

Las primarias demócratas de 2008: cambios efectivos y simbólicos

ALANA MOCERÍ

Presidenta de *Democrats Abroad Spain*, assessora de comunicació política

ANDREW DAVIS

Director de política de la junta directiva de *Democrats Abroad Spain*. Doctor en Ciències Polítiques i investigador de l'Institut Europeu de la *London School of Economics*

Sin duda, las primarias demócratas forman parte de un proceso a la vez más abierto, pero más caótico y largo, que cualquier sistema que utilizan los partidos políticos españoles para elegir a sus líderes. Este año, el proceso que empezó en las granjas de un Iowa nevado del mes de enero, pasó por los cincuenta estados más algunos territorios no-estados, y acabó en las granjas primaverales de South Dakota el tres de junio. En su conjunto, este proceso ha aportado muchas novedades positivas para el partido. Dentro de estas novedades, destaca, en primer lugar, la utilización de Internet por parte de Barack Obama para movilizar sus activistas y conseguir fondos en cantidades hasta ahora consideradas imposibles. En segundo lugar, por primera vez el partido demócrata ha tenido un afro-americano y una mujer como candidatos verdaderamente presidenciables, ambos ofreciendo un signo simbólico y positivo de progreso social.

La primera novedad de las primarias de 2008 ha sido el cada vez más importante papel de Internet en las campañas políticas americanas. Al principio de la campaña, la senadora Clinton era la candidata favorita, y según la prensa, iba a consolidarse como la ganadora de las primarias después del *supermartes*, 5 de febrero. Pero también a comienzos de la campaña fue colgado en YouTube un vídeo que mezclaba escenas de la película "1984" con un anuncio antiguo y famoso de Apple. El vídeo asociaba a Obama con un "Mac" y a

Clinton con un "PC": o sea, cambio *vs. statu quo*. En aquel momento, no se le dio gran importancia, pero mirando hacia atrás, era una señal de lo que vendría después: Internet estaba convirtiendo las campañas políticas americanas de un proceso para la élite a un proceso popular. Barack Obama entendió esto como una oportunidad, y convirtió este nuevo paradigma en una ventaja. Utilizó su página web como una herramienta integrada para crear un movimiento *grassroots*. Clinton optó, sin embargo, por la campaña tradicional, recaudando fondos de un grupo reducido de personas, cada uno de ellos capaz de proporcionar la cantidad máxima legal (\$2,300 dólares). Como los líderes de la campaña de Clinton estaban convencidos de que iban a consolidar la nominación el 5 de febrero, esta estrategia no representaba, en teoría, un problema. Pero las complicaciones llegaron cuando Obama les sorprendió con victorias en Iowa y Carolina del Sur, y con la campaña todavía en marcha después del 5 de febrero, ella se quedó con una base de patrocinadores que ya no podían legalmente proporcionar más fondos a la campaña.

Por otro lado, Obama apostó por desarrollar una red amplia de activistas, que no solo han aportado dinero sino que han participado directamente en la campaña, uniendo sus seguidores tanto *online* como *offline*. A través de la página web, los activistas de Obama pueden realizar llamadas para animar a la gente a votar, buscar y organizar eventos locales, y hacer su

propia campaña para captar fondos de sus amigos. Con esta aproximación, Obama ha podido presumir en el mes de febrero de unos 1.276.000 contribuyentes/activistas, el 94% de los cuales estaban apoyando la campaña con niveles inferiores a \$200 dólares. Aprovechando las nuevas tecnologías, Obama se hizo un candidato serio, igualando primero y superando luego a Clinton en la captación de fondos.

El otro cambio importante de esta campaña se encuentra en el hecho de que, tanto los afro-americanos como las mujeres, tuvieron por primera vez en la historia un candidato viable a la presidencia americana. En cuanto al tema de la raza, es imposible negar la relevancia negativa que tiene, incluso décadas después del fin de la vergonzosa política de segregación. Por ejemplo, dos de cada diez votantes demócratas en la primaria de West Virginia dijeron que la raza fue un factor en su decisión del voto, y ocho de cada diez de estas personas votaron a Hillary Clinton. Esto se repitió en otros estados, particularmente en los de la zona montañosa del este del país. Aun así, sería un error concluir que EEUU es en su mayoría racista y, por lo tanto, que sería imposible para Barack Obama ganar la presidencia. Mientras que Obama ha tenido problemas de apoyo en algunas zonas concretas con el voto blanco, también ganó primarias en estados del oeste (Idaho), en el centro (Iowa) y en el este (Vermont) del país: cada uno de estos estados cuenta con una población blanca en más del 95%.

Igual que muchos se preguntaban si un afro-americano podía ganar la presidencia americana, muchos querían saber hasta qué punto el género iba a ser un factor en las primarias con la entrada de Hillary Clinton en la campaña. Por un lado, la intervención más famosa de esta campaña sobre el tema vino de Geraldine Ferraro, candidata a la vicepresidencia con Walter Mondale en 1984, quien dijo sobre Obama que "si fuera una mujer, no estaría en esta posición. Tiene mucha suerte de ser quien es". Está claro que no todo el mundo está de acuerdo con lo que dijo Ferraro (incluso la misma Clinton), pero en términos generales representaba un punto de vista femenino que explica que aún es difícil para las mujeres llegar a las posiciones más importantes de la sociedad norte-americana, y simbolizó la ilusión que la senadora Clinton había generado en muchas mujeres con la posibilidad de poder romper el "techo de cristal" más alto del país. En todo caso, el factor de género no siempre jugó un papel contrario a Clinton. En Ohio, por ejemplo, uno de cada cinco votantes (20%) dijeron que el género era un factor importante en su voto. Sondeos similares han aparecido en Pensilvania y en otros estados. Pero, en este caso, Clinton ganó una mayoría de los votos de personas que dijeron que el género era un factor en su voto (seis de cada diez), lo que demuestra que éste puede ser un factor importante, pero no siempre negativo.

Con unas primarias tan largas, igualadas y a veces contenciosas, no es de extrañar que tanta gente, particularmente de la prensa, se haya preguntado si los votantes del perdedor votarán al candidato demócrata. Barack Obama puede ganar a John McCain y los republicanos en noviembre? Hay sondeos que, a primera vista, dan cierta preocupación. Por ejemplo, un sondeo apuntaba en mayo que uno de cada tres votantes de Hillary Clinton tenía la intención de votar por John McCain si ella no llegaba ser la candidata demócrata. Existen muchos datos de este tipo,

que han sido extensamente aprovechados por parte de los medios del partido republicano, principalmente para animar a sus militantes. Pero la realidad no es tan abrumadora: sondeos históricos demuestran que los votantes amenazan con el cambio de voto mucho más de lo que finalmente hacen (menos de 10% entre 1992 y 2004). Lo que sí cambia, a veces radicalmente, es la participación. Si los militantes del partido no están animados, no irán a las urnas. Y es en la participación donde encontramos la clave de la victoria de los demócratas en noviembre.

La primera novedad de las primarias de 2008 ha sido el cada vez más importante papel de Internet en las campañas políticas americanas. Aprovechando las nuevas tecnologías, Obama se hizo un candidato serio, igualando primero y superando luego a Clinton en la captación de fondos

Dicho de manera simple, los militantes demócratas están muy animados. La participación en las primarias ha subido en todos los estados comparada con hace cuatro años, en muchos casos notablemente. En California, por ejemplo, la participación ha subido de 3,5 millones de votos en las primarias demócratas de 2004 hasta 5 millones en 2008 (un 30%). El número de votantes que históricamente participa menos – los jóvenes y las minorías – ha subido de forma considerable. Es más, muchos ciudadanos han cambiado de partido: -178.000 personas se hicieron demócratas para poder participar en la primaria demócrata en Pensilvania. Finalmente, se pueden medir los ánimos a través del nivel de dinero captado en las campañas. En este caso, la diferencia entre demócrata y republicano es chocante. Hasta finales de mayo, Clinton había recau-

dado 200 millones, y Obama 240. Cuánto dinero ha conseguido John McCain? Sólo 80 millones.

Después de cuatro años de escándalo y una profunda decepción con la actual administración, así como el hecho de que los republicanos tienen un candidato poco tradicional y querido por sus militantes, al partido le está costando mucho crear un clima de ánimos y apoyo entre los suyos. Mientras que a finales de mayo Obama habló delante de unas 70.000 personas en Oregón, el senador McCain tuvo que reubicar una ponencia en su propio estado de Arizona, del centro de convenciones de Phoenix a una casa privada, porque no podían vender suficientes entradas. Todo esto en un ambiente que ya presenta problemas históricos para McCain. Siempre es difícil para candidatos del mismo partido ganar si el propio presidente no tiene apoyo, o si la situación económica es mala. McCain tiene la mala suerte de sufrir ambos casos.

Estos días el presidente tiene muy poco apoyo popular. Un sondeo reciente de la CNN decía que el 71% de los encuestados desaprueba la manera como Bush ha hecho su trabajo. Ningún otro presidente había recibido tal desaprobación en la historia de estos sondeos; incluso los del presidente Nixon durante el escándalo de Watergate, que más tarde le obligó a dimitir.

Las primarias prolongadas del Partido Demócrata de 2008 entre Hillary Clinton y Barack Obama iban a ser en teoría útiles para los republicanos, que querían distraer al pueblo americano de las políticas fracasadas de Bush, una economía frágil, una guerra muy impopular, y un candidato débil. Pero, en realidad, esta "distracción" sólo sirvió para animar a los militantes demócratas, y también a muchos americanos no afiliados a un partido, a votar por los demócratas en otoño. Al final habrá que esperar hasta noviembre para saber como acaba la historia, pero mientras tanto va a seguir siendo un año electoral sin precedentes. ■