A menudo la gente puede sentirse en conflicto con sus propios principios rectores. El mismo votante puede opinar que la guerra en Iraq marcha mal porque causa muertes innecesarias y devastación, pero se siente igualmente preocupado porque el honor y la integridad de Estados Unidos están en juego. Incumbe a los candidatos y a sus gestores profesionales formular los símbolos y los mensajes más acertados para convencer a los votantes de que superen sus conflictos internos. Es por ello que las encuestas son valiosas para ayudar a optimizar la

comunicación del mensaje y de los temas de más relieve.

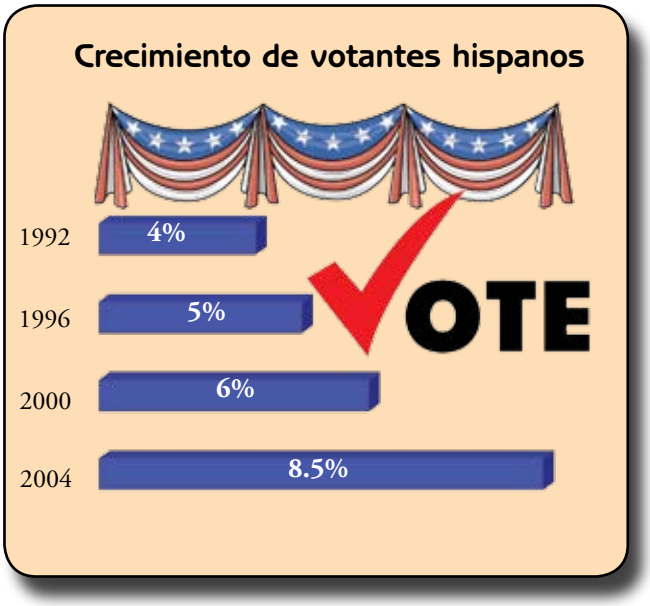
A la par, he aprendido durante las tres décadas que he ejercido como encuestador profesional que las mayorías a menudo son menos importantes en las campañas políticas que los sentimientos intensos que generan los temas de actualidad. Examinemos por un momento las cuestiones prioritarias en este momento para la elección presidencial de 2008. En un abrumador primer lugar está la guerra en Iraq. Tres de cada cinco votantes, aproximadamente, la consideran una cuestión de máxima prioridad. Si bien la oposición a la guerra en 2004 provenía mayormente de los demócratas (más del 80 por ciento) y de muchos independientes (más del 60 por ciento), el apoyo republicano para la guerra ese año fue casi tan intenso como la oposición demócrata. Por consiguiente, el presidente Bush comprobó que la guerra no le perjudicaba siempre que la vinculara al terrorismo, algo en lo que muchos votantes consideran que fue más hábil que su oponente demócrata, el senador John Kerry. Sin embargo, para 2005, no sólo se había reducido el apoyo a la guerra por parte del grupo de conservadores republicanos sino que una minoría firme de libertarios y de republicanos moderados se oponía al presidente.

La guerra contra el terrorismo es la segunda cuestión de mayor interés y nos presenta una visión reveladora de la dinámica de la opinión pública. Cuando Bush fue reelegido en 2004, fue favorecido por los votantes como la persona mejor capacitada para tratar esta cuestión, con un 67 por ciento frente al 24 por ciento de su contrincante Kerry. Para 2005, ante los ojos de los votantes, los demócratas y los republicanos estaban empatados en lo referente a su capacidad para luchar contra el terrorismo. Sin embargo, según avanzamos hacia el año 2008, los demócratas no están preparados para llevarles ventaja a los republicanos en esta cuestión porque no hay un grado intenso de apoyo entre los votantes que pueda impulsar a los demócratas hasta la victoria. Al menos de momento.

En varios de los recientes ciclos electorales, las cuestiones más polémicas han versado sobre "Dios, armas y homosexuales". Sin embargo, es posible que los republicanos estén perdiendo su ventaja porque los votantes ahora atienden a otras cuestiones como Iraq y el cuidado de la salud, que provocan inseguridad, ira y frustración; reacciones que conllevan emociones muy intensas.

La cuestión que promete ser más polémica en 2008 es la inmigración. He aquí un caso en el que las encuestas son aleccionadoras. Los estadounidenses se oponen a la inmigración ilegal, pero consideran que es justo que se establezca el medio de obtener la ciudadanía a los que ya están en el país. Desean un control más eficaz en la frontera, pero se oponen al desembolso de cientos de millones de dólares para erigir una barrera entre Estados Unidos y México. Sin embargo, al igual que en el tema de la guerra de Iraq, la cuestión no ha sido tan influenciada ni por las mayorías que apoyan ni por las que se oponen a las diferentes medidas, sino que se nutre de la intensidad del apoyo u oposición de un grupo relativamente escaso de votantes. Los republicanos se encuentran nuevamente en una difícil posición frente a esta cuestión.

Los candidatos republicanos a la presidencia y a los escaños en el Congreso se encuentran entre las voces conservadoras que claman más enérgicamente su oposición a cualquier esfuerzo por legalizar la situación de los que están ilegalmente en el país y el número creciente de votantes hispanos marginados por los esfuerzos para construir la barrera en la frontera del sur. Si se tienen en cuenta algunas cifras, los hispanos constituyeron el 4 por ciento de los 92 millones de votantes en las elecciones de 1992, 5 por ciento de 95 millones en 1996, 6 por ciento de 105 millones en 2000 y 8,5 por ciento de 122 millones en 2004. En términos de porcentaje del electorado estadounidense, los hispanos aumentan a un ritmo más acelerado que la población general. Cuando el presidente Bush recibió el 40 por ciento del voto hispano en 2004 (un incremento de 5 puntos sobre el del año 2000), se quedó con el pedazo más grande de una tarta mucho mayor. Como consecuencia del tema de la inmigración principalmente (junto al de Iraq y la economía), la participación republicana del voto total en las elecciones legislativas de 2006 se redujo en un 28 por ciento. Los republicanos sufrieron una gran derrota. Ahora que las encuestas iniciales del ciclo electoral 2008 demuestran que los republicanos sufren la pérdida de votantes hispanos, estos afrontan una importante decisión sobre la cuestión de inmigración.



¿Se hace uso excesivo de las encuestas?

En la década de 1960, existían las organizaciones de encuestas Gallup y Harris. Para la década de 1970, las principales cadenas televisivas se habían unido a los diarios

© AP Images

John Zogby, encuestador internacional, se dirige al público en la Ciudad de Oklahoma, Oklahoma, y habla sobre la importancia del voto hispano en las elecciones de 2008.

más importantes del país. Para 1992 sólo existían unas pocas organizaciones encuestadoras importantes. Estaba claro que era justificable la existencia de encuestas realizadas por medios informativos y por organizaciones independientes. Su función era realizar encuestas con credibilidad e independencia para vigilar contra el abuso de candidatos que podían confabular para tergiversar los resultados de las encuestas publicadas para el público y para los posibles contribuyentes a la campaña poniendo en conocimiento público sus versiones.

Con la llegada de las nuevas cadenas de noticias por cable y de otros medios de comunicación, se observa una proliferación de encuestas públicas. En 2006 había al menos dos docenas de encuestas independientes de dominio público y la cifra va en aumento. Por lo tanto, cabe preguntarse si no será excesivo el número de fuentes informativas y encuestas. Hasta la fecha, los estadounidenses parecen estar complacidos con ambas cosas: más opciones de noticias y encuestas adicionales. Los estadounidenses quieren sentirse conectados para saber si sus puntos de vista coinciden con la mayoría o si están al margen de las corrientes principales, y para observar cómo le va a su candidato ante un público más amplio; es decir, más allá de su propio mundillo de amigos, peluqueros, barberos, del mercado donde compra, de su familia y de su vecindario.

No obstante, el número mayor de encuestas trae consigo más responsabilidades para los encuestadores, el público y los medios de comunicación. Los que somos profesionales en este campo tenemos la obligación de recordar a los estadounidenses lo que las encuestas son capaces de hacer o no. Con frecuencia oímos una vez que se publican los resultados de nuestras encuestas que son "predicciones", cuando en realidad sólo estamos presentando una instantánea de un momento determinado, haciendo una lectura del termómetro social, trazando el progreso en una escala gráfica. Cualquier cosa puede ocurrir entre el momento en que se hizo la encuesta y el día de los comicios, aun cuando se haga la encuesta la víspera de las elecciones.

Por otra parte, las encuestas tampoco son perfectas. No interrogamos a cada persona de un total preseleccionado de la población, sino que tomamos una muestra representativa de la población. Por lo tanto, se integra a la encuesta un margen de error (aunque hay otros factores que pueden causar errores). Muchos de nosotros operamos dentro de un margen de error de "más o menos tres" en las encuestas nacionales, por lo que es posible una variación de seis puntos. Si el Candidato A recibe un 53 por ciento de los votos en esa encuesta y el Candidato B obtiene un 47 por ciento, significa que el porcentaje de A puede llegar a ser 56 por ciento o ser tan bajo como un 50 por ciento, en tanto que el de B puede ser tan alto como del 50 por ciento o tan bajo como de un 44 por ciento. En otras palabras, los candidatos podrían empatar. Podemos proyectar si la elección será reñida o no, pero no vaticinamos resultados, a menos que sea a través de corazonadas o el análisis de nuestras cifras, y eso sólo se hace con el fin de entretener y no de predecir.

Es necesario que el público mire las encuestas con un escepticismo sano. Son herramientas muy útiles para entender la dinámica de las elecciones, así que no hay que pasarlas por alto, y por lo general, el producto de nuestra labor es muy exacto. Sin embargo, en 2000 cuando mis encuestas (y las de la cadena de noticias CBS) daban un pequeño margen de victoria al entonces vicepresidente Al Gore en el voto popular y varias otras encuestas daban una ventaja de dos o tres puntos al entonces gobernador George W. Bush, lo que nuestras proyecciones indicaban era prácticamente lo mismo.

Por último, los medios informativos — en particular la radio y la televisión — deberán explicar mejor lo que es un error de muestra, cuestionar la formulación de las interrogantes y otras fuentes que posiblemente limiten las encuestas, en tanto que informan sobre los resultados en su justo contexto, por ejemplo, sobre las actividades de campaña, discursos y otros factores que puedan haber incidido en los resultados en el momento de hacerse la encuesta.

¿Podemos prescindir de las encuestas?

Pues, verdaderamente, yo no. Al parecer tampoco les es posible a los políticos profesionales ni a los observadores políticos. Las encuestas realizan la importante función de revelar los más íntimos pensamientos, sentimientos, prejuicios, principios y comportamiento del ámbito político. Después de todos estos años he aprendido que cada estadounidense puede estar mal informado, sentirse indiferente o sencillamente estar equivocado, pero el pueblo estadounidense siempre está suficientemente enterado y casi nunca equivocado cuando responde a encuestas o, en todo caso, cuando emite su voto. ■

Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas del gobierno de Estados Unidos.

Un nuevo comienzo

Entrevista con Charlie Cook y Jerry Hagstrom

© CORBIS/epa/Shawn Thew

Votantes en fila para votar en la elección de mitad de período de 2006 en Alexandria, Virginia, el martes 7 de noviembre de 2006.

La elección presidencial estadounidense de 2008 es poco común porque ni el presidente ni el vicepresidente titulares se presentan como candidatos para el cargo más alto en el país. En una entrevista con la redactora Michelle Austein de la Oficina de Programas de Información Internacional, dos expertos discuten este fenómeno y examinan qué más puede esperarse en la temporada electoral de 2008. Charlie Cook es editor y director de Cook Political Report y Jerry Hagstrom es redactor colaborador del National Journal.

Pregunta: ¿Nos pueden decir por qué el público estadounidense y el público internacional prestan tanta atención a la carrera presidencial de 2008 tan temprano y por qué esta elección parece ser diferente a las anteriores en Estados Unidos?

Cook: Esta es la primera elección en ochenta años en la que ni un presidente o vicepresidente titular procuran la presidencia. Que haya una competencia totalmente abierta entre los dos partidos es realmente extraordinario.

Normalmente se tiene por un lado a un presidente o vicepresidente que generalmente gana fácilmente [la nominación de su partido], o tal vez haya dos candidatos, mientras que en el otro lado hay un gran número de candidatos. Esta vez, el campo es amplio, con muchos participantes en ambos lados. Realmente es un ciclo electoral extraordinario. Nunca hemos visto una cosa parecida.

Hagstrom: Pienso que también es una competencia que va ser interesante ver y que va a ser importante para personas en otros países, y es importante empezar a observarla temprano porque hay tanta incertidumbre en cuanto a quiénes serán los candidatos y, naturalmente, quién ganará por último la elección.

Pregunta: Los candidatos empezaron a recaudar dinero antes que en las elecciones pasadas. Parte de la razón es que ninguno de los candidatos es titular, ¿existen otras razones?

Cook: Cada vez es más difícil llegar a los votantes. Hace veinte o treinta años, había tres cadenas de televisión, y

© AP Images/Alan Diaz

Los aspirantes demócratas a la presidencia, el senador Barack Obama y la senadora Hillary Clinton, en Coral Gables, Florida, en septiembre de 2007, en el debate para las primarias demócratas.

prácticamente se podía llegar a cualquier persona de esa manera. Ahora con la televisión por cable y por satélite y centenares y más centenares de canales, y muchas otras distracciones, es más difícil llegar a los votantes; es difícil comunicarles un mensaje.

Hagstrom: Hace muchos, muchos años, los candidatos solían presentarse en eventos importantes, o en las grandes fábricas, y atraían grandes concurrencias. Hoy no sería posible hacer esto. Debe recordarse que los estadounidenses trabajan en oficinas. No concurren a estos grandes eventos, de manera que debe llegarse a la gente a través de la televisión y la radio, y eso requiere dinero para la compra de publicidad.

Cook: En Estados Unidos, la gente realmente vota por el candidato –la persona – y no por el partido. Esto requiere gastos mucho mayores que en un sistema de gobierno parlamentario.

Hagstrom: Debido a que usamos un sistema de elecciones primarias para elegir a nuestros candidatos, un candidato puede surgir realmente de la nada. No necesita tener grandes antecedentes en el partido para ser designado. Pero se necesita dinero, personal y tiempo para llegar a esos miembros del partido antes de que tenga lugar la elección primaria.

Pregunta: Los candidatos de este año parecen ser los más variados en la historia estadounidense. ¿Tienen ustedes alguna idea de por qué ocurre esto en esta temporada y si esto sienta algún precedente para las elecciones futuras?

Hagstrom: Pienso que una de las razones es porque la sociedad ha evolucionado y es más variada ahora y más propensa a aceptar la diversidad. Hace veinte o treinta años, hubiera sido difícil para estos [candidatos] que les tomaran en serio.

Cook: Una encuesta de Gallup efectuada anteriormente en este año indicó que un 94 por ciento de los estadounidenses votaría por un candidato afroestadounidense cualificado. Un ochenta y ocho por ciento votaría por una mujer cualificada. Esas estadísticas no hubieran existido hace ocho, doce, dieciséis o veinte años. Nuestro país es más diverso ahora que lo que solía ser. Acepta más la diversidad ahora que en el pasado. Sí, hubo mujeres que presentaron su candidatura en el pasado, tuvimos afroestadounidenses que se presentaron para la presidencia, pero estos nunca tuvieron una verdadera oportunidad. Esta vez se presentan como candidatos y tienen realmente una oportunidad, y eso dice algo acerca de cómo Estados Unidos ha cambiado.

> [Un candidato] no necesita tener una larga trayectoria en el partido para ser designado.

Pregunta: En Estados Unidos hay mucha gente que supone que Iraq dominará la campaña política, ¿qué otros temas se escuchan?

Cook: Pienso que Iraq será un factor importante, pero no estoy seguro – no sabemos cuál será la situación en el otoño de 2008. El estado de la economía podría ser un tema de interés. El medioambiente y el calentamiento global finalmente han adquirido madurez. Es un tema en que se ha estado trabajando – durante veinte o treinta años – para que sea así. Pero al final de cuentas, la mayoría de los votantes evaluarán a las personas, no los temas.

Hagstrom: Por último, lo que realmente cuenta en una elección presidencial es el carácter. Es una cuestión de quién merece nuestra confianza.

Pregunta: Muchos estados han adelantado la fecha en que celebrarán sus elecciones primarias. Parece que un gran número de estados tendrán su elección el 5 de febrero. ¿Qué efecto tendrá esto en la campaña electoral?

Cook: Es irónico que muchos estados hayan adelantado sus elecciones primarias al 5 de febrero para que tengan relevancia, y ahora, son tantos los que lo han hecho que

la mayoría de esos estados y la gente realmente no tendrán mucho peso en la decisión. Cuando 21, 22 o 23 de los cincuenta estados, incluso algunos de los estados más grandes del país, votan el mismo día, es difícil que un estado en particular reciba atención personal. Supongo que sabremos quiénes serán los candidatos, si no después del 5 de febrero, entonces después de las primarias, aproximadamente una semana más tarde.

Después la campaña electoral entrará brevemente en una fase de descanso. La gente se concentrará durante dos o tres meses en otras cosas, y luego la campaña será reanudada y ganará ímpetu hasta la elección en noviembre.

Hagstrom: Por el momento, parece que las conferencias electorales en Iowa y la elección primaria de Nuevo Hampshire, que tendrán lugar antes de estas elecciones primarias del 5 de febrero, seguirán siendo importantes dado que proporcionarán un indicio de quiénes son los que el público estadounidense prefiere.

Pregunta: ¿Qué buscan los votantes que todavía no han decidido por quién irán a votar y, tenemos ya alguna idea de lo que desean en esta temporada?

Cook: Quieren ver carácter, o buscan una especie de comodidad. Es como si trataran de decidir a quién invitarán a su casa y a quién verán en su pantalla de televisión durante los próximos cuatro años. Los votantes entienden que no están al tanto de todos los asuntos que los presidentes tienen que confrontar. Es cuestión de saber con quién se sienten cómodos, quién tomará las decisiones sobre cosas que ellos no tienen manera alguna de ni siquiera saber que existen.

Hagstrom: Pienso que en cuanto a esos votantes, una vez que empiece realmente la temporada electoral, una cuestión relevante será la situación de la guerra en Iraq. Este podría ser su tema dominante, o tal vez habrá otra cosa que domine.

Pregunta: ¿En qué forma afectará la campaña electoral de 2008 a la política exterior de Estados Unidos?

Hagstrom: Los candidatos demócratas dirán que ellos harán cambios en la política hacia Iraq, mientras que los candidatos republicanos en este momento difieren sobre si seguirán el curso fijado por el presidente Bush o sobre los cambios que harían.

Cook: Pienso que el presidente representa a Estados Unidos ante el mundo. Es una oportunidad para comenzar de nuevo.

Pregunta: ¿Puede alguno de ustedes comentar sobre si aumentará o no la concurrencia a las urnas?

Cook: Hemos visto un aumento en la concurrencia de los votantes durante los últimos seis u ocho años por dos razones. Solíamos oír a la gente decir "no importa quién gane". Bueno, pues ya no se oye eso porque, a mi parecer, la gente entiende, ya sea que se trate del terrorismo, la guerra, la pobreza o el huracán Katrina, la gente ahora cree que sí importa quién es el presidente de los Estados Unidos.

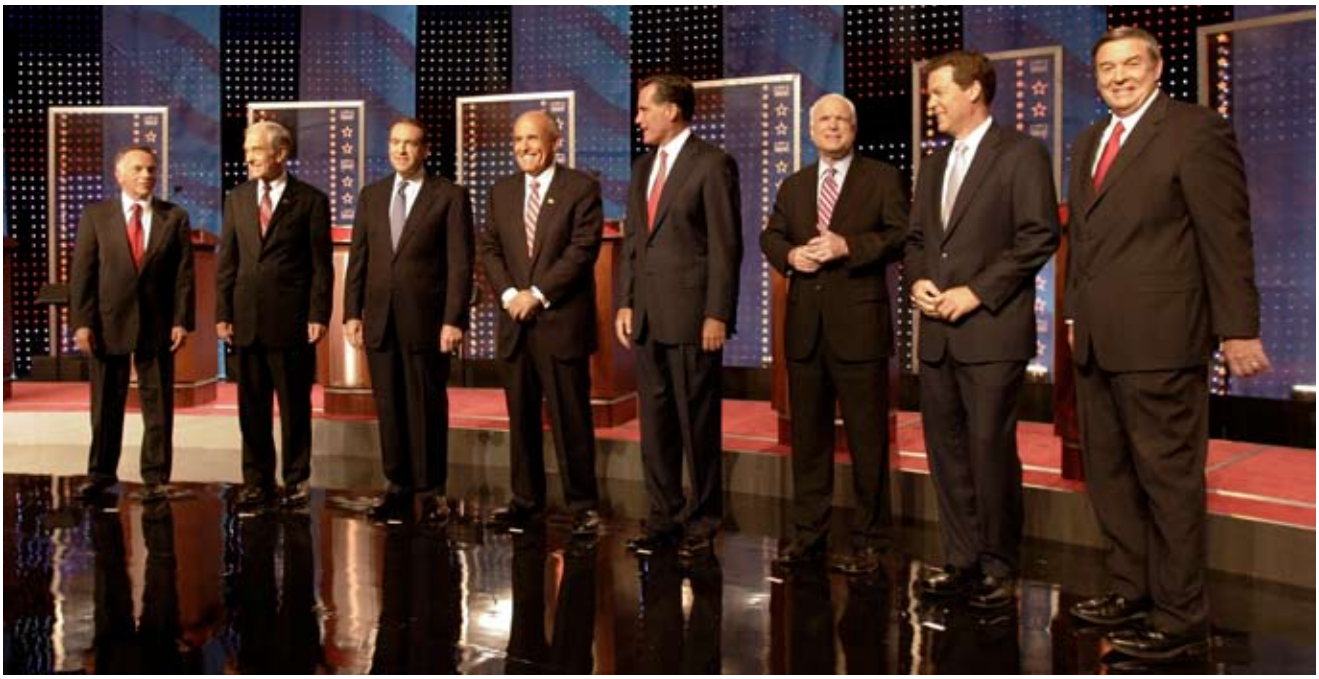
Foto Sandra Bruckner

Charlie Cook (izquierda) y Jerry Hagstrom en el Departamento de Estado de Estados Unidos en Washington, D.C., en junio de 2007.

Algunas de las comparaciones que se hacen sobre la concurrencia de los votantes estadounidenses a las urnas realmente no son justas. En lo que respecta a Estados Unidos, hay que pensar en elecciones municipales, a nivel de condado, estado, federal; elecciones primarias, elecciones generales y, en algunos casos, elecciones especiales de desempate. A los estadounidenses se les pide que voten con mayor frecuencia que a la gente en otros países. Creo que hay más de 600.000 cargos electivos en los Estados Unidos. Realmente no es una comparación justa porque los estadounidenses votan más veces que ningún otro pueblo en el mundo. Es que tienen muchas más elecciones diferentes.

Hagstrom: La gente sabe que importa quién gane, y pienso que los votantes estarían altamente motivados para concurrir a las urnas, pero depende también de quiénes sean los candidatos y de si la base de cada partido se preocupa realmente de elegir a la persona que ha sido designada.

Pregunta: Hemos visto que la tecnología desempeña un papel en la manera en que se discute acerca de los candidatos, en particular informalmente en Internet. ¿Creen ustedes que esto afecta la forma en que los candidatos llevan a cabo la campaña?



© AP Images/Bill Sikes

Aspirantes republicanos a la presidencia (de izquierda a derecha) Tom Tancredo, Ron Paul, Mike Huckabee, Rudy Giuliani, Mitt Romney, John McCain, San Brownback y Duncan Hunter, fueron a la Universidad de Nuevo Hampshire en Durham para celebrar un debate presidencial republicano en septiembre de 2007.

Cook: Pienso que si se examinan los presupuestos de las campañas, se vería que el porcentaje de los presupuestos [de los candidatos] destinado a nuevas tecnologías ha aumentado pero que sigue siendo muy, muy pequeño.

Hagstrom: [Internet] es muy bueno para organizar a los partidarios; es muy bueno para recaudar dinero, pero no es bueno con fines de persuasión. Una excepción ha sido la creación de *YouTube*, un medio visual que existe en Internet.

En toda campaña electoral hay ahora una persona joven con una cámara fotográfica que sigue al candidato opositor. Esto se refiere también al carácter. [Los estadounidenses] quieren ver cómo esa persona se ve en un momento desprevenido, y algunos de estos momentos ocurren cuando el candidato le habla a un público amistoso. Por lo tanto este método de filmar a los candidatos en todo momento y de poner cualesquiera errores que cometan en *YouTube* es, en cierta forma, muy revelador. No creo que los votantes deban pensar que ese es el único aspecto de este candidato, pero esto se ha convertido en una parte importante de las campañas electorales.

© AP Images/Shane Macomber

En una fiesta electoral republicana en Vail, Colorado, partidarios reaccionan alegremente a una información actualizada del Colegio Electoral sobre el conteo de los votos en noviembre de 2004.

Pregunta: En las elecciones estadounidenses, el resultado de la elección presidencial se reduce a un puñado de estados oscilantes, y generalmente vemos que esos mismos son el foco de atención una y otra vez porque podrían votar o a favor de los demócratas o de los republicanos. ¿Hay razones para creer que esta vez se tratará del mismo puñado de estados influyentes, o habrá algunos estados nuevos?

Cook: En gran medida serán los mismos estados. Si se examina

Cargos electivos

Hay un dicho popular estadounidense que dice, "a éste nadie lo elige ni como perrero" – lo que esencialmente significa que un candidato carece de las cualidades necesarias para ser elegido. Es un dicho enteramente metafórico porque en Estados Unidos el puesto de perrero es efectivamente uno de los pocos cargos públicos locales que no dependen de las elecciones. Es verdad que el perrero es contratado por funcionarios locales elegidos y que a los votantes se les ahorra la obligación de verificar las cualificaciones del potencial perrero, pero existen muchas oportunidades para que los votantes inclinen la balanza en favor de sus candidatos preferidos para un cargo electivo.

Si bien Estados Unidos tiene un solo gobierno federal, hay en el país cincuenta gobiernos estatales, más de 300.000 cargos electivos en los gobiernos locales (condados, ciudades y pueblos), y cerca de 200.000 distritos especiales, como los distritos escolares y los distritos de aguas. Por lo tanto, se les pide a los votantes que voten no solamente por el presidente y el Congreso sino también por miles de funcionarios de los gobiernos locales, por ejemplo, por los legisladores del estado, el gobernador y vicegobernador del estado, los auditores del estado, los comisionados del condado, los alcaldes de pueblos y ciudades, los concejales, jueces, jefes de policía, magistrados, alguaciles, jueces de paz y los miembros de los consejos de enseñanza primaria, consejos de enseñanza superior, consejos de servicios públicos y otros cargos públicos.

Algunos de los cargos electivos menos comunes son el médico forense del condado, los miembros de los distritos de irrigación y de las comisiones de cementerios del pueblo, el arboricultor encargado de supervisar la extracción de árboles que representen un peligro en las propiedades municipales del pueblo. ■

la campaña de 2000 de George W. Bush y Al Gore y la campaña de 2004 de George W. Bush y John Kerry, solamente hubo tres estados en todo el país que fueron diferentes la primera y segunda vez. Gore logró ganar en Nuevo México y en Iowa pero perdió en Nuevo Hampshire, y Kerry ganó en Nuevo Hampshire y perdió en Nuevo México y en Iowa. Pienso que probablemente serán los mismos estados, pero estamos viendo que los demócratas se están adelantando algo más en algunos de los estados del sudoeste. Veremos que Nuevo Hampshire, que solía ser un estado muy conservador y de orientación republicana, se ha tornado menos y menos conservador y más demócrata, pero al mismo tiempo estamos viendo otros estados tornándose menos demócratas y más republicanos, Luisiana, por ejemplo. En Virginia Oeste – estamos viendo un cambio en su forma de votar y mayores dificultades para los demócratas, y solía ser un estado seguro para los demócratas.

Hagstrom: Lo que anticipo en esta elección es que habrá una gran competencia por el votante rural. Generalmente se considera que la región rural de Estados Unidos es territorio republicano, pero no siempre es republicano, y a los demócratas les fue muy bien en las elecciones del Congreso en 2006.

Pregunta: Los estados han invertido mucho tiempo y dinero después del año 2000 en examinar la forma en cómo realizan sus elecciones, ¿creen ustedes que esto afectará la concurrencia de los votantes a las urnas?

Cook: La concurrencia a las urnas en 2004 fue mayor que en el año 2000. En las dos últimas elecciones de mitad de período, la concurrencia a las urnas aumentó. Como país no gastamos mucho dinero en nuestro proceso de administración electoral, y como resultado tenemos un sistema que tiene muchos defectos. No es fraude, contrario a lo que mucha gente cree.

Si los estadounidenses desearan gastar más dinero en el conteo de los votos y en la administración de la elección, podríamos tener un sistema realmente bueno, ¿pero querrán hacerlo a costa de, digamos, la educación? ¿el cuidado de la salud? ¿nuestras responsabilidades en el mundo en lo que se refiere a la ayuda exterior? Visto en el contexto más amplio, tener un conteo exacto, preciso en las elecciones cuando en su gran mayoría éstas ni siquiera son reñidas – eso nunca ha sido una alta prioridad para el pueblo en lo que respecta al modo en que se gasta su dinero.

Hagstrom: Una de las razones por las que se oye tanto acerca de estas variaciones en las elecciones es que éstas son organizadas por los gobiernos de los estados. El gobierno federal se involucra sólo cuando existe un problema mayor. Por lo tanto hay muchas variaciones de un estado al otro y de un condado al otro.

Otro factor es que tenemos este legado de no haber permitido votar a los afroestadounidenses en los estados del sur, y nadie desea regresar a un sistema en el que se restringe el derecho a votar. Hay resistencia a tornarnos tan estrictos que pudiéramos impedir el voto de alguien. Esta es una cuestión sumamente importante en un país con una población tan diversa como Estados Unidos. ■

Las opiniones expresadas en esta entrevista no reflejan necesariamente los puntos de vista ni las políticas del gobierno de Estados Unidos.

Financiación de las elecciones del año 2008 en Estados Unidos

Jan Witold Baran

© AP Images/Kiichiro Sato

El candidato al Senado Sharrod Brown, en campaña en Mount Gilead, Ohio, habla con los votantes en un café en agosto del 2006.

Competir en una elección para un cargo federal en Estados Unidos requiere que los candidatos recauden enormes sumas de dinero para financiar sus campañas, y la recaudación y desembolso de ese dinero están sumamente regulados por el gobierno estadounidense. Jan Witold Baran, experto en leyes electorales, explica las restricciones legales a las contribuciones que individuos y organizaciones ponen a las campañas, describe cómo las campañas determinan los gastos y discute el financiamiento público y privado de las elecciones presidenciales. El autor es socio del bufete de abogados Wiley Rein LLP de la ciudad de Washington, y comentarista y analista legal de Fox News, la Radio Pública Nacional y ABC News.

Para el verano de 2007 casi dos docenas de candidatos habían iniciado campañas para convertirse en el próximo presidente de Estados Unidos. La elección propiamente no tendrá lugar hasta el 4 de noviembre de 2008, pero estos candidatos ya han iniciado campañas pretendiendo la designación como candidatos por su respectivo partido político, el Republicano o el Demócrata. Los partidos eligen sus candidatos a la presidencia formalmente en convenciones que se celebrarán en el verano de 2008, pero los candidatos deben comenzar a buscar delegados que les apoyen en las elecciones internas que comenzarán en enero de 2008. Este largo y arduo proceso exige de los candidatos que sean hábiles, perseverantes e incansables. También requiere grandes sumas de dinero.

Los cargos de presidente, senador y representante son cargos federales. Son los miembros elegidos para la Casa Blanca, el Senado de Estados Unidos y la Cámara de Representantes de Estados Unidos en la ciudad de Washington. Las campañas para elegir a estos funcionarios las regulan las leyes federales, que determinan también cómo se pueden recaudar fondos, de quiénes y en qué cantidad. Las leyes financieras de las campañas federales están separadas de las leyes estatales que regulan las elecciones a cargos estatales y locales, tales como los de gobernador, alcalde o miembro de la legislatura del

© AP Images/Lucy Pemoni

Sam Aiona, presidente estatal del Partido Republicano en Hawai, urge a la Comisión Federal de Elecciones que siga de cerca los temas de financiamiento y supervisión de campañas.

estado. En consecuencia, un candidato a desempeñar un cargo federal debe obedecer las leyes federales, que son en cierta medida complejas y restrictivas. Los candidatos presidenciales encuentran que es necesario recaudar centenares de millones de dólares para las campañas dirigidas a un país con más de 100 millones de votantes, pero la manera en que estos candidatos recaudan y gastan este dinero está sumamente regulada.

Organización de una campaña

Un candidato a presidente debe designar una organización de campaña, llamada comité político. El comité político debe contar con un tesorero y debe inscribirse en la Comisión Federal de Elecciones (FEC). Pese a su nombre, la FEC sólo supervisa y pone en práctica las leyes de financiación electoral; de hecho, no lleva a cabo las elecciones. En Estados Unidos el proceso de empadronar a los votantes, dirigir la votación y contar los votos es responsabilidad de los funcionarios electorales estatales y locales.

En la FEC hay inscritos varios tipos de comités políticos. Aparte de los candidatos, los partidos políticos deben inscribir en la agencia sus propios comités. Además, cualquier grupo de ciudadanos particulares puede formar un comité político, incluso pueden hacerlo individuos pertenecientes a corporaciones, sindicatos obreros o asociaciones profesionales. A estos comités políticos se les suele llamar PAC, o sea comités de acción política, por sus siglas en inglés, y también deben inscribirse en la FEC.

Una vez inscritos, los comités políticos pueden comenzar a recaudar fondos de campaña. Todos esos fondos, al igual que los desembolsos, deben ser revelados en informes que se presentan mensual o trimestralmente en la FEC. Los informes se archivan electrónicamente y están a disposición del público en el sitio Web de la FEC [http://www.fec.gov]. Numerosas organizaciones privadas mantienen también sitios en la Red a fin de observar las contribuciones y gastos de los candidatos, los partidos políticos y los PAC.

Fuentes legales de contribuciones

Todas las donaciones a los candidatos federales o comités políticos deben provenir de individuos o comités inscritos en la FEC. Están prohibidas las contribuciones directas de corporaciones o sindicatos obreros, aunque estas entidades pueden patrocinar comités de acción política que

recogen dinero de individuos. Las contribuciones en efectivo a los PAC que superen 100 dólares son ilegales, como lo son las contribuciones de individuos a quienes se considera "extranjeros", es decir, que no son ciudadanos ni han sido admitidos permanentemente en Estados Unidos. Sin embargo los ciudadanos extranjeros admitidos como residentes permanentes pueden contribuir, aun cuando no puedan votar en una elección.

© AP Images/Damian Dovarganes

Mike Gordon, candidato en el distrito congresional 53 de California, discute cuestiones de estrategia con voluntarios de su campaña.

Límites al monto de las contribuciones

El monto con que un individuo o comité político puede contribuir está sujeto a varias limitaciones. Por ejemplo, un individuo no puede contribuir con más de 2.300 dólares a la campaña de un candidato. Este límite afecta "a cada elección". Consecuentemente, un individuo puede contribuir con un máximo de 2.300 dólares a la campaña de un candidato en unas elecciones internas, y con otro máximo de 2.300 dólares a la campaña de ese mismo candidato en las elecciones generales. Marido y mujer son considerados individuos separados y, por lo tanto, entre ambos pueden donar el doble del límite, o sea 4.600 dólares por elección.

Además de los límites a la cantidad con que puede contribuirse a los candidatos (y a otros tipos de comités) los individuos están también sujetos a un límite de contribución "agregado". Un individuo no puede donar más de 108.200 dólares a todos los candidatos federales y comités políticos en un ciclo electoral de dos años. (Los límites se ajustan cada dos años de acuerdo con el aumento de la inflación, lo que explica los inusuales montos en dólares).

Los PAC están sujetos a un límite de 5.000 dólares por elección para la campaña de un candidato. El monto con que puede contribuirse a los partidos políticos está también limitado, pero es mayor que el límite de las contribuciones de los PAC a un candidato individual.

En consecuencia, un candidato a presidente que aspira a recaudar, por ejemplo, 23 millones de dólares – una cantidad relativamente modesta en una campaña presidencial – debe hacerlo atrayendo donantes individuales, que no pueden donar más de 2.300 dólares y, quizás, también PAC que están limitados hasta 5.000 dólares. Para recaudar 23 millones de dólares, ese candidato necesitaría, como mínimo, 1.000 personas que donaran el máximo permitido. Es más probable que el candidato trate de encontrar varios miles de contribuyentes, la mayoría de los cuales donarán menos del máximo legal.

Gastos de campaña

Para hacer campaña para obtener un cargo, un candidato necesita contratar personal, hacer arreglos para disponer de espacio de oficina, llevar a cabo investigaciones, preparar documentos que fijen su posición, hacer anuncios por radio y televisión, en publicaciones y en Internet, y hacer numerosas apariciones en público y en eventos de recaudación de fondos. Los candidatos a la Cámara de Representantes realizarán estas actividades en sus distritos congresionales específicos, en tanto que los candidatos al senado harán lo mismo en su circunscripción electoral, que comprende todo el estado.

Los candidatos a presidente enfrentan la intimidante tarea de organizar sus campañas estado por estado y luego, si obtienen la designación para la candidatura, en toda la nación. La planificación inicial de una campaña presidencial – conseguir la candidatura del partido – se concentrará en los estados donde se realicen en fechas más tempranas las elecciones primarias o internas. Por lo tanto, los candidatos tratarán de organizarse en Iowa, Nuevo Hampshire, Carolina del Sur, Nevada y Florida,

los cuales celebrarán conferencias de partido o elecciones primarias en enero de 2008. Anteriormente, otros estados celebraban sus elecciones primarias en un ciclo que corría hasta junio. Pero en 2008 la mayoría de los estados, inclusive los grandes como California, Nueva York y Texas llevarán a cabo sus elecciones primarias el 5 de febrero. Este calendario electoral sumamente acortado impone enormes demandas a las campañas presidenciales para que recauden substanciales cantidades de dinero – según algunos cálculos de por lo menos 100 millones de dólares – con el fin de financiar actividades en estas primarias. Cuánto se recauda y en qué se gasta el dinero será un asunto público, dado que los comités de campaña tendrán que revelar sus finanzas a la FEC. Estos informes, particularmente a lo largo de 2007 y enero de 2008, se conocen como "el dinero de las primarias" porque se considera en general la medida de la cantidad de apoyo que cada candidato atrae antes del comienzo de la votación real.

Financiación pública de las campañas

Desde 1976 los candidatos a presidente han tenido derecho de participar en un sistema de financiamiento público según el cual el gobierno de Estados Unidos proporciona financiamiento a las campañas que cumplan cierta cualificación. Hasta las elecciones del 2000, todos los candidatos a la presidencia participaban en este sistema al aceptar fondos gubernamentales a cambio de la promesa de no gastar más de una cantidad específica. Pero este sistema ha llegado a ser cada vez menos atractivo para los candidatos debido a que el límite de gastos impuesto se considera demasiado bajo – por debajo de la cantidad que los principales candidatos pueden fácilmente recaudar de fuentes privadas. En consecuencia, en el año 2000 el entonces gobernador George W. Bush se convirtió en el primer candidato importante en renunciar a la financiación pública en las elecciones primarias. Cuatro años después el presidente Bush, republicano, y los candidatos demócratas el senador John Kerry y el gobernador Howard Dean optaron por apartarse del financiamiento público en las competencias primarias. En el 2008 se anticipa ampliamente que, por primera vez, todos los principales candidatos demócratas y republicanos, con excepción del demócrata John Edwards, renuncien a la financiación pública para las elecciones primarias. También parece probable que los candidatos presidenciales demócratas y republicanos renuncien al sistema de financiamiento público durante la campaña de las elecciones generales.

¿Cuánto se gastará?

Es difícil predecir la cantidad que las campañas gastarán en las elecciones de 2008, pero es bastante prudente hacer una predicción: en estas elecciones se gastará más dinero que nunca antes. En el 2004 el presidente Bush recaudó 270 millones de dólares para las elecciones primarias y recibió 75 millones de dólares en fondos públicos para las elecciones generales. El senador Kerry, su oponente final, le siguió de cerca, al recaudar 235 millones de dólares para las primarias y recibir lo misma cantidad de 75 millones para las elecciones generales. En 2008 el número de candidatos ha aumentado, pero también lo ha hecho el límite a las contribuciones (2.300 dólares contra los 2.000 dólares permitidos en 2004). Ha habido también un aumento en la cantidad de estadounidenses que contribuyen a las campañas; el hacerlo se ve facilitado por la comodidad que representa contribuir electrónicamente a través de los sitios Web de la campaña en Internet.

Además de lo que gasten los candidatos, gastarán dinero los partidos políticos, los PAC y otros grupos de interés. En 2004 el Centro por una Política Responsable calculó que en las campañas electorales de ese año todos los candidatos federales, los partidos políticos y otros gastaron 3.900 millones de dólares. Esto representó un aumento del 30 por ciento en relación con la campaña del año 2000. Es probable que en el 2008 veamos otro aumento. ■

Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas del gobierno de Estados Unidos.

¿Ha excedido su vida útil el Colegio Electoral?

Dos estudiosos debaten los puntos a favor y en contra del Colegio Electoral, el sistema mediante el cual cada estado nombra electores que eligen al presidente de Estados Unidos una vez que los votos populares son emitidos. Ross K. Baker está a favor de que se mantenga el sistema de Colegio Electoral, tal como lo estableció en 1787 la Constitución de Estados Unidos. Baker es profesor de ciencias políticas en la Universidad de Rutgers en New Brunswick, Nueva Jersey. Jamie Raskin presenta los argumentos en favor de adaptar el sistema del Colegio Electoral para asegurar que los resultados de una elección reflejen el voto popular nacional. Raskin es senador estatal de Maryland y profesor de derecho constitucional en la universidad American University en la ciudad de Washington. Introdujo legislación que hizo de Maryland el primer estado del país en unirse al Pacto Interestatal en pro del Voto Popular Nacional.

© AP Images/Will Shilling

La delegación del estado de Ohio en el Colegio Electoral certifica sus votos durante la ceremonia de votación en la sede del gobierno estatal en Columbus en diciembre de 2004.

EN PRO

El Colegio Electoral todavía es útil en el siglo XXI

Ross K. Baker

En las primeras horas de la noche del 7 de noviembre del año 2000, la recién elegida senadora demócrata por el estado de Nueva York, Hillary Rodham Clinton, habló en Manhattan ante una multitud de partidarios que la aclamaba jubilosa, y se comprometió a ir a Washington y trabajar para abolir el "arcaico y antidemocrático" Colegio Electoral que no había podido designar un ganador indiscutible en la elección presidencial.

A nadie se le ocurrió señalarle que la institución para la que acababa de ser elegida, el Senado de Estados Unidos, era a la vez arcaico (lo establecieron

EN CONTRA

Utilicemos el Colegio Electoral para darle a Estados Unidos un voto nacional popular con el que elegir el presidente.

Jamie Raskin

Como estadounidenses, es parte de nuestro carácter promover en todo el mundo la democracia y la reforma política generalizada.

En casa somos más reticentes. Llamamos "democracia" a nuestras prácticas electorales, sin tan siquiera compararlas con nuestros principios democráticos, y mucho menos con las prácticas

en 1789) y antidemocrático (cada estado, no importa cuál sea su población, está representado por dos senadores). Si le aplicamos a la Constitución de Estados Unidos el criterio de que todas sus cláusulas sean modernas y democráticas, de hecho no quedaría mucho en pie de este plan de gobierno duradero y con mucho éxito.

La Constitución de Estados Unidos está llena de características que algunos críticos considerarían pasadas de moda, inclusive el sistema federal, según el cual el gobierno nacional comparte el poder con los 50 estados. Para Estados Unidos probablemente sería más eficiente que lo administraran exclusivamente desde la capital de la nación en la ciudad de Washington, pero los hombres que redactaron la Constitución no pensaban que la eficiencia tuviera prioridad. Valoraban la libertad como algo muy superior y sentían que era más seguro fragmentar el poder político. Una característica de esa fragmentación consiste en que el gobierno nacional, o federal, comparta el poder con los estados.

Un aspecto importante del federalismo norteamericano es incluir a los 50 estados, en ese carácter, en la selección del presidente. Este sistema del Colegio Electoral le da a cada estado una cantidad de votos electorales equivalente al número total de sus miembros en el Senado y en la Cámara de Representantes de Estados Unidos, en la que los estados reciben escaños en proporción a su población. El candidato presidencial que puede ganar el voto popular en un número de estados cuyos votos electorales representan la mayoría de todos los votos electorales (en la actualidad 270 de 538), se convierte en presidente.

Los que critican este sistema utilizan el argumento de la simplicidad de la elección directa. Simplemente, se cuentan los votos nacionales, pasando por alto los totales de votos en cada estado individual, y se declara un ganador. Si Estados Unidos adoptara tal sistema, los candidatos tendrían un incentivo para hacer campaña sólo en los estados más poblados y tratar de obtener la mayor cantidad de votos en esos sitios, ignorando a los estados con menor población.

El Colegio Electoral obliga a los candidatos a ir más allá de los grandes centros de población y hacer campaña en lugares que se pasarían por alto en un sistema de elección directa. En teoría, por lo menos, sería posible que los candidatos hicieran campaña óptimas que han surgido en otros países.

Esta autosatisfacción es embarazosa en vista del hecho de que algunas de nuestras actuales prácticas electorales reflejan los comienzos de la nación en un contexto mucho menos democrático.

El ejemplo más espectacular es el modo en que elegimos a nuestro presidente, un proceso intrincado que vuelve del revés todos los principales principios de la democracia. Consideremos cómo en una elección presidencial en Estados Unidos se dan vuelta los preceptos básicos de la democracia:

- La mayoría gobierna – pero no en nuestras elecciones presidenciales. El gobierno de la mayoría es el núcleo de la democracia política, pero en Estados Unidos no es el ganador del voto popular el que se convierte en presidente. Es el ganador de los votos de los colegios electorales, un sistema mediante el cual cada estado designa un cierto número de "electores" que entonces eligen al presidente. En las elecciones del año 2000, que recibieron mucha publicidad, el vicepresidente Al Gore derrotó al gobernador George W. Bush por más de 500.000 votos en el conteo del sufragio nacional popular, pero perdió en el Colegio Electoral debido a una diferencia de último minuto de un margen de 537 votos en Florida. Los derrotados en la votación popular prevalecieron en el Colegio Electoral en otras tres elecciones, y hay muchas elecciones perdidas o ganadas por una diferencia mínima, en las cuales un pequeño cambio de los votos populares hubiera impulsado hasta la Casa Blanca a perdedores en la votación popular.
- El pueblo vota por su presidente, pero no en Estados Unidos. Aquí, el pueblo vota por electores de estados que, luego, eligen al presidente. Por supuesto, mucha gente cree que vota por el presidente.
- Cada voto tiene el mismo valor – pero no en la misteriosa aritmética del Colegio Electoral, donde el voto de un ciudadano en Delaware o Dakota del Norte es valorado matemáticamente por mucho más (medido según la relación entre los votantes y los electores estatales) que un solo voto en estados más grandes como California, Texas o Nueva York. Pero si uno pondera los votos de acuerdo con la probabilidad de que los votantes

© AP Images/Paul Connors

En Arizona, las papeletas de los electores se sellan oficialmente por el estado durante una ceremonia en el capitolio estatal en Phoenix.

sólo en los doce estados más poblados y ganaran la presidencia. Eso significa que los candidatos tendrían todas las razones para pasar por alto los otros 38. Pero, de acuerdo con el sistema del Colegio Electoral, sería muy improbable que un candidato pudiera obtener bastantes votos electorales haciendo campaña sólo en los doce estados más poblados. Un candidato presidencial demócrata podría, probablemente, contar con ganar en Nueva York, California y Massachussets, y un republicano tendría probabilidades de ganar los votos electorales de Texas, Carolina del Norte y Georgia. Sin embargo, para obtener el mínimo de 270 votos electorales necesarios para llegar a la Casa Blanca, cada uno necesitaría capturar no sólo los más grandes entre los estados llamados "oscilantes", como Ohio y Florida, donde la fuerza electoral está dividida de modo más paritario, sino también estados con poblaciones más pequeñas. Puesto que a todos los estados se les garantizan por lo menos tres votos electorales, los candidatos no pueden permitirse descuidar ni siquiera estos lugares.

ejerzan realmente un efecto respecto al ganador de los electores de un estado, la arbitrariedad cambia y las disparidades aumentan de modo aún más notable. Por ejemplo, las elecciones presidenciales del año 2004 se decidieron por una diferencia de 365 votos en el estado de Nuevo México en vez de por una diferencia de 312.043 votos en Utah, lo que quiere decir que un votante de Nuevo México tiene cientos de probabilidades más de influir en la designación de electores que un votante de Utah.

•Cada votante debería tener un incentivo igual para votar, pero en Estados Unidos no lo tiene. La gran mayoría de la gente vive en estados que se consideran áreas "seguras", donde se presume que republicanos o demócratas tienen conseguidos los electores presidenciales del estado. Por lo tanto, dos tercios de los estados se han convertido en territorios de paso, mientras los candidatos se apresuran hacia la menguante banda de estados "oscilantes". En los dos últimos ciclos electorales los dos partidos gastaron el 99 por ciento de sus recursos de campaña en apenas 16 estados y un asombroso 70 por ciento en cinco estados. La mayoría de nosotros – incluyendo gente que vive en Texas, Nueva York y California, tres de los cuatro mayores estados – somos espectadores de la campaña real, que tiene lugar en sitios como Florida y Ohio y un puñado de otros estados. El hecho de que se deje a un lado a la mayoría del país deprime la concurrencia a las urnas en los estados olvidados. La participación de los votantes en las elecciones generales se aproxima al 70 por ciento en los estados "oscilantes", pero se mantiene en niveles inferiores al 50 por ciento en los desmoralizados estados espectadores, lo que hace descender hasta las más bajas del mundo nuestras tasas nacionales de concurrencia electoral.

¿Qué puede hacerse en cuanto a la dinámica perversa de nuestras elecciones presidenciales? Las encuestas de opinión pública han mostrado desde hace tiempo que más del 65 por ciento de los estadounidenses favorecen una votación nacional popular para la presidencia, en la cual todos nuestros votos cuenten por igual, sin consideraciones geográficas. El pueblo quiere que el presidente represente a todos los estadounidenses, no a unos retales de estados hilvanados mediante la manipulación

El Colegio Electoral también hace que sea mucho menos probable que resulte elegido un candidato estrictamente regional, dado que ninguna región de Estados Unidos contiene, por sí sola, bastantes votos electorales como para elegir un presidente. Los críticos del Colegio Electoral se basan estrictamente en el número de votantes; los defensores del sistema señalan la distribución de esos votos y si proceden de una sección amplia de estados y regiones del país.

En la historia estadounidense el sistema del Colegio Electoral ha hecho también más difícil que candidatos de un partido minoritario o un tercer partido tengan éxito en las elecciones presidenciales. Algunos críticos del sistema actual podrían destacar esto como una característica negativa de la política estadounidense, pero el sistema de dos partidos le ha servido bien a Estados Unidos. Al imponer un cierto grado de moderación en la política estadounidense el sistema de dos partidos ha sido un factor importante en la estabilidad del país. Desalienta los movimientos extremistas pero, al mismo tiempo, si un partido o candidato minoritario propone ideas que demuestren ser populares entre los votantes, uno de los partidos principales probablemente las adopte. Un candidato extremista podría ganar el voto popular y el voto electoral en unos cuantos estados – así ocurrió en las elecciones de 1948 con Strom Thurmond y su segregacionista Partido de los Derechos de los Estados – pero sería improbable que ganara la presidencia. En la política estadounidense, de acuerdo con el sistema del Colegio Electoral, hay lugar para la protesta, pero se desalienta el extremismo.

Más aún, en tanto que el sistema del Colegio Electoral desalienta el extremismo político, los grupos minoritarios raciales y étnicos se benefician del mismo. Por ejemplo, los hispanos constituyen sólo el 12 por ciento de la población de Estados Unidos y una parte aún más pequeña del electorado. En un sistema de elección directa, su influencia quedaría grandemente reducida, pero en algunos estados son lo bastante numerosos como para ejercer considerable influencia. En Arizona, que ha tendido a ser un estado "oscilante", el porcentaje de hispanos es de alrededor del 25 por ciento, o sea el doble de la media nacional, lo que le da a este grupo minoritario, en el sistema del Colegio Electoral, mucha más influencia política que la que tendría de otra manera. Del mismo modo, en un estado como Virginia los afroestadounidenses

© AP Images/Daniel Shanken

El presidente de la Corte Suprema de Justicia de Pensilvania, J. Michael Eakin, jura durante los procedimientos del Colegio Electoral en el capitolio de Harrisburg en diciembre del año 2004.

partidista. El acertijo ha consistido en cómo reconciliar el deseo instintivo de una elección nacional popular con la anticuada mecánica del Colegio Electoral, una institución enojosa que Thomas Jefferson llamó "el borrón más peligroso de nuestra Constitución".

Pero ahora el estado de Maryland ha dado un paso audaz e histórico para demostrar cómo podemos usar el Colegio Electoral para conseguir un voto nacional popular para la presidencia. El 10 de abril del año 2007 el gobernador Martin O'Malley promulgó una ley que establece un plan para que Maryland inicie un pacto interestatal, y se una a él, en el cual todos los estados miembros acuerdan depositar sus votos en el Colegio Electoral a favor del ganador del voto popular. El acuerdo entrará en vigor cuando lo apruebe una cantidad de estados que represente una mayoría de los 270 votos electorales. El plan, aprobado abrumadoramente por el Senado y la Cámara de Delegados de Maryland, ha sido aprobado ya en una docena de cámaras legislativas estatales y en ambas cámaras en California, Hawai e Illinois. Lo impulsa el sentido de que nuestras elecciones presidenciales se alejan radicalmente del "gobierno del pueblo, por el

suman casi el 20 por ciento de la población y, en consecuencia, crean más competencia en la política de ese estado.

Finalmente, está el interrogante más amplio sobre la salud del sistema federal. Los redactores de la Constitución vieron en la división de poderes entre los gobiernos nacional y estatales una salvaguardia importante de las libertades individuales, pero la tendencia de los años recientes ha sido que el gobierno federal asuma más y más poderes en áreas que tradicionalmente habían sido responsabilidad de los estados. Disminuir aún más la influencia de los estados aboliendo el Colegio Electoral socavaría uno de los principales pilares de un sistema político que ha resistido los retos que ha venido encarando a lo largo de 220 años de la historia de Estados Unidos. ■

Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas del gobierno de Estados Unidos.

pueblo y para el pueblo".

El Plan del Voto Nacional Popular se apoya en los poderes que tienen los estados para crear pactos interestatales y designar electores. El Artículo II, Sección I de la Constitución de Estados Unidos estipula que "cada estado nombrará varios electores de conformidad con lo que la legislatura competente prescriba". Este poder ha sido ejercido de diferentes maneras por las legislaturas. En los comienzos de la vida del país, la mayoría de las legislaturas nombraban los electores directamente. El Colegio Electoral funcionaba como un cuerpo de deliberación y cada elector votaba de acuerdo con su conciencia. En 1800, por ejemplo, siete de los electores de Maryland votaron por Adams y cuatro lo hicieron por Jefferson. Cuando los estados comenzaron a designar sus electores de modo tal que el ganador los recibía todos basándose en el voto popular de todo el estado, los estados más pequeños se quejaron de que esta novedosa votación en bloque "unitario" diluía el poder de los estados pequeños (y tenían razón). Interpusieron una demanda y la perdieron. En Delaware vs. Nueva York (1966) el Tribunal Supremo de Estados Unidos rechazó la demanda, destacando que el poder de los estados para designar electores puede ejercerse de la manera que lo consideren apropiado. El poder del estado es total, "pleno".

Por lo tanto, desde California hasta Nueva Jersey, desde Texas hasta Utah, nuestras legislaturas, lideradas por los estados "espectadores", pueden ahora unirse y usar sus poderes constitucionales para darle a Estados Unidos algo que hemos promovido en el resto del mundo pero que nunca logramos en nuestro país: una verdadera elección presidencial basada en el principio del gobierno de la mayoría, de un voto para cada persona y de que cada voto cuente lo mismo. Tal sistema de elección revitalizará nuestra letárgica democracia de baja concurrencia electoral al dar energía a decenas de millones de votantes actualmente superfluos. Nos pondrá también en concordancia con la manera en la que las democracias de todo el mundo eligen a sus presidentes. ■

Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas del gobierno de Estados Unidos.

El Colegio Electoral

Muchos de los votantes estadounidenses que van a las urnas a votar por un presidente creen que participarán en una elección directa. Técnicamente no es así ya que en realidad votan por " electores" que se han comprometido a votar por un candidato en particular.

Los candidatos que ganan el voto popular en un estado suelen recibir todos los votos electorales del mismo. (Técnicamente, todos los electores comprometidos con esos candidatos son elegidos.)

Si ninguno de los candidatos a la presidencia obtiene una mayoría de votos electorales, la Cámara de Representantes debe determinar al ganador entre los tres que tengan más votos del Colegio Electoral. Los miembros de la cámara votan en representación de los estados, correspondiendo un voto a cada delegación estatal.

El número de electores de un estado es igual al número de senadores y representantes que tenga. El Distrito de Columbia, que no posee representación electoral en el Congreso, tiene tres votos electorales.

Los electores se reúnen y votan oficialmente por un presidente y un vicepresidente el primer lunes siguiente al segundo miércoles de diciembre del año de la elección presidencial. Se requiere mayoría de votos para que un candidato sea elegido. Como hay 538 electores, es necesario obtener por lo menos 270 votos electorales para ganar la elección.

Si ninguno de los candidatos a la vicepresidencia obtiene la mayoría de los votos electorales, el Senado debe determinar un ganador entre los dos que tengan más votos del Colegio Electoral.

El presidente y el vicepresidente prestan juramento y asumen sus cargos el 20 de enero del año siguiente a la elección.

Los votantes registrados en los 50 estados y en el Distrito de Columbia depositan sus sufragios para presidente y vicepresidente el primer martes siguiente al primer lunes de noviembre del año de la elección presidencial.

Votos electorales por distrito federal/estatal para las elecciones de 2008.

Bibliografía (En inglés)

Lecturas adicionales sobre las elecciones en Estados Unidos

Bai, Matt. *Billionaires, Bloggers, and the Battle to Remake Democratic Politics*. New York, NY: Penguin Press, 2007.

Benenson, Bob. *Elections A to Z*. Washington, DC: CQ Press, 2007.

Black, Earl and Merle Black. *Divided America: The Ferocious Power Struggle in American Politics*. New York, NY: Simon & Schuster, 2007.

Carroll, Susan J. and Richard L. Fox, eds. *Gender and Elections: Shaping the Future of American Politics*. New York, NY: Cambridge University Press, 2006.

Dover, E.D. *Images, Issues, and Attacks: Television Advertising by Incumbents and Challengers in Presidential Elections*. Lanham, MD: Lexington Books, 2006.

Farnsworth, Stephen J. *The Nightly News Nightmare: Television's Coverage of U.S. Presidential Elections, 1988-2004*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers, 2007.

Feldman, Jeffrey. *Framing the Debate: Famous Presidential Speeches and How Progressives Can Use Them to Change the Conversation (and Win Elections)*. Brooklyn, NY: Ig Publishing, 2007.

Green, John C., Mark J. Rozell, and Clyde Wilcox, eds. *The Values Campaign?: The Christian Right and the 2004 Elections*. Washington, DC: Georgetown University Press, 2006.

Jarvis, Sharon E. *The Talk of the Party: Political Labels, Symbolic Capital, and American Life*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2005.

Magleby, David B., Anthony J. Corrado, and Kelly D. Patterson. *Dancing without Partners: How Candidates, Parties, and Interest Groups Interact in the Presidential Campaign*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2007.

McDonald, Michael P. and John Samples. *The Marketplace of Democracy: Electoral Competition and American Politics*. Washington, DC: Cato Institute/ Brookings, 2006.

Pfau, Michael, J. Brian Houston, and Shane M. Semmler. *Mediating the Vote: The Changing Media Landscape in U.S. Presidential Campaigns*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2007.

Sabato, Larry J. and Howard R. Ernest. *Encyclopedia of American Political Parties and Elections*. New York, NY: Facts on File, 2006.

Schofield, Norman. *Multiparty Democracy: Elections and Legislative Politics*. New York, NY: Cambridge University Press, 2006.

Skinner, Richard M. *More Than Money: Interest Group Action in Congressional Elections*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2007.

Stanley, Harold W. and Richard G. Niemi. *Vital Statistics on American Politics 2007-2008*. Washington, DC: CQ Press, 2007.

Williams, Andrew Paul and John C. Tedesco, eds. *Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2006.

El Departamento de Estado de Estados Unidos no asume responsabilidad alguna por el contenido y la disponibilidad de los recursos de la lista anterior.

Recursos de Internet (En inglés)

Recursos en línea para obtener información sobre
el proceso electoral en Estados Unidos

Collections of Elections Links

P2008: Race for the White House
http://www.gwu.edu/~action/P2008.html

U.S. Department of State, Foreign Press Center: Elections 2008
http://fpc.state.gov/fpc/c21250.htm

U.S. Department of State: U.S. Elections
http://usinfo.state.gov/dhr/democracy/elections/elections_links.html

U.S. National Archives: U.S. Election & Voting Resources
http://www.archives.gov/federal-register/electoral-college/links2.html#maps

Vanderbilt University Elections Links
http://lib11.library.vanderbilt.edu/diglib/godort.pl?searchtext=Elections&Type=Simple&Resource=DB&Website=FDTF

Voice of America. The Road to the 2008 Election
http://www.voanews.com/english/US-Elections-2008.cfm

Videos

Campaign Network — From C-SPAN and Congressional Quarterly
http://www.campaignnetwork.org/

ExpertVoter.org: A Video Guide to the 2008 Presidential Candidates
http://www.expertvoter.org/

The Living Room Candidate: Presidential Campaign Commercials, 1952-2004
http://livingroomcandidate.movingimage.us/

RealClearPolitics Videos — Videos from mainstream news sources
http://video.realclearpolitics.com/video_vault/

RealClearPolitics Vlog — Videos on elections 2008 from YouTube and other sources
http://www.realclearpolitics.com/video_log/

You Choose '08
http://www.youtube.com/youchoose

PrezVid: The YouTube Campaign-2008
http://www.prezvid.com/

Candidates

Presidency 2008 — From Politics1.com
http://www.politics1.com/p2008.htm

The Presidential Field: Full Coverage of the 2008 Candidates
http://projects.washingtonpost.com/2008-presidential-candidates/

Religion & Politics '08
http://pewforum.org/religion08/

Youth Voting

Can I Vote?
http://www.canivote.org/

CIRCLE: Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement
http://www.civicyouth.org/

Generation Engage
http://www.generationengage.org/

I'm 18 in 08 — Youth voting blog and documentary film
http://im18in08.blogspot.com/

Opinion Polls

CBS News Polls
http://www.cbsnews.com/sections/opinion/polls/main500160.shtml

The Gallup Poll
http://www.galluppoll.com/

The Harris Poll
http://www.harrisinteractive.com/harris_poll/

Los Angeles Times Poll
http://www.latimes.com/news/custom/timespoll/

The Pew Research Center for the People and the Press
http://people-press.org/

PollingReport.com
http://www.pollingreport.com/

RealClearPolitics Polls
http://www.realclearpolitics.com/polls/

Survey Research Links
http://felix.iupui.edu/Links.htm

Zogby International
http://www.zogby.com/

Mainstream Media Blogs on Elections

ABC News: The Note
http://abcnews.go.com/Politics/

CBS News: Politics
http://www.cbsnews.com/sections/politics/main250.shtml

CNN: The Situation Room
http://www.cnn.com/CNN/Programs/situation.room/blog/

Fox News: Update '08
http://www.update08.foxnews.com/

MSNBC News: First Read
http://firstread.msnbc.msn.com/

National Journal: The Hotline
http://hotlineblog.nationaljournal.com/

New York Times: The Caucus
http://thecaucus.blogs.nytimes.com/

Washington Post: The Fix
http://blog.washingtonpost.com/thefix/

Campaign Finance

The Campaign Finance Institute
http://www.cfinst.org/

Federal Election Commission: Campaign Finance Law
http://www.fec.gov/law/feca/feca.shtml

Office of the Clerk, House of Representatives: Federal Election Campaign Reports
Federal Election Campaign Finance Reports

Project Vote Smart: Campaign Finance
http://www.vote-smart.org/official_five_categories.php?dist=finance.php

Race for the White House: Banking on Becoming President
http://opensecrets.org/pres08/index.asp

Election Law Resources

The Campaign Legal Center
http://www.campaignlegalcenter.org/

Commission on Federal Election Reform
http://www.american.edu/ia/cfer/

Election Law @ Moritz (College of Law)
http://moritzlaw.osu.edu/electionlaw/

Federal Election Commission: Administering and Enforcing Federal Campaign Finance Laws
http://www.fec.gov/index.shtml

Help America Vote Act of 2002
http://www.fec.gov/hava/hava.htm

U.S. Constitutional Provisions
http://www.eac.gov/clearinghouse/u-s-federal-election-system
(Click on "Constitutional Provisions")

U.S. Department of Justice, Civil Rights Division, Voting Section: Frequently Asked Questions
http://www.usdoj.gov/crt/voting/misc/faq.htm

Voting Rights Act
http://www.ourdocuments.gov/doc.php?flash=true&doc=100

Electoral College

Library of Congress: Who Really Elects the President?
http://www.loc.gov/wiseguide/oct04/election.html

U.S. National Archives: Electoral College Calculator
http://www.archives.gov/federal-register/electoral-college/calculator.html

U.S. National Archives: U.S. Electoral College
http://www.archives.gov/federal-register/electoral-college/

Voting Technology

Caltech-MIT Voting Technology Project
http://www.vote.caltech.edu/

Election Reform Information Project
http://www.electionline.org

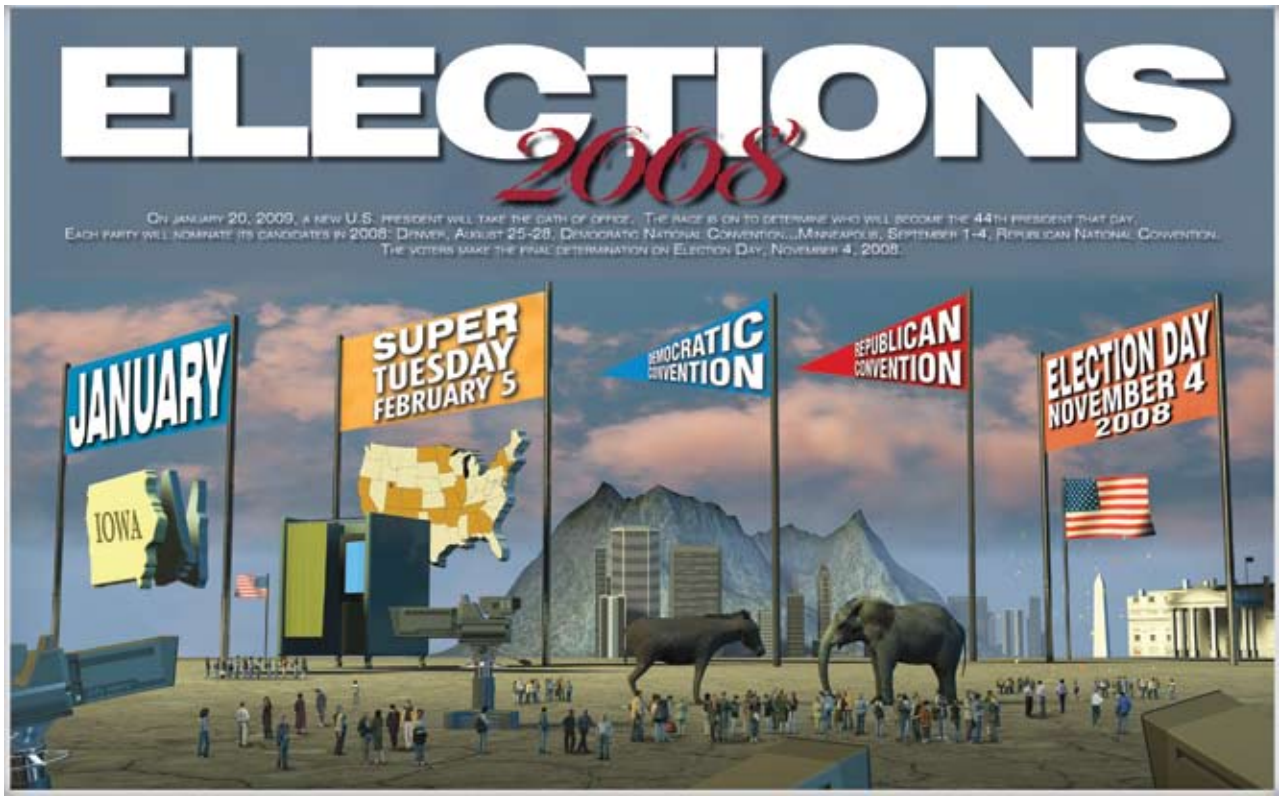
How E-voting Works
http://people.howstuffworks.com/e-voting.htm

The National Association of State Election Directors
http://www.nased.org/membership.htm

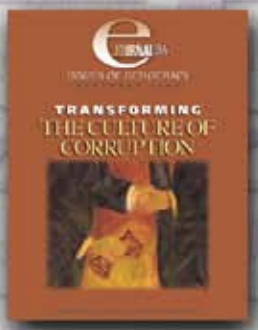
Vote: The Machinery of Democracy
http://americanhistory.si.edu/vote/

Web Sites for the Secretaries of State and/or Directors of Elections
http://fvap.gov/links/statelinks.html

El Departamento de Estado de Estados Unidos no asume responsabilidad por el contenido o la disponibilidad de los recursos anotados aquí. Los enlaces en Internet estaban activos en octubre de 2007.



UNA PUBLICACIÓN MENSUAL
DEL DEPARTAMENTO
DE ESTADO DE
ESTADOS UNIDOS
QUE PRESENTA
INFORMACIÓN A FONDO
SOBRE ESTADOS UNIDOS
EN VARIOS IDIOMAS



REVIEW THE FULL LISTING OF TITLES AT
http://usinfo.state.gov/pub/ejournalusa.html