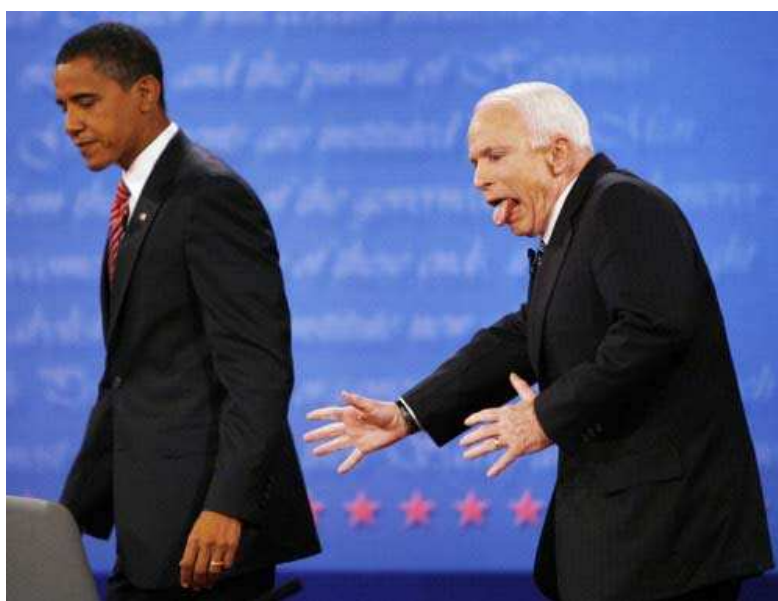


Por qué perdió John McCain¹

Arnoldo Moreno Pérez²
miru@prodigy.net.mx
arnoldo_58@hotmail.com

“Piensa como un hombre de acción, pero actúa como un hombre de pensamiento”. Henri Bergson.

El azar solamente favorece a los espíritus precavidos”. Blas Pascal (1623-1662), matemático, físico y filósofo religioso francés.



(¡Una imagen dice más que mil palabras!)

PLANTEAMIENTO:

El republicano John McCain perdió la presidencia de Estados Unidos por la crisis financiera y el descontento mayoritario con George W. Bush, según los expertos. Desde el principio, McCain remaba contra corriente, pues éste era un año para los demócratas. La campaña excesivamente negativa, el legado –o herencia- de Bush, el carisma –sin duda y a toda prueba- de Obama-, etc.. ¿Qué factor pesó más en la derrota del republicano?

¹ Crítica a la campaña política de John McCain para tratar de alcanzar la Presidencia de EEUU.

² Estudiante de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

La reciente derrota de John McCain en las elecciones presidenciales de Estados Unidos responde a una mezcla de errores propios y circunstancias externas.

Entre los desaciertos del candidato republicano se destaca su incapacidad para tomar la iniciativa a lo largo de la campaña. El senador por Arizona estructuró su estrategia en respuesta a los movimientos de Barack Obama –a eso se le llama ser medianamente táctico sin delinear antes una estrategia nítida- y fue incapaz de imponerse por sobre el demócrata en aquellos temas donde supuestamente se consideraba fuerte, como la seguridad y la política exterior. En rigor, ninguno de los debates televisivos permitió a McCain ganar terreno sobre su rival. Para colmo, pocas semanas antes de que estallara la crisis financiera confesó ser inexperto –en cierto modo- en economía.

Por otro lado, cuando las encuestas comenzaron a mostrarse desfavorables, McCain recurrió a una arriesgada campaña negativa. Así, los asesores del postulante denunciaron los "vínculos" de Obama con sectores musulmanes y activistas de extrema izquierda. Pero a menudo esta clase de mensajes se convierten en un *boomerang* comunicacional que se vuelve en contra de su emisor. La estrategia de difundir el miedo entre el electorado puede haber funcionado en 2004, pero no lo hizo en 2008.

Aunado a lo anterior, tenemos el factor "Sarah Palin". Si bien la inesperada – y hasta inexplicable- elección de la gobernadora de Alaska atrajo fugazmente la atención sobre la campaña republicana –una jugada sorpresiva, pero sin un mensaje claro o favorable-, al poco tiempo comenzó a convertirse en una carga. La evidente inexperiencia y el marcado desconocimiento de la candidata en cuestiones claves pronto dejaron en evidencia que su elección acarrearó más problemas que beneficios (Imagínense el supuesto -de que dada la edad de McCain y que no se podía garantizar una excelente salud-, Sarah Palin como vicepresidenta pudiese llegar a gobernar los Estados Unidos).

Una serie de factores exógenos también jugaron en contra de McCain. Sin dudas, el enorme desprestigio de George W. Bush atentó contra la campaña del veterano de Vietnam, la sociedad norteamericana no quería héroes, sino líderes que fuesen capaces de generar los cambios que la nación requiere. A ello se sumó la monumental crisis económica desatada en septiembre de 2008, que marcó los últimos meses del controvertido gobierno republicano. Ambos factores pusieron a McCain en una situación incómoda: su mensaje de "corregir el rumbo" resultó menos atractivo para el votante que el "cambio" prometido por Obama. Además, es cierto que la aparición en escena de una figura tan carismática como la del *afroamericano* no estaba en los planes de nadie.

En este marco, el desempeño electoral de McCain fue decente, especialmente teniendo en cuenta que la tarea de prometer cierta continuidad con la administración Bush –esto es, cometer los mismos errores esperando resultados distintos- no era sencilla. De hecho, la incertidumbre se mantuvo hasta el final, aún cuando la mayoría de los sondeos favorecían al demócrata. En otro país donde las pertenencias partidarias no estuviesen tan arraigadas como en Estados Unidos, la derrota del postulante oficialista hubiese sido aún más amplia.

En suma, el pasado 4 de noviembre puso fin a una de las campañas más fascinantes de la historia política reciente. Con Obama comienza una nueva etapa en donde la expectativa es grande. La incertidumbre, también (¡La humanidad anhelaba un mundo sin Bush, pero no tenía claro –ni lo tiene ahora- como configurarlo, ni cómo construirlo!)

REFLEXIÓN:

En un país como el vecino del norte, los debates y las encuestas adquieren bastante importancia y llegan a influir en el resultado final de la elección. En los debates:

- McCain perdió, fue agresivo, bastante agresivo, no con el tono, sino con sus preguntas, hizo preguntas difíciles y Obama las contestó de forma calmada y pausada, McCain no logró sacar de sus cabales a Obama.
- McCain perdió mucho terreno y tiempo con ataques personales a Obama en vez de ofrecer soluciones y dar un mensaje consistente con respecto a la economía.

Por el lado de las encuestas, podemos decir que revelaron consistentemente que los votantes confiaron más en Obama para sacar al país de una crisis financiera sin precedente desde la gran depresión de la tercera década del siglo XX.

John McCain buscó de una manera bastante burda el voto hispano –incluso latinoamericano, basta recordar su visita a México-, lo cual no fue del agrado de los grupos más radicales, xenofóbicos y racistas, sin duda esto afectó su imagen.

Además, Obama entendió más que esta era una elección de carácter más mundial que nacional, en un mundo globalizado donde podemos valernos en mucho del Internet y el hábil manejo de las redes sociales. Supo también tener físicamente la presencia internacional que necesitaba.

Quizá McCain, nunca entendió adecuadamente como construir su discurso con claridad.

Ricardo Homs nos dice:

“El discurso es la estrategia de comunicación que termina percibiendo el público, y de su eficiencia depende la eficacia y capacidad persuasiva de la oferta política.

El discurso político no se restringe únicamente a la exposición frente a un público determinado, sino que es toda la argumentación que sustenta la oferta política, de un modo comunicable.

El discurso político:

- Debe ser lo suficientemente claro como para que sea entendido sin dudas.
- No debe contener compromisos que no sean sustentables y realizables.
- Debe ser consistente en su argumentación.
- Debe ser estructurado, para que facilite su entendimiento.

El discurso político tiene dos alternativas: apelar al deseo de tener más, desarrollarse y mejorar, o apelar al temor de perder lo que se tiene. De ambas alternativas, la más efectiva es la segunda porque impacta el ámbito inconsciente del individuo, donde están los temores y las angustias”.³ (McCain en ningún momento habló –con claridad y elegancia- de perder lo que se tiene, sus ataques se limitaron a señalar a Obama como un peligro).

Al parecer, él facilitó las cosas de tal manera que Obama, si supo construir su estrategia explotando los puntos débiles de su oponente y, en base a ello conseguir que su mensaje fuese claro, en detrimento para McCain.

Además, Obama si entendía a fondo que: Al inicio de una campaña electoral –como de cualquier campaña militar- *el primer objetivo de un estratega es conocer el terreno y las armas con que cuentan él y sus adversarios para lograr la victoria.*⁴ Sobre esta base, se diseña la estrategia y se procede a implementarla, poniendo atención en todos los cambios estratégicos y tácticos que se vayan haciendo necesarios, según lo demande el curso de la batalla.

Los republicanos esperaban un republicano con un carisma más demócrata, que aparte de tener control sobre la economía, proyectara una imagen menos bélica que la sostuvo Bush, sin que Estados Unidos pierda su liderazgo mundial. La mayoría de los estadounidenses querían un buen estratega en los asuntos de Estado y no un militar, el fundamento de las guerras emprendidas finalmente no fue convincente para la sociedad norteamericana.

Los republicanos, necesitaban un republicano que pensara como demócrata, se ufanara de pensar de esta forma y que los republicanos en conjunto le aplaudieran (¡Esto debe tomarse de manera más metafórica que literal!). Y si a ello, le agregamos los errores cometidos por John McCain, la derrota –aunque no resultara del todo clara- era inevitable.

³ Homs, Ricardo. *“Estrategias de marketing político”*. Grupo Editorial Norma. Primera edición: abril de 2004. Página 59.

⁴ Esto en el fondo es el llamado: *Principio del conocimiento del terreno y elección del lugar de la batalla*. Este y otros principios estratégicos son expuestos con claridad en: Pérez González, Rafael Alberto. *“Estrategias de comunicación”*. Editorial Ariel S.A. Barcelona (septiembre de 2001). Tercera impresión: enero de 2006. Páginas 44-46.