

# ELECCIONES PRESIDENCIALES ESTADOUNIDENSES 2012

Antoni Gutiérrez Rubí

### Resumen

Las elecciones presidenciales estadounidenses de 2012 se han definido básicamente por la situación económica del país, pero -sobre todo- por la percepción que los ciudadanos tienen de esta. Al final, los republicanos han querido presentarlas como un referéndum sobre el trabajo de Obama como Presidente, mientras que él ha intentado centrarlas en una elección entre dos ideologías, estilos y actitudes completamente distintos y dos concepciones sobre cómo liderar el país.

Palabras clave: elecciones, EE.UU., Obama, Romney.

### Abstract

United States' 2012 Presidential Election has been marked by the debate about economy though especially on how Americans perceive their current situation. At last, while the Republicans tried to present it as a referendum about Obama's administration, the Democrats tried to focus on the contrast between two completely different ways of thinking, of styles, of actions and concepts about how to rule and lead the country.

Keywords: elections, United States, Obama, Romney.

## CLAVES DE LAS ELECCIONES NORTEAMERICANAS

**1** **Votos electorales y Estados decisivos.** Los colegios electorales son un grupo de representantes escogidos por cada Estado para elegir al Presidente. Los 538 votos electorales corresponden a los miembros de las dos Cámaras del Congreso.

En 2008, Obama obtuvo 365 votos electorales a diferencia de los 173 de McCain. El sistema de colegios electorales supone que hay ciertos Estados demócratas y ciertos Estados republicanos por excelencia, lo que significa que esos pocos que no se identifican como azules o rojos, son los que acaban definiendo las elecciones. Estos Estados se convierten en la máxima expresión de un campo de batalla y es en ellos don-

de se invierte más tiempo, dinero y esfuerzos. Ahora bien, algunos son más importantes -o decisivos para ganar- que otros. En general, los Estados con mayor número de votos se convierten en la principal baza electoral; Florida (29) y Ohio (18) suelen estar siempre entre los primeros.

Actualmente, Barack Obama cuenta con 217 votos electorales (además de los 64 que provisionalmente tienden al azul, demócrata) y Mitt Romney con 191 (y los 15 que suelen decantarse por el rojo, republicano). Así, serían un total de 59 los votos decisivos que definirán las elecciones.

Para que Romney se proclame vencedor, deberían darse cualquiera de estos *dos escenarios*:

1) **Ganar las victorias "Bush"**, lo que significaría que



Romney y Obama durante el debate electoral.

debería ganar en Virginia (13), Florida (29) y Ohio (18). En este caso, solo le haría falta un Estado más (cualquiera) para completar los 8 votos electorales restantes. No obstante, las encuestas en Ohio no han sido constantes. A pesar de que inicialmente la tendencia favorecía a Obama, los resultados de la última encuesta realizada después del primer debate presidencial han demostrado lo contrario.

2) **Reemplazar Ohio por Wisconsin y Colorado.** Si Romney pierde, ya sea Ohio, Florida o Virginia, la situación se le complica, tiene que reemplazar estos Estados por otros con menos votos electorales.

**2 Encuestas.** Un día antes de que se celebrara el primer debate entre los dos candidatos, Obama lideraba ligeramente en los grandes temas de campaña por delante de Romney, según la última encuesta del *Washington Post*. Sin embargo, la fragilidad y volatilidad tan características del voto en EEUU hace que exista una importante disparidad entre el resultado nacional y el de los aclamados Estados decisivos, en los que el Presidente mantiene una ventaja hasta de diez puntos en alguno de ellos. A nivel nacional, los resultados de septiembre se mantienen, con un sutil liderazgo del Presidente, de un 49% de la intención de voto sobre un 47%.

Pero, un día después del debate, una encuesta publicada por *We Ask America* demostró que la buena actuación del candidato republicano habría reducido la brecha en los Estados más importantes: en Ohio, por ejemplo, Romney habría obtenido un 47% versus el

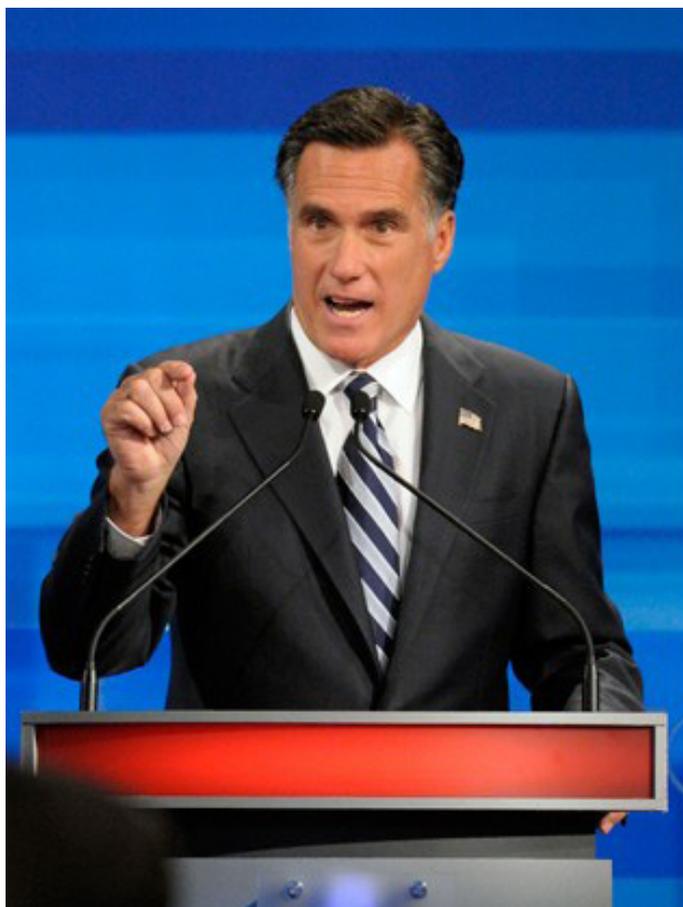
46% de Obama. Los picos en las encuestas tienden a ser circunstanciales y proclives a cambios. En general, la tendencia se mantiene y Obama continúa liderando pero habrá que estar pendiente del resultado final de los debates.

### ***Uno de los recursos más utilizados está siendo la videopolítica o vídeos de respuesta rápida.***

**3 Estrategias.** Las estrategias que se han implementado en estas elecciones tienen mucho que ver con la segmentación que se llevó a cabo en 2008, con las nuevas tendencias en Social Media. En esta campaña, el equipo de Obama ha explorado una alta variedad de recursos específicos ajustados a realidades sociales, territoriales y culturales.

Lo central del *microtargeting* es que se están invirtiendo *enormes cantidades de dinero* para llegar a muy pocas personas, pero decisivas en los Estados clave. Cada vez la segmentación es más específica. En la campaña de Obama se pueden encontrar estrategias para los *amantes de los perros* o para los *profesores de escuela*, por ejemplo. El riesgo está en la posible pérdida del mensaje global en esa súper-segmentación de públicos. Cada estrategia utilizada para cada comunidad debe ser coherente con la estrategia general.

Otra de las constantes de esta campaña es la íntima relación entre la campaña offline y online, con un uso



destacado de las redes sociales. Uno de los recursos más utilizados está siendo la *videopolítica* o vídeos de respuesta rápida. Ambos equipos han sostenido una guerra digital y viral a través de *YouTube*. Casi a diario, un equipo de campaña publica un vídeo de ataque -o defensa- en cuestión de minutos; estadísticas, clips de otros vídeos y entrevistas en medios, suelen ser su materia prima, pero son los vídeos, contruidos a partir de una *frase fuera de contexto*, los que más impacto han causado.

La tercera estrategia que se ha implementado en estas elecciones es la del *bracketing* u horquillado, en la que portavoces (o *surrogates*) de campaña intentan sabotear el mitin o presentación del otro candidato. El *bracketing* se ha convertido en un elemento central en estas elecciones ya que delega a protagonistas secundarios el poder de manipular el mensaje del otro superponiendo el suyo. Es sin duda una herramienta de ataque que ha incidido en el negativismo que lograron alcanzar las campañas durante el pasado verano.

### HITOS DE CAMPAÑA

Generalmente en campaña hay tres eventos clave que marcan hitos importantes: la *elección de vicepresidente* -en este caso la elección de Paul Ryan como candidato republicano-, las *convenciones* nacionales y los *deba-*

*tes*. Romney llevaba luchando por superar las secuelas de un cruel verano que le había sometido a una defensa constante durante la mayor parte del tiempo. Además, su elección de vicepresidente tan solo había impulsado su aceptación en las redes sociales, pero no había incidido en la intención de voto y, al lado de la convención demócrata, la republicana había resultado un fracaso.

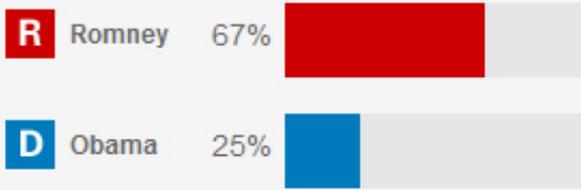
### *Romney transmitió confianza reiterando una visión alternativa sobre cómo recuperar la economía del país.*

El primer debate presidencial celebrado el 3 de octubre en Denver, Colorado, se perfilaba como la última oportunidad del republicano para reducir la brecha que lo alejaba del Presidente. Sus comentarios sobre *el 47% de la población* -a quienes acusó de depender del Gobierno y sentirse víctimas- animaron las apuestas. Más allá de defender sus políticas, lo que se esperaba del candidato es que no metiera la pata y lograra mostrarse como un buen Presidente.

Romney superó la prueba, y con *creces*. El candidato logró transmitir una confianza sin precedentes, reite-

### CNN Poll: Who won the debate?

Updated 3:39 PM GMT+0200, Thu October 04, 2012



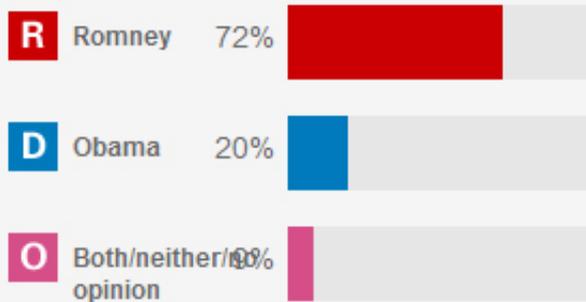
Source: CNN/ORC International 10/3/2012

Sample: 430 adult Americans

Margin of Error +/- 4.5%

### Gallup: Who did better in the first debate?

Updated 10:42 AM GMT+0200, Mon October 08, 2012



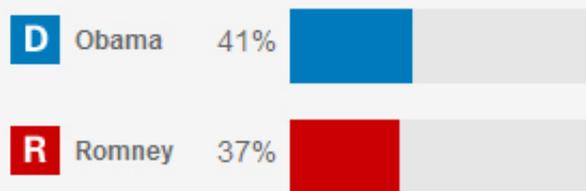
Source: Gallup 10/4/2012 - 10/5/2012

Sample: 1,387 registered voters nationwide

Margin of Error +/- 3%

### Who will win the second presidential debate?

Updated 4:49 PM GMT+0200, Mon October 15, 2012



Source: Pew Research Center 10/12/2012 - 10/14/2012

Sample: 857 registered voters

Margin of Error +/- 4%

rando una visión alternativa sobre cómo recuperar la economía del país, controlando su mensaje y mostrando una telegenia que no se le había visto antes. Los dos contendientes parecieron intercambiar los roles. Obama fue quien luchó por defender su terreno, frunciendo el ceño y pareciendo poco enérgico la mayoría de las veces. Romney logró darle un vuelco a su campaña.

Esta sorpresa política llevó al candidato y a los republicanos a jactarse de ello, con una nueva confianza y seguridad de campaña, redefiniendo su estrategia. Los asesores de Romney anunciaron una reinversión del candidato apuntalada en la cobertura de la imagen positiva que habría recibido después de ese primer debate. Su objetivo se centra en mostrar que el Romney del debate es el verdadero Romney.

Las elecciones van a ser muy ajustadas y la victoria se decidirá por muy poco margen. Mitt Romney ha conseguido ser ya *el candidato del establishment económico*. A Obama le falta -todavía- cohesionar a la amplia, diversa y plural alianza de voto urbano, joven y de las minorías. Si lo consigue, será -de nuevo- el próximo presidente de los Estados Unidos.



**Antoni Gutiérrez-Rubí**  
Asesor de comunicación  
@antonigr