

# FRIDE

FUNDACIÓN  
PARA LAS RELACIONES INTERNACIONALES  
Y EL DIÁLOGO EXTERIOR

Boletín informativo

## EL SISTEMA ELECTORAL ESTADOUNIDENSE Y LAS PASADAS ELECCIONES PRESIDENCIALES



### SUMARIO

Carta del Presidente	1
La financiación de las campañas electorales en EE.UU. Mickey Edwards	2
Elecciones 2000 La Participación de las mujeres en la política estadounidense. Elizabeth A. Sherman	3
La reforma del sistema electoral norteamericano. David Pryor	4
Gore contra Bush: ¿por qué todo me suena a griego?. Gary Orren	5
¿Está el electorado de EE.UU. realmente dividido?. William Schneider	6



La Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior (FRIDE), dentro de sus actividades para favorecer la reflexión en torno a los asuntos internacionales y el fortalecimiento de la democracia, celebró el pasado 16 de mayo una mesa redonda en la que destacados especialistas internacionales analizaron el sistema electoral norteamericano y las últimas elecciones presidenciales. Este boletín reúne las reflexiones de algunos de los expertos participantes en la mesa redonda sobre aspectos como la reforma del sistema electoral, el papel de las mujeres en el proceso político o la financiación de las campañas. Finalmente, se incluye un artículo de William Schneider, prestigioso analista político, sobre lo acontecido en las últimas elecciones presidenciales.

### CARTA DEL PRESIDENTE



La Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior (FRIDE) es una organización independiente y sin ánimo de lucro, creada en octubre de 1999, que tiene por objetivo hacer partícipe a la sociedad española de la realidad internacional y contribuir al reforzamiento de la democracia y del bienestar al mayor número de gente posible. Desde su sede en Madrid, y mediante la organización de ciclos de conferencias, grupos de estudio y publicaciones, FRIDE se propone participar activamente en la investigación, conocimiento y difusión de los grandes temas que afectan a la sociedad global, en especial el fortalecimiento de las democracias y la cooperación internacional.

En ese afán por contribuir a la reflexión rigurosa sobre las fuerzas que están conformando el mundo actual, FRIDE junto a la Gorbachev Foundation of North America (GFNA), está organizando la Conferencia sobre Consolidación y Transición Democráticas, un proyecto de enorme significado para el desarrollo y la consolidación de las democracias en el mundo.

La idea de celebrar esta Conferencia nació en el mismo seno del patronato de FRIDE. El proyecto recibió el apoyo de la GFNA, del Weatherhead Center for International Affairs (WCFIA) de la Universidad de Harvard, del Gobierno español y de S.M. Juan Carlos I.

La Conferencia reunirá en una primera fase alrededor de cien expertos internacionales, que discutirán recomendaciones prácticas de temas tales como diseño constitucional, la reforma de la burocracia estatal o medidas anticorrupción. Cada grupo será liderado por un coordinador de reputación mundial y moderado por un ex jefe de Estado o de Gobierno.

En una segunda fase se transmitirán las conclusiones y recomendaciones de los expertos a los Jefes de Estado y de Gobierno que serán debatidas por éstos en diversas reuniones de trabajo en Madrid.

Para hacer perdurar en el tiempo los objetivos de la Conferencia se creará un Comité Permanente, cuya labor incluiría el asesoramiento en procesos de transición y consolidación democrática.

Tras participar en la organización de la Conferencia sobre "e-Democracy", en el Balliol College de la Oxford University, con la GFNA y la Northeastern University en marzo del 2001, FRIDE decidió dedicar su primera mesa redonda el pasado 16 de mayo al análisis de los resultados de las elecciones presidenciales de 2000 en Estados Unidos y en especial a la crisis provocada por las peculiaridades del sistema electoral norteamericano.

<b>FRIDE</b> FUNDACIÓN PARA LAS RELACIONES INTERNACIONALES Y EL DIÁLOGO EXTERIOR	<b>Edita</b> <b>FRIDE</b>
<b>Organización</b>	Felipe IV, 9 - 1ª dcha. 28014 Madrid Tel. 91 524 10 81 Fax 91 522 73 01 e-mail: fride@fride.org
Presidente Diego Hidalgo	<b>Coordina</b> Fernando Espada
Vicepresidente Antonio Álvarez-Couceiro	<b>Logística</b> Belén Galindo
Patrono José Manuel Romero	<b>Realiza</b> Atela Diseño Gráfico
Directora María Sainz	Zurbarán 14 28014 Madrid Tel. 91 391 38 28 Fax 91 391 38 27 e-mail: atela@teleline.es

D. Diego Hidalgo  
Presidente de FRIDE

## LA FINANCIACIÓN DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES EN ESTADOS UNIDOS

Mickey Edwards

PARA COMPRENDER POR QUÉ MUCHOS estadounidenses apoyan un sistema electoral en el que el acceso al dinero a veces juega un papel decisivo, hay que comprender en qué difiere el sistema democrático de Estados Unidos de otros sistemas.

La primera diferencia es que en Estados Unidos, los candidatos a cargos federales son directamente responsables ante su circunscripción electoral y por lo tanto deben lograr la aprobación de ésta. Estas circunscripciones pueden tener desde medio millón de habitantes (en un distrito para el Congreso) hasta 20 ó 30 millones para un escaño en el Senado. Los partidos políticos son más débiles en EEUU que en Europa, no escogen a los candidatos que concurrirán bajo sus siglas, los candidatos tienen que conseguir por su cuenta la mayoría de los fondos de su campaña y tienen que reclutar a sus trabajadores, todo ello en un momento en el que los votantes son cada vez más reticentes a identificarse con un partido político y por lo tanto a convertirse en votos seguros para el mismo. Es más, pueden discrepar sustancialmente de la postura oficial del partido al que pretenden representar (por ejemplo los republicanos liberales, abundantes en el noreste de EEUU o los demócratas conservadores, habituales en los estados del sur y sureste). Ante la falta de etiquetas aplicables a los partidos que definan su postura rápidamente, los candidatos deben comunicarse directamente con los votantes.

La segunda diferencia importante es que en EEUU, donde los votantes son tradicionalmente escépticos respecto del Gobierno, se hace un gran hincapie en el derecho de los ciudadanos para influir en la política gubernamental. La Declaración de Derechos, recogida en la Constitución, garantiza a cada ciudadano el derecho a "solicitar" al gobierno un "desagravio". Esta garantía ha conducido a garantizar el derecho de los "intereses", es decir, de personas cuya forma de vida o cuyos intereses se pueden ver afectados por las decisiones del

Gobierno, a presionar para que se legisle en un sentido o en otro y a intentar influir en la composición política y las actividades del Congreso. Los tribunales norteamericanos sostienen que la posibilidad personal de "hablar" en la arena política no debe limitarse y que gastar dinero para intentar influir en el resultado de unas elecciones es sólo una forma más del mismo derecho de determinar, como ciudadano, lo que tu Gobierno puede o no puede hacer.

Por supuesto, este sistema tiene defectos, a pesar de su protección fundacional de la libertad individual. Dicha protección puede verse simplemente como una garantía de los derechos de los ricos en una época en la que un anuncio en los medios de comunicación tiene precios prohibitivos y, por tanto, los candidatos deben reunir grandes sumas de dinero para poder llegar a un electorado tan grande como el de los EEUU. Hasta cierto punto, esa queja ya se ha tratado. En las elecciones federales, ningún individuo, por muy rico que sea, puede contribuir con más de 1.000 dólares a la campaña de ningún candidato y los comités de acción política no pueden donar más de 5.000 dólares. Estas cantidades son insignificantes en campañas electorales que cuestan millones de dólares. Es más, a las empresas se les prohíbe por completo contribuir a las campañas.

El problema, y estoy de acuerdo en que existe un problema, se plantea con el "soft money", es decir, con las contribuciones que van directamente a los partidos políticos o a campañas de apoyo que no piden el voto para un candidato específico, aunque tengan una intención inconfundible. Se puede abordar el problema, como piden algunos, eliminando la posibilidad de que los individuos hagan esas aportaciones y así impedir que un ciudadano apoye económicamente a un partido o una causa en la que cree. Otra forma mejor de abordar el problema, en mi opinión, sería someter esas contribuciones a las mismas reglas a las que están sujetas las



contribuciones a los candidatos: un límite de 1.000 dólares y un informe público exhaustivo de quién contribuye, con qué y a quién.

A la hora de pedir reformas hay que tener cuidado de no socavar el principal objetivo de unas elecciones: poner el poder en manos del pueblo. Por lo tanto, es esencial tener en mente los objetivos básicos que condujeron a la sociedad a celebrar elecciones por primera vez. Las elecciones en Estados Unidos quizá se financien de forma distinta a la habitual en otros países, pero eso no es más que un reflejo de otras diferencias en los sistemas mediante los cuales las naciones eligen a sus líderes.

### Mickey Edwards

John Quincy Adams Lecturer de Política Legislativa en la Kennedy School of Government de la Universidad de Harvard.  
 Profesor de la Facultad de Derecho de la Universidad de Harvard.  
 Miembro del Congreso de los EE.UU. durante 16 años y de la House Republican Leadership.



## ELECCIONES 2000 LA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN LA POLÍTICA ESTADOUNIDENSE

Elizabeth A. Sherman

LAS ELECCIONES DE 2000 PERMITIERON ver un panorama interesante de la participación de las mujeres en la política como candidatas y como votantes. De los resultados podemos deducir que las mujeres pueden marcar y de hecho marcan una enorme diferencia en el resultado de las elecciones. Es bien sabido que el voto femenino fue decisivo para el Presidente Clinton en las elecciones presidenciales tanto de 1992 como de 1996. También sabemos, gracias a encuestas recientes, que las mujeres votan basándose en los temas que les importan: la igualdad salarial, la educación, la seguridad social y la moralidad en la política y en la sociedad.

Los resultados de las últimas elecciones generales muestran que hay más mujeres que nunca presentándose a las elecciones y ocupando puestos de relevancia. En el Congreso las mujeres han obtenido un número récord de escaños, 13 en el Senado (10 demócratas y 3 republicanas) y 59 en la Cámara de Representantes (41 demócratas y 18 republicanas). A nivel estatal, cinco mujeres han sido elegidas gobernadoras (3 republicanas y 2 demócratas).

Sin embargo, como parte de la elite gobernante, las mujeres sólo han logrado un poco más del 13% de los escaños en el Congreso y sólo suponen el 10%

de los gobernadores de los Estados. Les va un poco mejor en los congresos estatales, donde representan el 25% del total en todos los cargos. El progreso de las mujeres en la política se ve entorpecido por el poder de los titulares de los cargos, en su mayoría hombres, que hacen lo posible por ser reelegidos. A pesar de todo, no son muchas las mujeres que se presentan a las elecciones y se sienten reacias a hacerlo tanto por falta de confianza en sí mismas como por los sacrificios personales y económicos que conlleva tanto presentarse a unas elecciones como desempeñar el cargo. También hay que decir que no se han superado todavía los persistentes prejuicios culturales y sociales en contra de las mujeres que ejercen cargos públicos. Las investigaciones muestran un particular rechazo hacia las mujeres con altos cargos y niños pequeños que cuidar. Por otra parte, resulta positiva la presencia de más mujeres, que pueden servir de inspiración para que otras mujeres se presenten a las elecciones, lo que con el tiempo hará aumentar el número de mujeres en el poder.

Como votantes, las mujeres estadounidenses demostraron el año pasado, como llevan haciéndolo desde hace 20 años, que, en general, prefieren a los candidatos demócratas. De nuevo se puede ver que el género en política marcó la diferencia en estas elecciones, ya que sólo gracias a que atrajo a la inmensa mayoría del voto masculino y blanco (36% para Gore, 60% para Bush) fue capaz George W. Bush de ganar a duras penas una mayoría en el número suficiente de Estados para lograr la vic-

toria en el Colegio Electoral, a pesar de perder el voto popular.

Otro resultado interesante es que George W. Bush ganó por poco la mayoría de los votos de las mujeres blancas (48% para Bush y 47% para Gore). Sólo gracias al impresionante resultado del voto femenino hispano y negro para Gore, la brecha por sexos dio a éste una ventaja del 10% sobre Bush el día de las elecciones. En resumen, sólo cuando se unen los factores de sexo y raza, se ve una mayoría de mujeres norteamericanas que apoyan al partido demócrata y su política más liberal.

Aunque las cifras de participación globales siguen siendo bajas (sólo el 51% de los votantes acude a las urnas), las mujeres votan un poco más que los hombres y suponen el 52% del total del voto, el mismo porcentaje que representan en la población. Debido al poder del voto femenino como grupo para influir en el resultado de las elecciones, las preocupaciones de las mujeres son cada vez más importantes para candidatos y cargos electos.

Las encuestas dicen que a las mujeres les preocupa su bienestar económico y el de sus familias y que la igualdad salarial es uno de los temas que más apoyan. Estas preocupaciones son especialmente importantes para el cada vez mayor número de mujeres solteras, divorciadas o viudas.

Resulta paradójico que en las elecciones de 2000, las mujeres expresaran una profunda preocupación sobre lo que ellas perciben como el declive moral del país. Parece ser que los escándalos de Clinton marcaron la diferencia a favor de George W. Bush, al que muchas votantes dieron su apoyo basándose en su promesa de devolver el honor y la dignidad a la Casa Blanca.

---

### Elizabeth A. Sherman

Senior Fellow del Center for Women in Politics and Public Policy en el McCormack Institute de la Universidad de Massachusetts. Ex fellow del Institute of Politics de la Kennedy School of Government de la Universidad de Harvard. Participa como analista político en programas de radio y televisión de los Estados Unidos.



## LA REFORMA DEL SISTEMA ELECTORAL NORTEAMERICANO

David Pryor



ESTADOS UNIDOS PUEDE HABER SURGIDO como la última superpotencia mundial, pero la mayor amenaza para nuestro país está dentro de nuestras fronteras, es real y profunda. La democracia participativa, en el pasado pilar fundamental de nuestra fortaleza, se está convirtiendo, en el mejor de los casos, en una ilusión

Sólo la mitad de los ciudadanos con derecho a voto se molesta en participar en nuestro sistema de gobierno, y las vigas podridas de nuestra fortaleza interior debilitan nuestros cimientos con rapidez. Y ahora nos preguntamos, ¿qué ha salido mal? ¿Por qué los menores de treinta años se quedan en casa y dejan la toma de decisiones a una minoría?

En las elecciones de 1960 Estados Unidos alcanzó el cénit de la participación política con más del sesenta por ciento de los votantes acudiendo a las urnas a votar por Kennedy o por Nixon. Muchos observadores achacan el descenso de la participación al escándalo Watergate o a una economía que, en la última década ha creado un alto grado de satisfacción entre los ciudadanos. El factor rabia estaba ausente de la escena política y económica de Estados Unidos y ahora nos despertamos para encontrar a un presidente elegido no gracias al voto popular, sino al Tribunal Supremo.

Como poco, las elecciones de 2000 nos

hicieron pararnos y reflexionar. Ni siquiera los republicanos pueden estar satisfechos en conciencia, ni de los fines ni de los medios utilizados para la victoria final en nuestras elecciones más controvertidas. Mientras la mitad de los norteamericanos (demócratas e independientes) estaban aturdidos por los resultados, el resto del mundo nos miraba perplejo e incrédulo.

Según se va diseminando la polverada de las elecciones de 2000, hay varias cosas básicas que Estados Unidos debe hacer para que sigamos convencidos de que este gran experimento de autogobierno puede y debe prevalecer. Aunque son muy controvertidas, hay varias medidas que creo mejorarían enormemente el sistema de elección de nuestros líderes:

**1) Acortar la duración de las campañas electorales**

Si, ¿pero qué pasa con la primera enmienda, la libertad de expresión y otros obstáculos que actúan en contra de este esfuerzo? Aproximadamente el 95% de los gastos de las campañas se dedican a la televisión. Podríamos poner en marcha leyes que prohíban la emisión de anuncios políticos en radio y televisión en los 30 días previos a las elecciones. Esta sencilla medida tendría un efecto muy importante sobre las cada vez mayores cantidades de dólares que engullen las campañas electorales.

**2) Las cadenas de radio y televisión deben conceder horas de emisión gratuitas o muy baratas a los partidos políticos (y posiblemente a los candidatos al Senado y a la Cámara de Representantes).**

El lobby de los medios de comunicación es extremadamente poderoso y luchará hasta el final en contra de una medida como ésta, pero repito que los permisos de emisión los concede el Gobierno Federal.

**3) Adoptar la propuesta McCain-Feingold de reforma de las campañas.**

Esta medida sería un gran paso para ayudar a eliminar el "soft money" que dan las empresas y los sindicatos. Este tipo de generosidad para con las campañas es relativamente nuevo en

nuestro sistema y es una de las mayores amenazas a la responsabilidad, la transparencia y la justicia.

**4) Eliminar el Colegio Electoral**

No son los Estados quienes deben decir quién será nuestro Presidente, sino los ciudadanos mediante el voto popular.

**5) Adoptar una tasa federal para los partidos políticos, para las elecciones estatales y federales.**

No tiene nada de malo usar nuestro sistema impositivo para que los ciudadanos dediquen una cantidad limitada de sus impuestos para financiar a los partidos federales y estatales. De hecho, ya existe una tasa para las campañas presidenciales, pero no es bien conocida.

La duración de las campañas electorales en Estados Unidos agota a los ciudadanos, a los partidos políticos y a los candidatos. El pequeño contribuyente abandona el sistema, sabiendo que sus 50 dólares ni siquiera se notarán, sobre todo en comparación con quienes dieron 1.000 o 100.000 dólares. Los votantes jóvenes dan la espalda al sistema porque se sienten irrelevantes e impotentes para hacer que las cosas cambien.

El dinero ha desbordado nuestro sistema. El sistema político es voraz y los intereses especiales reciben favores especiales. Muy poca gente puede estar sinceramente en desacuerdo con esto.

Tras muchos años en la vida política y la vida pública, estoy plenamente convencido de que la gente está más dispuesta que los políticos a aceptar un cambio. Por Estados Unidos, nuestra gente debe levantarse y decir con voz clara: "ya basta, ha llegado el momento en el que tengamos voz en nuestro destino".

Espero que no sea demasiado tarde.

---

**David Pryor**

Director y catedrático de Ciencias Políticas del Institute of Politics de la J.F. Kennedy School of Government de la Universidad de Harvard. Ex senador demócrata por Arkansas. Ex gobernador de Arkansas.



## GORE CONTRA BUSH: ¿POR QUÉ TODO ME SUENA A GRIEGO?

Gary Orren

"LO QUE DEFINE AL SER HUMANO DE modo más esencial", dijo el filósofo Bertrand Russell, "es la capacidad de persuadir y de ser persuadido". En ningún otro momento de la vida de una democracia, la persuasión se muestra de forma más ceremoniosa que durante unas elecciones. Cuando analizamos unas elecciones aprendemos no sólo lo que ocurrió, sino también lo que se necesita para ser persuasivo.

Un modelo útil para analizar las elecciones presidenciales de 2000 en Estados Unidos fue propuesto involuntariamente hace más de dos mil quinientos años por Aristóteles. En La retórica, argumentó que la persuasión depende de la interacción de tres elementos: un argumento (logos) coherente, bien razonado y lógico; la fuerza personal del orador, especialmente su carácter (ethos); y la predisposición mental y los sentimientos de la audiencia (pathos). El modelo aristotélico afirma que la persuasión efectiva apela tanto al lado cognitivo como al emocional de nuestro cerebro.

Al ver a Al Gore y a George W. Bush a través del prisma aristotélico llegamos a la conclusión de que los dos candidatos no sólo personificaban las dos primeras patas del trípode, sino que cada uno era la imagen inversa del otro.

Totalmente dedicado a la lógica y a la razón, Gore fue quizás el candidato más orientado hacia el logos que se recuerda. Se armó sólo con hechos, pensando y argumentando deductivamente en vez de inductivamente, anecdótica o emocionalmente. Debido a su fe en el poder de la prueba y del razonamiento, Gore asumió que los argumentos lógicos persuadirían también a los otros.

Sin embargo, como Aristóteles nos recuerda, la persuasión implica no sólo el acuerdo de la audiencia sobre lo que deci-

mos, sino también sobre lo que somos. El trípode de Gore descansaba en exceso sobre el logos. Su déficit de ethos derivaba no sólo de una falta de "teatralidad", sino también de un comportamiento erudito y cerebral que resultaba pedante. En realidad, su dominio de los temas lo hacían parecer arrogante y mojigato.

Gore parecía tenerlo todo demasiado escrito, ensayado y programado, lo que socavaba su credibilidad. Pero su escasa reputación de hablar claro no se debía tanto a su forma de expresarse como a su tendencia a forzar y a adornar la verdad.

Por otra parte, George W. Bush era la personificación del ethos. El meteórico ascenso del tejano en la política estadounidense fue un triunfo de la personalidad sobre la política. Al contrario que Gore, Bush se creó la imagen del candidato "más amable y simpático". De ese modo, se hizo con un premio poco frecuente: caer bien a la gente. Pero el hecho de que Bush representara el ethos iba más allá de la simple amabilidad. Su promesa de devolver el honor y la dignidad a la Casa Blanca fue muy bien recibida por la gente; para muchos, Bush parecía un candidato capaz de redimir la mancillada reputación del cargo.

Había un aspecto del ethos de Bush que resultaba ser un problema. Los expertos afirmaban que le faltaba seriedad e inteligencia para el cargo. Con la designación de Dick Cheney como segundo de abordo se pretendió aliviar esas preocupaciones. Aún así, muchos seguían preguntándose si Bush tenía lo necesario para ser Presidente. Los debates televisados proporcionaron algunas respuestas a ese interrogante. A pesar de que los debates no disiparon todas las dudas sobre la capacidad intelectual de Bush, sí que las redujeron, sobre todo porque las expectativas iniciales habían sido especialmente bajas.

Si Al Gore fue el candidato más orientado hacia el logos que se recuerda, George W. Bush quizá fuera el que menos. Demostró poco interés por los detalles de la política pública. Prefirió centrarse en las generalidades y depen-

dió enormemente de su equipo para los pequeños detalles.

En definitiva, el tipo de persuasión de los dos candidatos contrastaba mucho. Gore hizo uso de su impresionante uso del logos, pero demostró poca habilidad para el ethos. Bush sacó provecho de su ethos y demostró poco interés por el logos.

Sin embargo, el logos y el ethos representan sólo dos patas del trípode aristotélico. Aparte de a los méritos sustanciales del argumento y a la fuerza de la personalidad del mensajero, la persuasión está ligada en última instancia al pathos -las actitudes y las creencias, los deseos y los temores, los conocimientos y las emociones- del público.

En las elecciones de 2000, Al Gore ganó la batalla del logos, pero falló en los otros dos aspectos de la persuasión. George W. Bush sobresalió en el ethos, y aunque no mostró ninguna habilidad sustancial, proporcionó la cantidad suficiente de logos como para satisfacer a algunos votantes indecisos. Más aún, demostró un mayor dominio del pathos, calibrando el ánimo general y tocando temas que interesaban más a los votantes.

El trípode aristotélico nos recuerda una verdad engañosamente sencilla: si pones demasiado peso en una sola pata, acabas en el suelo. La persuasión requiere algo más que la argumentación lógica, más que el talento personal e incluso más que comprender al público. Unas elecciones, al igual que la vida, son un gran ejercicio de equilibrio. Gana quien mejor sepa mezclar los tres ingredientes de la persuasión -logos, ethos y pathos.

---

### Gary Orren

Catedrático de Política de la Administración en la J.F. Kennedy School of Government de la Universidad de Harvard. Experto en opinión pública, política, comunicación estratégica y persuasión. Consultor en estrategia y comunicación.

## ¿ESTÁ « EL ELECTORADO DE EE.UU. REALMENTE DIVIDIDO? »

William Schneider

EN TIEMPO DE ELECCIONES, ME ENFRENTO a mi trabajo como analista político haciéndome una pregunta: ¿qué quieren los votantes que no estén recibiendo de quien corresponde?

En 1960, tras ocho años de mandato del presidente Dwight Eisenhower, los votantes sintieron que Estados Unidos había levantado el pie del acelerador. Los norteamericanos buscaban un líder que ofreciera juventud, dinamismo y vigor. John F. Kennedy prometió "poner al país de nuevo en marcha".

En 1968 Estados Unidos se desgarraba por la violencia racial, las protestas estudiantiles y la guerra de Vietnam. Los norteamericanos querían un profesional con experiencia que devolviera el orden al país. Richard Nixon ganó con la promesa de "volver a unirnos".

Después del Watergate, los norteamericanos buscaban moralidad. En 1976, Jimmy Carter supo percibir el sentimiento de la nación y prometió: "nunca os mentaré". Pero en 1980 la gente quería algo que no estaba recibiendo de Carter. En 1980, el país deseaba un liderazgo fuerte y decidido. Aparece Ronald Reagan.

Walter Mondale se presentó contra Reagan en 1984 hablando de "justicia". Eso podría haber funcionado durante la recesión de 1982, pero en 1984 resultaba difícil convencer a la gente que el sistema no era justo.

En 1988 Michael Dukakis se presentó basándose en la "competencia". Eso habría funcionado si hubiese tenido como rival a Reagan. Pero Dukakis competía contra el vicepresidente George Bush, que había ocupado prácticamente todos los puestos de importancia en Washington. En 1988, la competencia de Bush era indiscutible.

Sin embargo, en 1992 Bush tenía graves problemas. La cuestión no era su competencia, había ganado la guerra del Golfo. El problema era la empatía, el punto fuerte de Clinton. Clinton también tenía un punto débil: su carácter. En 1996, Bob Dole intentó enfrentarse al presidente basándose en la cuestión del carácter. No funcionó. Pero eso fue

antes del asunto de Monica Lewinski.

Lo que buscaban los votantes en 2000 quedó claro cuando John McCain venció en las primarias de New Hampshire. McCain llevó un autobús por todo New Hampshire. Fue una de las campañas más eficaces de la historia política norteamericana. ¿Por qué? Por su nombre: "El expreso hablando claro".

Si de algo había demanda en 2000, era de candidatos que hablaran claro. George W. Bush atraía a muchos votantes porque lo veían como un hombre franco al que no le movía la política. A los votantes les resultaba difícil ver a Al Gore como alguien que hablaba claro.

En la mayoría de las elecciones prevalece alguna de estas dos ideas: 1) "Las cosas nunca han estado mejor" o 2) "Es el momento del cambio". De ahí lo extremadamente ajustado del resultado.

¿En qué medida está dividido el país? Desde luego, parece dividido. Al Gore ganó el voto popular por medio punto, el resultado más ajustado desde 1960. Pero George W. Bush fue elegido al obtener 271 votos del Colegio Electoral frente a 267. El resultado más ajustado desde 1876.

El mandato de Clinton igualó la fuerza de los dos partidos. El presidente Clinton difuminó las diferencias en lo referente a la política económica y las aumentó por lo que respecta a los valores.

Los diferentes estilos de vida influyeron mucho en el voto de la gente. Las zonas urbanas apoyaron masivamente a Gore. Las rurales a Bush. Los votantes de los suburbios se dividían. Los votantes casados votaron a Bush, los solteros a Gore. Quienes asistían regularmente a misa votaron a Bush, los votantes menos religiosos a Gore. Los dueños de armas apoyaron a Bush. No tener armas implicó votar por Gore.

Bush intenta conservar al electorado republicano gracias a temas sociales y al mismo tiempo aumentar el atractivo económico del partido. Lo mismo hizo Reagan en los años ochenta y Clinton en los noventa. Clinton hizo a los demócratas más competentes en temas económicos -



en los suburbios, por ejemplo, que es donde vive la mayoría de la población.

California y Nueva Jersey son Estados suburbanos de voto tradicionalmente republicano. Pero son Estados costeros a cuyos votantes no les gusta la relación entre el Partido Republicano y la derecha religiosa. Clinton consiguió que a los ciudadanos sensibles al tema de los impuestos les pareciera seguro votar demócrata.

Al mismo tiempo, Clinton redujo el atractivo de los demócratas en las regiones conservadoras. Si se pregunta a un liberal, dirá: Gore perdió porque se apartó de Bill Clinton. Pero la verdad es que Gore perdió porque no se pudo apartar de Bill Clinton.

Gore obtuvo los mejores resultados posibles entre los liberales y las minorías. Ganó en California e Illinois por 12 puntos y en Nueva York por 25. El voto afroamericano creció en muchas partes del país (como Florida) y llegó a ser en un 90% para Gore. La brecha por sexos fue mayor que nunca. Las mujeres apoyaron mayoritariamente a Gore, que sacó 11 puntos a Bush. Pero los hombres apoyaron a Bush, que sacó 11 puntos a Gore. Los votantes que odiaban a Clinton se ensañaron con Gore. ¿Si los escándalos de Clinton no hubieran existido, habría perdido Gore las elecciones? Resulta inimaginable.

Consenso en cuanto a la política, división en cuanto a los valores. Es la encrucijada en la que se encuentra Estados Unidos en la resaca de las elecciones de 2000.

### William Schneider

Analista político de la CNN. Resident fellow del American Enterprise Institute en Washington, D.C. Colaborador de Los Angeles Times, National Journal y The Atlantic Monthly. Catedrático de Política Americana en el Boston College